



Facoltà di Economia

Corso di Laurea Magistrale in Discipline Economiche e Sociali

L'imprenditoria femminile

Relatrice

Prof. ssa Giovanna Vingelli

Candidata

Caterina Ingarozza

Matr. 138485

Anno Accademico 2011/2012

INTRODUZIONE

Le imprese femminili sono quelle imprese in cui le donne costituiscono una presenza maggioritaria (ovverosia superiore al 50%), una presenza forte (superiore al 60%) oppure esclusiva (quando si ha una completa copertura da parte di donne nel ruolo di socio o titolare). In particolare quest'ultima categoria rappresenta la maggioranza delle imprese femminili (Favretto-Sartori, 2007).

Nel corso degli anni si è riscontrato un consistente aumento delle imprese rosa in tutti i Paesi più avanzati (Franchi, 1992).

L'incremento più cospicuo si è registrato negli Stati Uniti d'America, anche per via del fatto che lì dar vita a imprese di piccole e medie dimensioni è alquanto semplice grazie all'elevato grado di liberalizzazione del mercato del lavoro, dei servizi e dei prodotti. Anche in Europa si è accresciuto notevolmente il numero delle imprese femminili. Ciò è avvenuto principalmente in Danimarca e Olanda (merito pure in questo caso di alcune politiche di liberalizzazione che hanno interessato queste nazioni), ma non solo (Ferrera, 2009).

Nel nostro Paese le imprese femminili rappresentano il 23,8% del totale delle imprese e la regione in cui esse risultano prevalentemente concentrate, con il 32,2%, è il Molise (Favretto-Sartori, 2007).

Gli studiosi, inoltre, hanno iniziato ad interessarsi all'imprenditoria femminile solo in tempi piuttosto recenti. I primi Paesi in cui si è incominciato a esaminare questo argomento sono stati, tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta, dapprima dagli Stati Uniti e successivamente la Gran Bretagna dove, tra l'altro, è sempre stata presente una consolidata tradizione di studi sulle piccole imprese e sui processi di formazione di nuova imprenditoria. Gli studi sull'imprenditoria rosa

riguardano diversi ambiti di indagine a seconda del tipo di problema che intendono inquadrare, come le motivazioni che stimolano o inducono la scelta di avvicinarsi all'imprenditoria oppure le barriere e i vincoli incontrati dalle imprenditrici. Per quanto riguarda l'Italia, qui questo tema è stato affrontato quasi esclusivamente da un punto di vista economico mentre è stata pressoché assente l'attenzione da parte dei sociologi (Franchi, 1992).

La crescita delle attività imprenditoriali delle donne si è verificata soprattutto in coincidenza del processo di terziarizzazione che ha investito l'economia a partire dagli anni Settanta. La terziarizzazione dell'economia, infatti, ha permesso un importante mutamento all'interno della società, vale a dire l'emergere di svariati spazi di lavoro in proprio nei quali le donne hanno individuato delle opportunità d'ingresso (David-Vicarelli, 1994).

Ad ogni modo, anche se ancora oggi le imprenditrici continuano a rappresentare una fetta minoritaria della categoria degli imprenditori, negli anni la presenza delle donne nella professione imprenditoriale è indubbiamente e considerevolmente cresciuta in tutti i Paesi (David, 2008).

Con questa tesi ho cercato di parlare dell'imprenditoria femminile tenendo si conto dei problemi che incontrano le donne nello svolgimento della professione imprenditoriale ma cercando altresì di far emergere l'importanza delle imprese femminili come risorsa di valorizzazione per lo sviluppo economico di un territorio. La tesi, inoltre, è stata articolata in sei capitoli, quattro teorici e due empirici.

Nel primo capitolo ho concentrato l'attenzione sull'evoluzione dell'occupazione femminile italiana, evidenziando gli importanti cambiamenti che si sono verificati nella nostra società soprattutto in seguito all'avvento del femminismo e all'incremento dell'istruzione superiore e universitaria delle ragazze. Questi eventi hanno invogliato un numero sempre maggiore di donne a decidere di entrare nel mercato del lavoro. E la crescita della scolarizzazione femminile ha fatto sì che le donne cominciassero a svolgere anche professioni

che venivano considerate tradizionalmente maschili, come ad esempio la professione di medico, di avvocato e, appunto, di imprenditore. Tuttavia si sono avuti spesso dei pregiudizi nei confronti di queste donne, “miti” fasulli alimentati da clienti e/o colleghi. All’interno del capitolo si rileva inoltre che, anche se rispetto al passato sono stati fatti dei notevoli passi in avanti, la discriminazione di genere ancora oggi non si è assopita. Infatti le donne sono ancora meno retribuite degli uomini che svolgono lo stesso lavoro, spesso la cura dei bambini e degli anziani della famiglia viene considerata una loro responsabilità esclusiva e se decidono di avere dei figli si trovano ad affrontare notevoli problemi di conciliazione tra lavoro e famiglia che possono portarle a decidere di ritirarsi (temporaneamente o definitivamente) dal mercato del lavoro. Negli USA, in Gran Bretagna e nei Paesi Scandinavi la situazione risulta essere molto migliorata nel corso degli anni. In Italia, invece, siamo ancora indietro e lo Stato non fornisce neanche adeguati servizi di supporto (per esempio gli asili nido sono pochi e di frequente risultano anche inaccessibili). Più avanti, vengono messi in risalto i vantaggi che l’occupazione femminile apporta all’economia di un Paese, benefici che in Italia non possono però realizzarsi appieno, proprio perché dovrebbe verificarsi prima un cambiamento culturale che porti le persone a rendersi conto che gli oneri di cura non devono gravare unicamente sulla componente femminile della famiglia e che è necessario che le donne lavorino fuori di casa. Infine, ho terminato cominciando ad introdurre il tema dell’imprenditoria femminile.

Nel secondo capitolo ho illustrato le caratteristiche di cui, secondo gli economisti, un’impresa deve essere provvista per poter essere definita vincente, a prescindere dal fatto che essa sia condotta da una donna o da un uomo. Poi ho esaminato le peculiarità che possiedono le imprese femminili e le difficoltà incontrate dalle donne nello svolgimento della professione imprenditoriale (come gli ostacoli riguardanti l’accesso al credito). Ho

analizzato l'importanza che il capitale "relazionale" ha per l'attività delle imprenditrici, specialmente nella fase d'avvio dell'azienda, e ho osservato le differenze comportamentali che esistono tra imprenditrici e imprenditori, sottolineando che l'approccio gestionale femminile rappresenta un punto di forza per le imprese. Poi ho messo in luce le differenze che si rilevano tra le stesse imprenditrici. Le imprenditrici infatti non costituiscono una categoria omogenea in quanto possiedono un differente bagaglio culturale, decidono di avvicinarsi all'imprenditoria per ragioni diverse (ad esempio le più giovani ed istruite sono spesso spinte dal desiderio di autonomia, dalla voglia di non dipendere da un capo o di gestire liberamente la propria giornata lavorativa; le più adulte invece considerano il lavoro in proprio come un modo per rientrare nel mercato del lavoro che avevano lasciato tanti anni prima per crescere i propri bambini; e via dicendo) e sono differenti anche le modalità d'ingresso nella professione. Tutto ciò ha portato importanti autori a delineare una serie di profili di imprenditrici.

Nel terzo capitolo ho posto l'attenzione sugli interventi legislativi volti a promuovere l'imprenditoria femminile, sia a livello nazionale che comunitario. Più nello specifico in un primo momento ho definito le azioni positive e l'importanza che esse hanno nel raggiungimento della parità tra i sessi e successivamente mi sono soffermata sulle azioni positive riguardanti l'imprenditoria. In Italia l'uguaglianza e le pari opportunità tra uomini e donne nell'attività imprenditoriale sono assicurate dalla legge 215 del 1992 intitolata "*Azioni positive per l'imprenditoria femminile*", pertanto ho illustrato questa legge indicando altresì chi sono i beneficiari delle agevolazioni e spiegando le procedure per ottenerle. In ultimo ho parlato dei Comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile e degli effetti che la legge 215 e i Comitati hanno avuto per lo sviluppo dell'imprenditoria delle donne nel nostro Paese.

Nel quarto capitolo ho analizzato alcune ricerche compiute sull'imprenditoria femminile italiana. Tali ricerche sono state realizzate in Piemonte, nelle Marche e in Emilia-Romagna. Lo scopo di questo capitolo è dimostrare l'importanza delle ricerche empiriche. Infatti, è solo attraverso la ricerca e l'esperienza sul campo che è possibile appurare la validità delle ipotesi formulate dagli studiosi sulla cultura d'impresa (Franchi, 1992). E le ricerche empiriche sull'imprenditoria femminile mostrano anche che questa è un importante strumento di sviluppo, specialmente per le realtà in cui non è stata ancora sufficientemente valorizzata (David, 2008).

Il quinto capitolo è stato scritto utilizzando dei dati reperiti presso la Camera di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato della città di Cosenza. In particolare è stato esaminato il contributo che le imprese femminili apportano sia all'economia italiana che all'economia calabrese, si è visto quali sono le forme giuridiche più utilizzate e i settori di attività prevalenti. Un'altra cosa messa in risalto in questo capitolo è che le imprese femminili riescono a sopravvivere alla crisi che ha investito l'economia negli ultimi anni meglio di quanto facciano quelle maschili. Inoltre si parla delle cariche (ovvero dei ruoli occupati ai vertici delle imprese) che le donne hanno all'interno delle imprese italiane in generale e in quelle calabresi in particolare. Si osserva la distribuzione delle cariche sulla base dell'età, dei settori di attività e della nazionalità delle donne (l'imprenditorialità straniera è infatti un fenomeno molto attuale, di grande interesse anche dal punto di vista del genere e concorre allo sviluppo socio-economico dell'Italia).

Infine, nel sesto e ultimo capitolo, emerge l'obiettivo finale di questo lavoro che consiste nel cercare di delineare il profilo dell'imprenditrice tipo cosentina attraverso delle interviste fatte ad alcune imprenditrici della provincia di Cosenza.

Nel capitolo due, come già detto in precedenza, vengono menzionati taluni autorevoli autori che hanno tracciato differenti profili di imprenditrici.

Per tale ragione era interessante provare a far emergere il profilo a cui appartengono le imprenditrici locali. Al fine di raggiungere questo obiettivo sono state realizzate delle interviste qualitative che mi hanno consentito di indagare sulla formazione e sul percorso professionale delle imprenditrici, di conoscere le motivazioni che le hanno portate a prendere la decisione di intraprendere la carriera imprenditoriale, di capire quale sia la loro opinione in merito alla situazione dell'imprenditoria femminile in Calabria e nella provincia di Cosenza, di sapere quali sono secondo loro i vantaggi e gli svantaggi dell'essere un'imprenditrice e le principali problematiche legate allo svolgimento di questa professione. Raccogliendo tali dati, ascoltando le testimonianze di queste donne (che raccontavano principalmente di se stesse e delle loro esperienze ma anche delle proprie colleghe) è stato possibile individuare il profilo a cui gli studiosi di imprenditoria femminile avrebbero fatto corrispondere buona parte delle imprenditrici cosentine.

CAPITOLO 1

DONNE, LAVORO, IMPRENDITORIA

1.1 L'evoluzione dell'occupazione femminile in Italia

Le donne hanno sempre lavorato, e tuttavia gran parte del loro lavoro non è mai stato e non viene ancora riconosciuto in quanto svolto all'interno delle mura domestiche e pertanto non retribuito. Si tratta di tutte quelle funzioni che i sociologi definiscono di riproduzione sociale (ovvero il lavoro di cura ma anche i cosiddetti mestieri di casa), funzioni che molte persone, in Italia, continuano a ritenere di competenza esclusiva della componente femminile della famiglia, ossia delle mogli, delle madri e delle figlie. Senza il lavoro di riproduzione sociale, però, non soltanto non potrebbero esistere "beni" fondamentali quali la salute, l'educazione e la stessa sopravvivenza delle persone, ma non potrebbero esistere neanche la produzione o le transazioni economiche. In altri termini, non ci sarebbe nessun mercato. Eppure, nonostante ciò, ancora oggi le statistiche economiche continuano a restare cieche e a non considerare questo tipo di lavoro (Ferrera 2009, pp. 20-21). Il lavoro di riproduzione sociale, inoltre, è molto frequentemente il motivo principale (se non addirittura l'unico motivo) per cui molte donne decidono di restare fuori dal mercato del lavoro oppure di uscirne ad un certo punto della loro vita.

Per quanto riguarda l'occupazione femminile retribuita, essa ha subito enormi mutamenti nel corso del tempo e queste trasformazioni, in Italia, si sono verificate principalmente dalla fine della seconda guerra mondiale ad oggi. All'inizio del periodo le donne lavoravano soprattutto in agricoltura, erano poco istruite, vivevano in famiglie numerose ed erano sottoposte ad un'autorità patriarcale (Franchi, 1992, pag. 73). E qualche anno più tardi, in seguito allo sviluppo dell'industria dei beni di consumo (avvenuto negli anni

Cinquanta al Centro-Nord), la differenziazione dei ruoli maschili e femminili è diventata sempre più marcata. Nelle famiglie si decide infatti di rinunciare al lavoro delle donne in agricoltura. Ad esse ora spettano solo il lavoro domestico e la cura dei figli, mentre sono gli uomini che devono lavorare in fabbrica e portare un salario sicuro a casa. Inoltre, quando si realizza il cosiddetto miracolo economico, iniziano ad essere celebrati “i fasti della casalinga consumatrice, amministratrice delle risorse domestiche, angelo del focolare” (Franchi, 1992, pag. 76).

A partire dagli anni Settanta, però, le donne iniziano a rivendicare il loro diritto-dovere di lavorare, dando così il via ad una fase di ripresa dell’occupazione femminile. Comincia ora ad apparire evidente che il lavoro non è una circostanza eccezionale bensì la normalità, in cui aspetti di costrizione (le necessità del reddito familiare) s’intrecciano ad altri di emancipazione, quali il desiderio di avere spazi e denaro propri e di poter accedere a consumi più ricchi (Franchi, 1992, pp. 36-37). Tale trasformazione avviene in seguito al verificarsi di due importanti cambiamenti. Il primo è un cambiamento politico-culturale: si diffonde anche in Italia il femminismo, grazie al quale nel Paese prende il via un’intensa produzione legislativa a tutela dei diritti delle donne; e merito del femminismo sono anche i significativi mutamenti di orientamento riguardo l’istruzione, il lavoro e la famiglia da parte delle donne. Il secondo, invece, è un cambiamento demografico: negli anni Settanta i tassi di fecondità hanno iniziato a scendere, è diminuito il numero medio annuo di matrimoni ed è aumentato l’intervallo medio di tempo che passa tra il matrimonio e la nascita del primo figlio. Questi mutamenti mostrano una grande e importante rivoluzione culturale, in quanto il corso della vita non è più visto come un susseguirsi di scadenze obbligatorie (matrimonio, figli e cure domestiche). Adesso decidere se e quando sposarsi, se e quando lavorare, se e quando avere figli comincia a diventare una libera scelta (Franchi, 1992, pp. 78-79).

In altre parole, il femminismo ha fornito gli strumenti necessari per realizzare una nuova identità sociale delle donne che negli anni Settanta stavano entrando o erano appena entrate nell'età adulta, e ciò ha comportato il fatto che l'accesso a nuove professioni iniziasse ad essere visto da queste giovani donne non solo possibile ma anche doveroso. E, poiché nella formulazione di tale identità si ritiene che la professione e la famiglia siano difficilmente compatibili (soprattutto se si vuole arrivare ad occupare posizioni di un certo rilievo), non deve meravigliare che si verifichi una contrazione delle nascite e che più in generale ci siano delle nuove modalità riproduttive (David-Vicarelli, 1994, pag. 313).

Successivamente, poiché molte donne non volevano rinunciare né ad avere una carriera né a crearsi nel contempo una propria famiglia, si è cominciato a parlare di doppia presenza, concetto elaborato nel 1977 da Laura Balbo e poi variamente ripreso. La doppia presenza delle donne adulte nel mercato del lavoro e nella famiglia ha comportato “una strategia di vita in cui il tempo dedicato al lavoro accompagna (pur con interruzioni talvolta e con livelli di investimento diversi) il tempo dedicato alla famiglia”. Il lavoro diventa così sempre più importante nella vita delle donne (Franchi, 1992, pp. 36-37).

Comunque è solo negli anni Ottanta che la presenza delle donne nel lavoro retribuito comincia ad essere rilevante e questo accade in tutti i Paesi economicamente più sviluppati, Italia inclusa. In questo periodo si verifica infatti un enorme incremento dell'istruzione superiore e universitaria delle donne e, in seguito ad esso, diventa sempre più forte la partecipazione femminile al mercato del lavoro (David-Vicarelli, 1994, pag. 15). Usando il linguaggio degli economisti possiamo dire che le donne fanno un grosso investimento in capitale umano perciò non sorprende che, alla fine degli studi, vogliano sfruttare questo investimento cercando adeguati ritorni (in termini di reddito e gratificazione professionale) nel mercato del lavoro (Ferrera, 2009, pag. 57). Inoltre, avviene un notevole aumento di donne che accedono a tale

mercato con l'intenzione di non abbandonarlo (David-Vicarelli, 1994, pag. 16). Ma è soprattutto negli ultimi anni che l'occupazione femminile si è notevolmente incrementata. Tale aumento, però, ha riguardato soprattutto il Centro-Nord, mentre nel Mezzogiorno il mutamento risulta essere molto più lento seppur costante (Lombardi, 2005, pag. 51).

Tuttavia, alcuni ambiti professionali (come l'avvocatura, la magistratura, l'imprenditoria, la politica, ecc.) hanno rappresentato per le donne aree di forte discriminazione. Si tratta, infatti, di professioni considerate più adatte agli uomini poiché per poterle svolgere servono doti come combattività, decisione e resistenza fisica, ovvero qualità che secondo un diffuso stereotipo le donne non avrebbero. Esse vengono considerate troppo emotive e instabili e, pertanto, per loro sarebbero da considerarsi più idonei lavori che comportano minori responsabilità. Inoltre, secondo un altro stereotipo, le donne non potrebbero avere una totale dedizione per la carriera professionale, perché le carriere femminili sono soggette ad interruzioni (dovute per esempio alla nascita di un figlio). Infine, ci possono essere dei pregiudizi nei loro confronti da parte dei clienti o anche dei colleghi maschi, i quali temono che in seguito all'ingresso delle donne nella professione avvenga una perdita di prestigio di quest'ultima (David-Vicarelli, 1994, pag. 18).

Ancora oggi, nonostante i forti cambiamenti positivi realizzatisi, la discriminazione di genere purtroppo continua ad esistere (David-Vicarelli, 1994, pag. 20). E la vita professionale delle donne è ancora caratterizzata dalla presenza di diversi ostacoli, primo fra tutti quello della difficoltà di conciliazione tra lavoro e famiglia. Per molte donne, ad esempio, avere un figlio può significare lasciare per sempre il lavoro, perché la babysitter è troppo cara o il nido non è accessibile, e tornare nel mercato del lavoro successivamente appare difficile se non impossibile; per altre donne, invece, vuol dire bloccare l'avanzamento professionale o, addirittura, retrocedere; e per altre ancora comporta la decisione di cercare un lavoro part-time, il che

implica un maggior grado di precarietà, una retribuzione più esigua e minori garanzie occupazionali (Lombardi, 2005, pag. 51).

E' possibile affermare, quindi, che la condizione della donna nella società italiana odierna è segnata da profonde contraddizioni poiché, da un lato, si è assistito a notevoli miglioramenti, mentre dall'altro lato continuano ad esserci vari segnali di ritardo (Poli, 2010, pag. 17). I miglioramenti riguardano in particolare il forte innalzamento del livello di scolarizzazione delle donne, il quale ormai è anche più alto di quello degli uomini: specialmente nelle nuove generazioni, le donne che possiedono un titolo di studio uguale o superiore all'esame di maturità sono il 53% mentre gli uomini rappresentano il 45%. Le donne inoltre costituiscono il 65% dei laureati. Il tasso di disoccupazione femminile, però, risulta più elevato di quello maschile mentre il tasso di occupazione risulta invece inferiore (nel 2010 sono risultate impiegate solo 46 donne su 100 contro il 67% dei maschi), e nel Sud le differenze di occupazione tra donne e uomini sono ancora più marcate. Il tasso di inattività femminile è molto alto e riguarda la metà delle donne in età lavorativa. Ciò, come abbiamo già accennato in precedenza, di solito è dovuto a ragioni familiari, come la nascita di un bambino (motivazione quasi inesistente per gli uomini). La maternità poi, oltre ad essere la causa principale dell'inattività femminile, è ancora un fattore discriminante: anche se molte donne decidono volontariamente di lasciare il lavoro dopo essere diventate madri, per alcune di esse si tratta invece di una scelta imposta in quanto vengono licenziate o messe in condizione di lasciare il lavoro perché in gravidanza.

Inoltre, il ritardo dell'Italia è rappresentato anche da altri fattori: le donne compaiono ancora in misura maggiore nelle discipline umanistiche; sono scarsamente presenti nelle posizioni di rilievo all'interno delle aziende e nella politica o, se invece riescono a raggiungere le stesse cariche di potere e di prestigio dei maschi, spesso sono single perché hanno scelto di dedicarsi esclusivamente alla loro carriera; c'è una carenza di politiche di sostegno alle

famiglie e di politiche volte a favorire la conciliazione tra lavoro e famiglia; infine, la partecipazione delle donne al mercato del lavoro appare ancora segnata da differenziali di genere nell'accesso, nella permanenza e nel rientro (Poli, 2010, pag. 17).

In definitiva, ancora oggi, nonostante tutti i passi avanti compiuti, nel mercato del lavoro italiano persistono disuguaglianze e discriminazioni tra uomini e donne.

1.2 La discriminazione di genere

In seguito alla crescita della scolarizzazione delle ragazze e all'introduzione, in alcuni ambiti professionali, di meccanismi di accesso meno discrezionali, si è verificato un aumento dell'ingresso delle donne in settori e attività che in precedenza le vedevano totalmente escluse. Tuttavia, come già anticipato nel precedente paragrafo, le discriminazioni di genere non sono cessate (David-Vicarelli, 1994, pp. 20-21).

Le professioni di magistrato, medico, imprenditore, dirigente pubblico e docente universitario sono quelle che in Italia registrano una più alta presenza femminile. Si tratta di professioni in cui è possibile organizzare la propria attività secondo un orario d'ufficio o che permettono di gestire liberamente il proprio orario di lavoro; inoltre per poter accedere a queste professioni si usano delle modalità universalistiche, sono infatti necessari pubblici concorsi oppure, nel caso dell'imprenditoria, l'autopromozione. Per quanto riguarda le professioni di avvocato, giornalista, sindacalista e rappresentante politico invece l'ingresso delle donne è stato quantitativamente inferiore ed è avvenuto principalmente al Centro-Nord. Le ragioni sono da ricercarsi sia nel fatto che questi lavori prevedono un'organizzazione temporale del lavoro più rigida (in quanto le modalità temporali di esercizio della professione sono

strettamente connesse ad esigenze esterne) e sia nel fatto che per accedere a tali mestieri vengono utilizzati criteri più discrezionali, quali valutazioni di tipo personale e politico. Inoltre, nonostante ci sia stato un incremento della presenza femminile nelle attività professionali e nei ruoli dirigenziali e manageriali, tra uomini e donne vi sono spesso differenze retributive (David-Vicarelli, 1994, pp. 21-22).

Un'altra cosa molto importante da sottolineare è che “le donne non si distribuiscono uniformemente all'interno delle professioni, risultando invece concentrate in particolari aree di attività e interesse, o in determinati uffici e settori” (David-Vicarelli, 1994, pag. 22). Vediamo meglio che cosa significa.

In magistratura la maggioranza delle donne si trova nei tribunali minorili. Le donne medico privilegiano spesso specializzazioni connesse all'area materno-infantile, al disagio psichico, all'igiene o alla sfera biochimica (David-Vicarelli, 1994). Le donne avvocato tendono a specializzarsi nel diritto di famiglia, in infortunistica o comunque in rami del diritto che non sembrano richiedere l'adesione a modelli di comportamento considerati tipicamente maschili. Inizialmente questa affermazione era intesa in senso negativo: significava che le donne preferivano quei settori per i quali non è indispensabile possedere attributi di competitività, sicurezza decisionale, volontà e capacità di contendere. Già a partire dai primi anni del dopoguerra, però, la studiosa Zara Algardi ha sottolineato il fatto che nell'avvocatura non soltanto sono necessarie doti quali la logica, la decisione e la sicurezza (qualità considerate tipicamente maschili ma di cui anche le donne sono provviste), ma anche l'intuito, la sensibilità, la grazia, il buon senso e l'arte della persuasione, cioè qualità considerate tipicamente femminili (Algardi, 1949). Negli anni Ottanta, poi, alcune giuriste americane e inglesi hanno sottolineato ulteriormente l'importanza delle specificità femminili nell'esercizio della professione forense. Le avvocatessse, a differenza dei colleghi, non hanno a cuore solo la difesa degli interessi dei propri clienti in

una prospettiva di esasperazione del conflitto e della litigiosità, ma mirano a raggiungere un compromesso tra le parti coinvolte, promuovendo la lealtà e la collaborazione tra di esse. Nella pubblica amministrazione, invece, le dirigenti raggiungono una quota di rilievo solo nel settore della ricerca e della scuola. La segregazione orizzontale femminile (ovvero l'addensamento delle donne in qualifiche considerate femminili e l'esclusione da quelle considerate maschili) nel pubblico impiego è particolarmente evidente in comparti quali: enti locali, sanità e scuola. Essi sono ambiti che vedono la presenza quasi esclusiva delle donne poiché si tratta di lavori definiti "di cura" e spesso considerati di competenza prettamente femminile: è il caso dei lavori di maestra d'asilo, infermiera, assistente sociale, e via dicendo (David-Vicarelli, 1994). Le sindacaliste si occupano principalmente di mansioni che riguardano la documentazione, la ricerca e la formazione, mentre non hanno quasi mai responsabilità dirette di contrattazione che implicano l'esercizio di compiti politici. Un'eccezione degna di nota è però rappresentata dalla sindacalista Susanna Camusso, eletta Segretaria Generale della CGIL Lombardia nel 2001 e divenuta, a partire dal 2008, Segretaria Confederale responsabile di agricoltura, artigianato, cooperazione e politiche dei settori produttivi (piccola, media e grande impresa). Le giornaliste sono più presenti nella stampa periodica e raramente si occupano di politica. E le rappresentanti politiche concentrano il loro intervento nel settore dei servizi sociali, in quello delle attività culturali, dell'istruzione, della formazione professionale e nel settore della sanità. Infine le imprenditrici operano principalmente nel settore terziario occupandosi, in particolare, dei servizi alla persona, dell'abbigliamento e del commercio al minuto. La loro concentrazione nel terziario può essere spiegata da diversi fattori: le donne hanno in questo settore una maggiore esperienza, pertanto lo conoscono meglio (e si sa che, di solito, le persone preferiscono iniziare un'attività in un settore che non gli sia del tutto estraneo); e la loro frequente mancanza di professionalità tecniche

specifiche rende difficile l'avvio di un'impresa nel settore manifatturiero o in quello delle alte tecnologie (David-Vicarelli, 1994). Inoltre le donne incontrano spesso maggiori difficoltà nel reperimento dei finanziamenti necessari, perciò si rivolgono verso settori che sono a bassa intensità di capitale (Franchi, 1992, pag. 41).

Quella che abbiamo descritto finora è una segmentazione di tipo orizzontale delle professioni. Accanto ad essa, però, c'è anche una segregazione di tipo verticale. “Spesso, infatti, le aree o i settori con una più ampia presenza femminile sono anche quelli che con maggiori difficoltà permettono l'accesso a posizioni dirigenziali, maggiormente remunerative e dotate di potere” (David-Vicarelli, 1994, pag. 23). Gli avanzamenti di carriera per le donne, in tutte le professioni sopracitate, risultano difficoltosi. Escludendo la magistratura, nella quale la progressione di carriera dipende soltanto dall'anzianità di servizio, in tutti gli altri casi le donne occupano molto spesso le posizioni meno privilegiate. Ciò è dovuto al fatto che, nonostante le donne abbiano deciso di investire fortemente nel lavoro e di avere un'occupazione lungo tutto l'arco della loro vita, in Italia il lavoro di cura da svolgere all'interno della famiglia continua a gravare principalmente su di loro. Così esse cercano di trovare un equilibrio tra vita professionale e vita privata, di trovare il tempo necessario per poter far tutto, ma i contesti professionali in cui si trovano ad operare richiedono, a chiunque intenda perseguire degli obiettivi di carriera, un altissimo investimento di tempo e la non intrusione della vita privata (David-Vicarelli, 1994, pag. 24).

Tuttavia, oggi si stanno rivalutando le modalità tipiche del lavoro femminile e si stanno delineando profondi cambiamenti. Le organizzazioni stanno iniziando, infatti, a richiedere una maggiore flessibilità nell'impegno dei dipendenti e cominciano a prospettarsi modelli di carriera meno tradizionali nei quali assumono una grande importanza quelle caratteristiche di genere finora considerate negativamente. La capacità femminile di

fronteggiare gli imprevisti, la discontinuità della prestazione, i maggiori vincoli per le donne per quanto riguarda la mobilità geografica, e via dicendo, vengono considerati ora in positivo in quanto le attuali situazioni organizzative sono sempre meno strutturate e sempre più sottoposte a rapide trasformazioni, in cui si richiede un'ampia disponibilità al cambiamento.

Infine, nel corso degli ultimi anni, le donne hanno moltiplicato la loro presenza nei diversi ambiti economici, politici e culturali; hanno fondato proprie associazioni; e, quelle che sono riuscite a ricoprire le cariche più alte e ad avere maggior potere e maggior prestigio, hanno sviluppato la convinzione di doversi mettere al servizio delle altre, ossia di dover mettere a disposizione la loro conoscenza (David-Vicarelli, 1994, pag. 27).

1.3 I vantaggi dell'occupazione femminile

Dall'occupazione femminile derivano alcuni importanti vantaggi. Se le donne partecipano al mercato del lavoro, non solo il loro capitale umano non viene sprecato, ma si hanno anche due rilevanti vantaggi sotto il profilo economico. Innanzitutto, se anche la donna lavora si percepisce un reddito maggiore e questo per una famiglia vuol dire maggiori consumi, maggiori investimenti e maggiori risparmi. Senza contare che “le donne sarebbero più soddisfatte, più sicure e più autonome e lo sarebbero, più in generale, anche le loro famiglie” (Ferrera, 2009, pag. 24). Infatti, il lavoro retribuito non comporta solo la realizzazione personale delle donne ma anche una serie di benefici per le loro famiglie. Queste ultime diventano meno vulnerabili di fronte ad eventi avversi quali, ad esempio, una grave malattia, un licenziamento, un investimento sbagliato, e così via. Quindi non soltanto più entrate ma anche una maggiore sicurezza sociale, perché se entrambi i coniugi lavorano si conoscono più persone, si hanno più informazioni, maggiori

competenze relazionali, ecc. In secondo luogo, l'occupazione femminile genera altra occupazione. Le famiglie a doppio reddito consumano molto di più di quelle monoreddito, non solo per via del fatto che se lo possono permettere ma anche perché, avendo meno tempo a disposizione, ne necessitano. Quando tutti e due i coniugi lavorano si rendono necessari servizi sociali ed educativi che permettano ad ambedue di conciliare responsabilità professionali e familiari. Serve, quindi, anche un cambiamento all'interno della famiglia: ancora oggi il lavoro domestico grava principalmente sulle donne ma, in un'economia in cui anche la donna lavora, è indispensabile e fondamentale che ci sia anche una distribuzione più equa dei compiti, a cominciare dalla cura dei figli. Inoltre, non bisogna dimenticare che oggi molti dei cosiddetti mestieri di casa sono diventati più semplici e veloci grazie all'utilizzo di elettrodomestici e alle maggiori opportunità di esternalizzare molti servizi (per esempio si possono portare le camicie in tintoria o acquistare cibi take-away). E una ricerca francese ha calcolato che se ciascuna famiglia comprasse anche solo un paio d'ore di servizi da fornitori esterni alla famiglia (per lavori domestici o altre prestazioni) in Francia si creerebbero un milione di nuovi posti di lavoro. Ecco perché l'occupazione femminile crea altra occupazione.

Inoltre, i servizi senza i quali una famiglia a doppio reddito non può proprio funzionare sono soprattutto servizi di assistenza all'infanzia (asili) e servizi di assistenza agli anziani, in particolar modo per quelli non più autosufficienti (Ferrera, 2009, pp. 27-30). Per quanto riguarda i servizi di assistenza all'infanzia, in Italia si registra una notevole arretratezza rispetto agli altri Paesi europei. Con le scuole materne per i bambini dai tre ai sei anni siamo messi abbastanza bene poiché i tassi di copertura si aggirano intorno al 90% e sono tra i più alti d'Europa, ma per i bambini al di sotto dei tre anni la situazione lascia molto a desiderare. In Italia l'assistenza all'infanzia viene molto frequentemente delegata ai nonni, proprio per via del fatto che non ci

sono valide alternative praticabili; e anche le lunghe liste d'attesa per avere un posto al nido indicano rilevanti carenze di offerta. Nel nostro Paese, infatti, ci sono pochissimi asili e risulta particolarmente inadeguata l'offerta di strutture non pubbliche e di nidi aziendali. In più i nidi italiani sono spesso troppo costosi. Ciò comporta che non tutte le famiglie possono permetterseli o che, se decidono di usufruirne, tutto lo stipendio di uno dei genitori deve essere impiegato solo per pagare la retta. In molte famiglie, inoltre, gli anziani non sono più autosufficienti. L'incidenza della non-autonomia, purtroppo, è in crescita in tutti i Paesi europei e l'assistenza offerta dai familiari non basta: occorrono servizi professionali da parte di operatori specializzati, a domicilio o presso strutture residenziali. E, anche in questo caso, l'offerta italiana risulta essere molto carente. Per questo motivo, nel nostro Paese, degli anziani non più autosufficienti si occupano spesso le mogli, le figlie, ecc. oppure essi sono una responsabilità delle badanti. Queste ultime sono soprattutto donne straniere con scarsa professionalità, che operano con poche o inesistenti tutele. E il ricorso alle badanti implica anche la continuazione e l'accentuazione delle disuguaglianze tra uomini e donne nel lavoro e nella famiglia.

Ad ogni modo, per il funzionamento domestico serve anche tutta una serie di altri servizi di sostegno. Infatti, per esempio, quando entrambi i partner lavorano c'è poco tempo per fare la spesa e cucinare e, poiché andare tutti i giorni al ristorante sarebbe troppo costoso, c'è bisogno di negozi che vendano cibi già pronti, oppure di servizi di catering a domicilio, o della spesa on-line con consegna a domicilio, e così via. Inoltre, i servizi producono altri servizi: ad esempio, per le famiglie che fanno la spesa on-line potrà essere più comodo utilizzare forme di assistenza informatica a domicilio. Quindi, è possibile affermare che il lavoro delle donne opera come moltiplicatore per l'espansione dei servizi.

In conclusione, la crescita dell'occupazione femminile comporta la realizzazione di una serie di vantaggi. Tuttavia, quest'incremento e questi vantaggi, in Italia potranno realizzarsi al meglio soltanto se prima si verificherà un cambiamento culturale che farà sì che gli oneri di cura non gravino più solo ed esclusivamente sulle spalle delle donne (Ferrera, 2009, pp. 82-83).

1.4 L'imprenditoria

Il settore dei (nuovi) servizi alle famiglie (ossia di quei servizi che accennavamo prima, come ad esempio il catering a domicilio) può dare impulso a forme di imprenditorialità femminile, senza contare che “nel lavoro autonomo sono meno difficili da superare quegli ostacoli alla carriera delle donne che caratterizzano tipicamente il lavoro dipendente nelle grandi organizzazioni private” (Ferrera, 2009, pag. 40).

Nell'ultimo decennio, in tutti i Paesi più avanzati, si è registrato un notevole incremento della creazione di imprese femminili. I tassi di crescita più alti si hanno negli USA, ma ci sono tendenze analoghe anche in Europa (Franchi, 1992, pag. 13).

Negli Stati Uniti, è stato osservato che tra il 1997 e il 2002 le donne americane hanno lanciato una media di 424 iniziative imprenditoriali al giorno e nel 2004 erano censite quasi sette milioni di piccole e medie imprese intestate a donne. Ciò è stato possibile anche perché negli USA la creazione di imprese di piccole e medie dimensioni è abbastanza facile, grazie all'alto grado di liberalizzazione del mercato del lavoro, dei prodotti (inclusa la loro distribuzione commerciale) e dei servizi. In Europa, recentemente, anche la Danimarca e l'Olanda hanno registrato un significativo aumento dell'imprenditoria femminile dovuto, pure in questo caso, a politiche di

liberalizzazione che negli ultimi anni hanno interessato entrambi questi Paesi (Ferrera, 2009, pp. 40-41). In Italia il numero delle imprenditrici si è incrementato soprattutto negli ultimi anni e nel nostro Paese non solo, come è ovvio, svolgono diversi tipi di attività, ma tra di esse vi sono varie differenze nel livello di scolarità, nell'investimento nel lavoro, nel bagaglio professionale, e così via. Pertanto, le imprenditrici italiane non costituiscono una categoria omogenea. E le motivazioni che le spingono a mettersi in proprio possono essere molto diverse per ognuna di esse. “Emerge così che l'imprenditoria può rappresentare per le donne un'occasione di rientro nel lavoro, uno strumento di flessibilità nella ricerca di compatibilità tra famiglia e mercato, ovvero una risposta ad esigenze di carriera e di realizzazione comprese nel lavoro dipendente” (Franchi, 1992, pag. 17).

In Europa, inoltre, il peso delle imprenditrici varia in modo significativo da Paese a Paese. È stato osservato, ad esempio, che in Spagna e in Italia più di un quarto degli occupati ha un lavoro indipendente, mentre in Germania, Francia e Gran Bretagna i lavoratori sono più orientati al lavoro dipendente. In ognuno di questi Stati, però, se si considera l'imprenditoria ci sono più imprenditori maschi. La maggior parte degli imprenditori, sia maschi che femmine, in ogni Paese è molto più presente nel settore terziario, tuttavia, sono principalmente le donne che si concentrano in questo settore (David-Vicarelli, 1994, pag. 137). Soffermando l'attenzione sulla situazione italiana, si può notare che dal 1951 in poi si sono verificate diverse evoluzioni nella struttura occupazionale. Infatti, nel periodo che va dal 1951 al 1971 è avvenuto un forte calo del lavoro indipendente e si è prodotto un massiccio spostamento a favore del lavoro dipendente; si tratta di una tendenza che, però, si è invertita negli anni Ottanta. Osservando poi la composizione del lavoro indipendente femminile è possibile fare delle ulteriori considerazioni: in Italia nel 1951 il 68,7% delle donne che svolgevano un lavoro indipendente erano coadiuvanti, ossia figure legate a forme di economia familiare e

prevalentemente agricola; le imprenditrici rappresentavano il 2,2%; e tutte le altre lavoratrici autonome costituivano il 29%. A partire dagli anni Settanta, invece, in seguito allo sviluppo del settore terziario e alla crescita della scolarità delle donne si riducono le coadiuvanti e aumenta la percentuale delle imprenditrici. Inoltre, cambia considerevolmente la distribuzione delle imprenditrici per settore di attività economica. Avviene, infatti, un forte decremento delle donne imprenditrici in agricoltura, che passano dal 71% al 19%; mentre si ha un modesto aumento delle imprenditrici nell'industria e un considerevole aumento di quelle che operano nel terziario (David-Vicarelli, 1994, pag. 141). In questo quadro positivo, le ombre sono rappresentate dal fatto che il numero delle imprenditrici risulta essere sempre inferiore rispetto a quello degli imprenditori e che l'imprenditoria femminile appare, nella maggioranza dei casi, limitata esclusivamente a quei settori considerati tradizionalmente femminili e in cui la presenza delle donne è più alta anche nel lavoro dipendente. "I servizi alle persone, il commercio al minuto, l'abbigliamento, sono considerati, tanto per il lavoro dipendente quanto per quello autonomo, di naturale pertinenza delle donne; in altri rami di attività, la presenza femminile resta nettamente minoritaria" (David-Vicarelli, 1994, pag. 143).

Infine, bisogna tenere presente che è solo da un tempo relativamente breve che gli studiosi hanno iniziato a mostrare interesse verso l'imprenditoria femminile. Il lavoro delle donne imprenditrici, in effetti, è stato poco studiato e i primi Paesi a guardare questo tema con attenzione sono stati, tra gli anni Settanta e gli anni Ottanta, gli Stati Uniti e la Gran Bretagna. In Italia di questo argomento si sono occupati quasi esclusivamente gli economisti e poco i sociologi (Franchi, 1992, pag. 32). Quindi, non stupisce che l'attenzione verso le politiche di sostegno all'imprenditoria femminile sia un fenomeno abbastanza recente. Comunque, a tale obiettivo si richiama la

legge numero 215 del 25 Febbraio 1992 che ha per titolo “Azioni positive per l’imprenditoria femminile” (David-Vicarelli, 1994, pag. 135).

CAPITOLO 2

L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

2.1 L'impresa vincente

Prima di iniziare a discorrere specificatamente sul tema dell'imprenditoria delle donne è necessario sottolineare che un'impresa, a prescindere dal fatto che sia a prevalente conduzione femminile o maschile, per poter essere *vincente* (dal punto di vista economico) deve avere determinate caratteristiche. In questa sede, però, consideriamo soltanto le caratteristiche che, per essere vincenti, devono possedere le imprese create ex-novo e di piccole dimensioni.

Secondo una prospettiva scientifica del concetto di impresa, conosciuta come *organizzazione e mercato* o *economia dell'organizzazione*, l'impresa è la forma che regola gli scambi tra gli attori economici (come le transazioni tra imprenditore e prestatori di lavoro), attraverso una relazione gerarchica. Ciò significa che vengono considerate imprese tutte le attività di produzione e di servizio in cui l'imprenditore (o il commerciante, o il gestore di un servizio, e via dicendo) si avvale di personale dipendente, ossia di personale su cui esercita la suddetta relazione gerarchica grazie ad un contratto liberamente stipulato dalle parti. In virtù della gerarchia, è all'imprenditore-proprietario che spetta il compito di regolare le transazioni interne, cioè il compito di gestire i rapporti con i dipendenti o di decidere in merito alla tecnologia da utilizzare, e così via. Tuttavia, quando l'imprenditore è composto da più soci o dai membri di un nucleo familiare le transazioni non vengono governate dalla gerarchia. Ogni attore, infatti, assume un elevato impegno interiore nei confronti degli obiettivi dell'impresa e i rapporti che intercorrono tra di essi si basano sulla fiducia e sulla lealtà. *Un'impresa così definita è vincente quando*

la sua gestione è economica, ossia quando produce ricchezza e ottiene redditi positivi che le consentano di stare sul mercato (Franchi, 1992, pag. 92).

L'economicità gestionale può misurarsi attraverso due tipi di parametri. Il primo tipo riguarda parametri economico-finanziari, i quali a loro volta si distinguono in parametri di espansione (come la quota di mercato e la crescita dei mezzi propri) e parametri di redditività (per esempio la redditività delle vendite e del capitale investito). Il secondo tipo di parametri si riferisce invece a risorse invisibili, ovvero alla fiducia dei consumatori, all'immagine di marca, al controllo della distribuzione, alla capacità di management e, più in generale, a tutte le risorse basate sull'informazione. Ad ogni modo, l'economicità si persegue avvalendosi degli strumenti e dei modelli cognitivi forniti dall'economia aziendale: il calcolo dei costi per le decisioni e per il controllo; il punto di pareggio; le logiche di fissazione dei prezzi di vendita; il calcolo del reddito di esercizio; la determinazione del fabbisogno finanziario, ecc. Inoltre è importante ricordare che la condotta dell'impresa è guidata dal principio della massimizzazione del profitto (che determina la selezione naturale delle aziende) e dal principio della dominanza (che è costituito dall'insieme delle decisioni e dei comportamenti aziendali volti a garantire la posizione di superiorità dell'impresa nei confronti della concorrenza per quel che concerne il soddisfacimento dei bisogni di un determinato gruppo sociale).

Infine, per avere un'impresa che sia vincente, è di fondamentale importanza il ruolo dell'imprenditore.

Secondo la teoria economica, l'imprenditore deve svolgere funzioni di *innovazione, organizzazione e gestione del rischio*:

1. l'imprenditore è un *innovatore* in quanto la nascita e lo sviluppo di una nuova impresa costituiscono il cambiamento cosciente e attivo di una realtà preesistente, ciò vuol dire che l'imprenditore deve essere in grado di rompere la situazione economica esistente in un dato periodo e di

governare il cambiamento organizzativo nell'impresa. E l'innovazione raggiunge il suo massimo livello quando l'imprenditore realizza per il mercato una nuova combinazione prodotto-uso o un nuovo processo, cioè un nuovo modo di costruire, di distribuire o di consumare.

2. in secondo luogo l'imprenditore è un *organizzatore* perché sposta le risorse (il lavoro e il capitale investito in materiali, impianti, ecc.) dai vecchi impieghi ai nuovi (cioè agli impieghi richiesti dall'innovazione), le combina e le controlla in modo da riuscire a minimizzare i costi delle transazioni che caratterizzano la gestione aziendale.
3. in ultimo, l'imprenditore è un *gestore del rischio* per via del fatto che si trova ad operare in un ambiente incerto, in cui è di fondamentale importanza la raccolta di informazioni interne ed esterne all'impresa per poter prendere decisioni economicamente efficienti in merito alle transazioni da realizzare e concludere.

Tutto ciò rende evidente che per un imprenditore è necessario apprendere una serie di capacità professionali da integrare a quelle personali. Ma qui nasce un interrogativo molto problematico: in che misura l'apprendimento di tali capacità deve avvenire attraverso l'esperienza sul campo e in che misura attraverso un processo di apprendimento formale? Trovare una risposta è difficile poiché dipende da vari fattori quali, ad esempio, la cultura dell'imprenditore, l'esistenza di valide infrastrutture di formazione manageriale, la possibilità economica della loro fruizione, e così via. In generale, però, è possibile affermare che "la formazione in aula integrata all'esperienza empirica è più efficiente rispetto all'apprendimento unicamente esperienziale" (Franchi, 1992, pp. 97-98).

Inoltre, ogni impresa vincente deve essere in grado di riuscire a superare i tre momenti fondamentali del proprio ciclo di vita: la *nascita*, il *consolidamento* e la *crescita*. Un utile strumento di cui possono avvalersi le aziende per superare queste fasi sono i modelli del ciclo di vita. Tra di essi,

quelli che spiegano meglio le condizioni facilitanti per la *nascita* e il consolidamento economico della nuova impresa sono il modello della localizzazione dei servizi, il modello dell'incubatrice e il modello filtering down. Secondo la teoria della localizzazione dei servizi, la nascita delle nuove imprese si concentra nelle aree urbane poiché in tali aree si trovano i servizi che consentono la loro creazione e ne rendono più semplice la sopravvivenza; la teoria dell'incubatrice si fonda sullo stesso presupposto però, a differenza della precedente, si concentra soltanto sulla nascita di nuove piccole imprese industriali, mono-impianto e con basso tasso innovativo nei prodotti; mentre la teoria del filtering down analizza il rapporto tra la nascita di nuove imprese industriali e l'innovazione tecnologica, e anche in questo caso si considera rilevante il ruolo delle cosiddette economie esterne di urbanizzazione (se un'impresa nasce in un'area urbana dove sono presenti diversi servizi per essa utili, è più probabile che abbia un elevato tasso innovativo).

Dunque, nelle teorie sopracitate, è importante l'effetto delle economie esterne di urbanizzazione. Tale effetto, però, si riduce all'aumentare delle dimensioni delle imprese, infatti quando un'impresa cresce diventa più conveniente internalizzare molte attività e spostare la sua ubicazione ai confini o al di fuori della città.

Il *consolidamento* dell'attività aziendale è un processo di morfostasi che si alterna ai periodi di crescita. La morfostasi è il momento del processo gestionale in cui si tende a preservare la struttura e lo stato acquisito dall'impresa, ovvero i clienti, i dipendenti, i livelli di efficienza, ecc. In altri termini, durante la fase del consolidamento si cerca di creare tutte le condizioni che poi serviranno per l'espansione successiva dell'azienda (Franchi, 1992, pp. 100-102).

La *crescita* dell'impresa, infine, comporta l'aumento della complessità gestionale e anche in questo caso può essere utile avvalersi di modelli economici. Quello più indicato per spiegare la fase della crescita è il modello

di Scott secondo il quale il processo evolutivo di un'azienda si svolge in tre stadi di sviluppo, ognuno caratterizzato da un preciso assetto strategico e da una coerente organizzazione del sistema aziendale. Comunque, lo scopo principale della teoria di Scott è stimolare l'imprenditore a porre maggiore attenzione sull'importanza delle decisioni organizzative. "L'impresa vincente è quella che riesce a modificare la sua organizzazione al cambiare della strategia nel passaggio da uno stadio di sviluppo a quello seguente. Per le imprese nuove o relativamente giovani ciò significa saper passare dalla struttura elementare (primo stadio), alla struttura funzionale (secondo stadio), cambiando tutte le regole organizzative del gioco" (Franchi, 1992, pag. 109). Si tratta di un cambiamento particolarmente difficile quando, in un dato momento, le cose funzionano bene in quanto questo comporta la modifica della cultura aziendale esistente (che inizialmente coincide con quella personale dell'imprenditore). Considerare l'impresa come una sequenza di stadi di sviluppo aiuta l'imprenditore a trovare i problemi nascosti nel processo di crescita.

L'ultima caratteristica di una piccola e nuova impresa che sia vincente è il contesto in cui si trova ad operare. L'impresa vincente, infatti, è il risultato dell'azione imprenditoriale e del sistema-ambiente. Quest'ultimo è costituito dall'insieme degli attori istituzionali coinvolti nella produzione di ricchezza, come gli enti pubblici, le altre imprese e i sindacati. L'ambiente viene analizzato tenendo conto della managerialità, ossia dell'insieme delle prassi, dei metodi e delle tecniche finalizzate a processi razionali delle decisioni e delle scelte di impresa. E la managerialità si sviluppa attraverso un processo collettivo, cioè composto da un insieme di fasi presidiate da attori istituzionali diversi (Franchi, 1992, pp. 112-113).

All'interno delle aziende sorgono dei problemi manageriali che possono essere risolti attraverso il ricorso a tali attori.

Più nello specifico, si tratta di:

1. *risolutori*, come società di consulenza direzionale e società di progettazione, che risolvono i problemi direttamente;
2. *concettualizzatori*, come le Università e gli enti di ricerca pubblici e privati, che osservano le soluzioni empiriche e sviluppano i modelli normativi di riferimento;
3. *diffusori*, come le scuole di formazione, che trasformano le competenze manageriali per modificare le pratiche esistenti;
4. e *catalizzatori*, come gli enti statali o i sindacati delle imprese e dei lavoratori, che fanno evolvere la managerialità e si integrano agli altri attori.

L'efficienza di queste infrastrutture manageriali dipende dall'organizzazione degli attori istituzionali e dalla qualità delle loro relazioni. Inoltre tra gli attori del sistema deve emergere un leader, un esponente di punta che funga da perno d'integrazione.

In Italia, purtroppo, il sistema di tali infrastrutture ha ancora un grado di integrazione inadeguato, basti pensare ad esempio che gli interventi degli enti pubblici sono ancora episodici e sordinati. Questa situazione ostacola la nascita e lo sviluppo delle nuove imprese, infatti avviene spesso che molti potenziali imprenditori ignorano del tutto l'esistenza di iniziative di formazione all'imprenditorialità oppure, se ne sono a conoscenza, si trovano di fronte ad un'offerta insufficiente o inadatta ai loro bisogni.

In definitiva, l'ambiente in cui l'impresa si trova ad operare è vincente se riesce a prevenire e a soddisfare i bisogni imprenditoriali in modo complessivamente efficiente.

2.2 L'imprenditoria femminile

“Lo status di impresa femminile, in Italia, è assegnato alle imprese con partecipazione femminile superiore al 50% (presenza maggioritaria), superiore al 60% (presenza forte), ed esclusiva (totale copertura da parte di donne nel ruolo di socio o titolare). Quest'ultima categoria rappresenta quasi il 90% delle imprese femminili” (Favretto-Sartori, 2007, pag. 62).

Le imprese femminili italiane costituiscono il 23,8% del totale delle imprese, ma la loro distribuzione varia significativamente da una zona all'altra del Paese. In particolare, i due estremi sono rappresentati dal Molise che vede la maggiore concentrazione di tali imprese (il 32,2%), e dalla Toscana e dall'Emilia-Romagna che invece toccano la quota più bassa (solo il 20,1%) (Favretto-Sartori, 2007, pag. 62). L'imprenditoria femminile, inoltre, è un fenomeno in crescita in molti Paesi. Sebbene la maggior parte dei proprietari e dei gestori di aziende risulti essere ancora composta in prevalenza da persone di sesso maschile, è tuttavia possibile riscontrare che al giorno d'oggi sempre più donne si stanno interessando alla creazione e alla direzione di piccole e medie imprese.

Le imprese femminili sono organizzate, nella maggior parte dei casi, in forma di ditta individuale, mentre sono ancora pochissime quelle che assumono la forma giuridica di società di capitali. Secondo alcuni autori ciò è dipeso dal fatto che le piccole imprese rappresentano il terreno più propizio per sperimentare la capacità imprenditoriale, poiché si ha una maggiore familiarità con la rete commerciale, si ha la possibilità di instaurare relazioni che consentono di orientare e facilitare l'ingresso nel mercato, e anche per via della più diretta assunzione di responsabilità da parte di ogni lavoratore. In un'azienda di piccole dimensioni, infatti, ogni dipendente può e deve prendere l'iniziativa per risolvere gli eventuali problemi che possono sorgere o per migliorare la qualità del prodotto e il processo di produzione. Altri autori però

sostengono che un'imprenditorialità qualificata può sorgere soltanto nelle aziende di grandi dimensioni in quanto queste possiedono un più alto grado tecnologico e una migliore capacità manageriale (Franchi, 1992, pp. 33-34).

Le imprenditrici, infine, vengono spesso ostacolate nello svolgimento della loro attività per via di alcuni "miti" legati al loro genere, come la presunta inabilità delle donne a creare imprese o ad interessarsi agli investimenti. Così succede, per esempio, che si riscontrino vari problemi per l'accesso al credito (Franchi, 1992, pag. 54). I supporti finanziari sono essenziali per la creazione, lo sviluppo e il successo di qualunque azienda e esserne escluse, o comunque subirne delle limitazioni, penalizza fortemente le imprenditrici (Favretto-Sartori, 2007, pag. 67).

Le difficoltà di accesso alle fonti di finanziamento si hanno poichè le imprenditrici vengono considerate poco credibili dal sistema creditizio e la conseguenza è una sottocapitalizzazione delle imprese. Senza contare che le insufficienti informazioni, che ancora troppo frequentemente si hanno sugli incentivi pubblici, fanno sì che tuttora le donne utilizzino questi strumenti solo di rado (Franchi, 1992, pag. 54).

Le barriere di accesso ai fondi che esse incontrano sono di tre tipi, più precisamente si tratta di: vincoli strutturali, vincoli che riguardano il capitale umano o che sono relativi alle scelte strategiche. Le barriere strutturali si riferiscono al fatto che il mondo degli investitori è prevalentemente maschile. È un ambiente costituito e costruito soprattutto da maschi, gli uomini rappresentano la maggioranza e, per tale ragione, avviene che le donne vengano spesso percepite come delle "intruse", come persone meno legittimate a muoversi al suo interno. Succede poi che le aspiranti imprenditrici che richiedono fondi e supporti finanziari abbiano un capitale umano e professionale che gioca a loro svantaggio. Infatti esse di frequente provengono da ruoli lavorativi in cui non hanno potuto sviluppare competenze manageriali oppure non hanno mai occupato posizioni di rilievo.

In ultimo, le scelte strategiche che le donne attuano sono spesso delle barriere agli investitori esterni. Questi, di solito, prevedono un controllo a medio-lungo termine sull'impresa, ma per le donne imprenditrici mantenere il controllo personale dell'attività è ritenuto di notevole importanza.

Tutto ciò rappresenta la ragione per la quale le imprenditrici tendono a puntare più sull'impiego delle loro risorse personali che non sulla richiesta di capitali esterni (Favretto-Sartori, 2007, pag. 67).

2.3 L'importanza del capitale relazionale nelle imprese femminili

“Le relazioni sono risorse di fiducia che incrementano il valore dell'azienda e l'efficacia dei processi di scambio e di competitività sul mercato” (Paoloni, 2011, pag. 31).

Le relazioni di un'impresa possono essere interne o esterne: le prime sono quelle che legano tra loro i diversi soggetti aziendali quali proprietario, manager e dipendenti; le seconde, invece, sono quelle che mettono in collegamento l'impresa e gli stakeholder, si tratta quindi di relazioni di scambio commerciale, di affiliazione ad associazioni, e via dicendo. E il capitale relazionale di un'impresa è inteso come una forma di ricchezza che riguarda il valore delle relazioni che sussistono tra un'azienda e tutti i suoi stakeholder (Paoloni, 2011, pag. 34).

Per quanto riguarda le imprese femminili, molti studiosi concordano nel dire che le donne adottano un approccio a rete (networking approach). Cercano cioè di stabilire delle relazioni informali al fine di reperire informazioni, di accrescere l'autostima e la fiducia nelle proprie capacità (molte imprenditrici infatti hanno il difetto di non credere abbastanza in se stesse), e di elaborare modelli di comportamento nei quali potersi riconoscere (Franchi, 1992, pag. 55).

Le imprenditrici ricorrono al networking in tutte le fasi del ciclo di vita dell'azienda, ma vi ricorrono in misura più rilevante durante la fase dello start up. Le relazioni costruite dalla donna imprenditrice in questa fase, infatti, risultano fondamentali per poter soddisfare quei bisogni che sono indispensabili per il buon esito dell'attività imprenditoriale. Inoltre, come abbiamo visto, quando si avvia un'azienda le imprenditrici incontrano una serie di difficoltà finanziarie, le quali dipendono dalla carenza di informazioni o sono di ordine psicologico e burocratico. Per riuscire a superare questi problemi, poter contare su una rete di supporto capace di infondere in loro sicurezza costituisce senza dubbio un aiuto importante. E questa rete è normalmente composta da soggetti collegati all'impresa con cui si intrattengono relazioni informali ma permanenti (Paoloni, 2011, pag. 254). Per esempio può trattarsi delle famiglie di origine, ma anche di amici e conoscenti delle imprenditrici che, avendo già percorso un cammino analogo, rappresentano per esse una notevole fonte di informazioni (Franchi, 1992, pp. 34-35).

Fare rete è una caratteristica tipica dell'imprenditoria femminile, una caratteristica dovuta soprattutto alla tendenza delle donne di cercare di integrare la dimensione professionale con quella familiare. Ciò costituisce una profonda differenza rispetto alle imprese maschili in quanto gli uomini tendono, il più delle volte, a separare in modo abbastanza netto sfera familiare, sociale e lavorativa. In altre parole, è possibile affermare che le donne che possiedono e dirigono un'impresa intendono la rete come la creazione di una necessaria connessione tra lavoro, famiglia e comunità, che frequentemente coincide anche con il motivo principale per cui hanno preso la decisione di fare impresa. Esistono varie ragioni che portano le donne a prendere la decisione di diventare imprenditrici, molto dipende anche dai vissuti personali e professionali di ognuna di loro, ma è stato osservato che

spesso l'idea di fondo è proprio quella di riuscire a conciliare meglio la vita professionale con quella privata.

Le imprese femminili inoltre sono spesso di piccole dimensioni, pertanto, rispetto a quelle più grandi, si opera in modo più informale. L'informalità costituisce proprio la ragione principale per cui, in tali aziende, è molto forte l'esigenza di creare delle relazioni con gli stakeholder, i dipendenti e l'ambiente circostante al fine di raggiungere gli obiettivi stabiliti. I rapporti che si instaurano, quindi, sono personali, informali e, spesso, casuali oppure si fondano su relazioni di lungo termine che appartengono alla sfera personale dell'imprenditrice. Le imprese di piccole dimensioni, infine, condividono conoscenze e competenze con altre piccole imprese, e mirano all'integrazione come fattore di successo competitivo. Per queste aziende, dunque, la capacità di costruire relazioni è funzionale alla creazione di reti efficaci per promuoverne lo sviluppo.

In conclusione, il capitale relazionale delle imprese femminili è formato da un insieme di relazioni informali, generalmente permanenti, che fanno capo all'imprenditrice e che possono facilitarla nell'accesso a risorse fondamentali per l'andamento dell'impresa. Le reti create dalle imprenditrici sono quasi sempre composte da poche persone, tutte o quasi di genere femminile, e il loro utilizzo risulta fondamentale soprattutto nella fase in cui si avvia l'attività (Paoloni, 2011, pag. 85).

2.4 Differenze di comportamento tra imprenditori e imprenditrici

“Superata la fase di avvio dell’impresa, l’approccio organizzativo seguito dai neoimprenditori, maschi e femmine, nella conduzione dell’impresa è improntato a comportamenti diversi, che riflettono le differenze nelle risorse investite e negli obiettivi perseguiti”. Queste differenze possono essere meglio illustrate facendo riferimento a due modelli di comportamento speculari e che vengono definiti con i termini di “*approccio strategico*” e “*approccio evolutivo*” (Franchi, 1992, pag. 55).

L’*approccio strategico* consiste nel definire in modo preciso sia gli obiettivi che le tappe per raggiungerli. L’obiettivo principale è rappresentato dalla crescita dell’impresa, la misura del risultato ottenuto si effettua in base a parametri esclusivamente economici, e le soluzioni organizzative sono di tipo gerarchico. Nell’azienda, inoltre, vengono investite delle ingenti somme di denaro reperite facendo ricorso al credito, le capacità manageriali sono considerate determinanti per il suo successo e il suo sviluppo, e fin dall’inizio si usufruisce di un certo numero di dipendenti (David-Vicarelli, 1994, pag. 161).

L’*approccio evolutivo*, invece, è un percorso di nascita dell’impresa prevalentemente informale: per realizzare il prodotto o il servizio vengono impiegate quasi esclusivamente risorse personali e per valutare il risultato ottenuto si considera la soddisfazione della clientela più che il profitto (David-Vicarelli, 1994, pag. 162). Quest’ultimo approccio è quello di solito utilizzato nel caso delle imprese femminili. (Franchi, 1992, pag. 56). Le donne imprenditrici, infatti, si basano molto sulle loro intuizioni; sviluppano l’impresa gradualmente, a piccoli passi; l’organizzazione della loro azienda è quasi sempre informale; spesso si autofinanziano; di solito non hanno dipendenti; misurano il loro risultato in base al grado di soddisfazione del cliente e non tenendo conto degli introiti.

L'approccio strategico, al contrario, è tipico degli imprenditori maschi: la loro idea di avviare l'attività non nasce dall'intuizione ma è frutto di un progetto; lo sviluppo dell'impresa avviene attraverso un'accurata pianificazione; i capitali necessari vengono reperiti attraverso il credito bancario; oltre ai soci lavora nell'impresa anche personale dipendente; infine il risultato del proprio lavoro si valuta in base ai ricavi ottenuti (David-Vicarelli, 1994, pag. 162).

Infine, è importante sottolineare che l'approccio gestionale femminile, mentre in passato veniva visto come un limite, oggi è considerato come un punto di forza per le imprese. In condizioni di incertezza, infatti, è più efficace puntare sulla comunicazione e l'informalità al fine di raggiungere la flessibilità necessaria che permette ad un'impresa di poter sopravvivere in un ambiente economico concorrenziale e diversificato (Franchi, 1992, pag. 56). In altri termini, "l'abitudine alla flessibilità, l'attenzione agli aspetti relazionali, la capacità organizzativa accumulata in tante mansioni impiegate e, perché no, anche nella gestione quotidiana del tempo, rappresentano una risorsa di cui le iniziative imprenditoriali possono giovare" (David-Vicarelli, 1994, pag. 166).

2.5 Differenti tipologie di imprenditrici

Diversi autori affermano che, non solo esistono delle differenze tra imprenditrici e imprenditori, ma esistono anche delle differenze tra le stesse imprenditrici.

Watkins e Watkins identificano quattro profili di imprenditrici: le *tradizionali*, le *innovatrici*, le *casalinghe* e le *radicali* (Watkins-Watkins, 1984).

Le *tradizionali* non sono molto qualificate, sono collocate in posizioni che non offrono alcuna possibilità di carriera, e l'unica ragione che le spinge ad avviare un'attività è la necessità di contribuire al reddito familiare esiguo e non invece il desiderio di affermarsi e realizzarsi. Le *innovatrici* sono imprenditrici che avviano le loro aziende per via delle scarse possibilità di carriera sperimentate nel lavoro dipendente. Il lavoro rappresenta un aspetto fondamentale della loro vita, decisamente più importante dei ruoli considerati femminili per tradizione. Esse considerano il lavoro autonomo come l'unico mezzo per riuscire ad ottenere i risultati economici e il successo personale che auspicano e che il lavoro dipendente non ha loro consentito. Le *casalinghe* sono poco propense verso i valori imprenditoriali e sono fortemente legate ad un ruolo tradizionale: per queste donne l'imprenditoria è un modo per sentirsi gratificate, anche se non dal punto di vista monetario, e consente loro di avere una certa autonomia all'interno dei parametri stabiliti dagli obblighi domestici. Spesso le relazioni con i clienti e/o con il sistema creditizio sono tenute dai mariti, operano in un mercato decisamente ridotto e considerano le attività che hanno creato e che gestiscono soltanto come un aspetto secondario della propria vita. Le *radicali*, infine, sono imprenditrici che si considerano femministe e creano imprese cooperative al solo scopo di favorire, nel lungo periodo, gli interessi delle donne. Pertanto non sono spinte dalla volontà di conseguire degli utili o di realizzarsi da un punto di vista professionale, bensì

dagli ideali in cui credono da sempre e per cui lottano incessantemente (Franchi, 1992, pag. 45).

Altri due autori, Carter e Cannon, identificano invece cinque profili di imprenditrici: le *drifters*, le *young achievers*, le *high achievers*, le *returners* e le *traditionalists*. Inoltre Carter e Cannon affermano che la collocazione delle imprenditrici nei diversi gruppi non è statica, in quanto può capitare che, tra un gruppo e l'altro, si verificano degli spostamenti (Carter-Cannon, 1988).

Le *drifters* sono donne giovanissime che per sfuggire alla disoccupazione hanno deciso di mettersi in proprio. Se l'autoimpiego si rivela un'esperienza positiva e di successo le induce a diventare simili alle imprenditrici collocate nel secondo gruppo; se, al contrario, si rivela un'esperienza negativa può spingerle a decidere di lasciar perdere il lavoro autonomo per cercarne uno dipendente. Le *young achievers* sono giovani imprenditrici orientate al successo, possiedono un livello di istruzione molto elevato e per questo motivo investono moltissimo nel lavoro. Per via della loro giovane età non hanno esperienze lavorative precedenti, però riescono a compensare questa mancanza frequentando intensivamente dei corsi di formazione e creando delle relazioni vantaggiose per lo svolgimento della loro attività. Le *high achievers* sono invece delle donne più adulte, con grandi aspirazioni in merito alla propria carriera e varie esperienze lavorative alle spalle. Esse considerano l'impresa come un'occasione di crescita professionale e, in alcuni casi, anche come uno strumento per rendere più elastici i propri orari riuscendo a combinare meglio lavoro e famiglia. Le *returners* sono donne che decidono di rientrare nel mondo del lavoro dopo un periodo di inattività dovuta, il più delle volte, alla nascita dei figli. Per esse fare impresa vuol dire avere una fonte di guadagno e conciliare altresì la vita professionale con la vita privata. Le *traditionalists*, infine, sono imprenditrici per le quali l'impresa rappresenta una tradizione di famiglia. Provengono da una famiglia che opera da tempo in questo campo, conoscono bene i meccanismi imprenditoriali e possono

contare su una rete di relazioni utili per lo svolgimento della loro attività (Franchi, 1992, pagg. 46 e 47).

Ancora altri due autori, Cromie e Hayes, sostengono che si possono distinguere tre tipologie di imprenditrici: le *innovatrici*, le *dualiste* e le *imprenditrici di ritorno* (Cromie- Hayes, 1988).

Le *innovatrici* sono così chiamate in quanto considerano l'impresa come il mezzo per sviluppare la propria carriera lavorativa. Sono donne che non hanno figli e che per questa ragione sono riuscite, in passato, ad avere significative progressioni di carriera arrivando a ricoprire ruoli di rilievo e prestigio. Arrivate ad un certo punto, però, hanno cominciato ad incontrare una serie di ostacoli e hanno ricevuto impedimenti per ulteriori avanzamenti professionali. Molte hanno subito anche delle discriminazioni poiché erano impiegate in attività che, nonostante i loro alti livelli di istruzione, non offrivano loro alcuna qualificazione. Arrivano a maturare la decisione di mettersi in proprio per via dell'insoddisfazione che il lavoro dipendente ha causato loro, per l'insofferenza nei confronti dell'autorità, per il desiderio di ottenere successo, per la voglia di autonomia e, solo in ultimo, per il denaro. Le imprese che creano di solito operano nel settore manifatturiero. Tali imprenditrici, inoltre, rifiutano i ruoli considerati tradizionalmente femminili e i loro percorsi non sono molto diversi da quelli di tanti imprenditori uomini che, avendo sperimentato difficoltà ad affermarsi, hanno deciso di imboccare la strada dell'autonomia. Poi ci sono le *dualiste*. Esse vengono definite in questo modo per via del fatto che la decisione di mettersi in proprio scaturisce dalla loro esigenza di ricoprire un duplice ruolo, lavorativo e familiare. Esse di solito hanno sperimentato avanzamenti di carriera in quelle occupazioni considerate tradizionalmente femminili, diventando professioniste e dirigenti. La loro età media è di circa trent'anni e tutte hanno dei figli. Non volendo rinunciare ad avere un'occupazione dopo la nascita dei figli e sperando di riuscire a conciliare al meglio i ruoli di lavoratrici e mamme, cercano

un'alternativa per ottenere degli orari più flessibili rispetto a quelli del lavoro dipendente. Al contrario delle innovatrici, che vedono l'imprenditoria come un modo per ottenere un avanzamento di carriera, le dualiste cercano di ridurre il loro impegno lavorativo in modo tale da avere a disposizione più tempo da dedicare alla propria famiglia. Infine, ci sono le *imprenditrici di ritorno*. Questo gruppo è formato da donne che hanno in comune il fatto che, diversi anni prima, hanno lasciato il lavoro per dedicarsi esclusivamente e totalmente alla cura dei loro figli. Esse decidono di dare vita a un'impresa, non per ragioni economiche, ma perché ambiscono a recuperare l'autonomia a cui avevano rinunciato per amore della famiglia e desiderano sentirsi gratificate. Queste imprenditrici, di solito, hanno livelli di professionalità bassi e nei loro passati impieghi non sono mai arrivate a ricoprire incarichi di responsabilità. Anche per questo, dopo la nascita dei loro bambini, avevano deciso di lasciare il lavoro, perché in realtà avevano ben poco da perdere. Ad ogni modo, quando decidono di rimettersi in gioco e ritornare sul mercato del lavoro, capiscono di avere poche opportunità, per cui l'imprenditoria per loro rappresenta l'unica opportunità di uscire da una situazione di costrizione (Franchi, 1992, pag. 48).

2.6 Ragioni per diventare imprenditrici e modalità di ingresso nell'imprenditoria

Le donne possono decidere di mettersi in proprio per svariati motivi, ma i più comuni, come nel caso degli uomini, sono il desiderio di indipendenza e la volontà di fare qualcosa. Tuttavia c'è da dire che per le donne il termine indipendenza può assumere numerosi significati, significati diversi a seconda della fase della vita in cui si trovano. Per esempio per le più giovani indipendenza può voler dire ovviare al problema della disoccupazione attraverso l'autoimpiego, mentre per le più adulte (che in linea di massima hanno sperimentato dei blocchi alla carriera nelle loro precedenti occupazioni) di solito vuol dire potersi affermare professionalmente ed economicamente. Poi ci sono donne che attribuiscono all'indipendenza un'accezione economica: si tratta di coloro che hanno lasciato la loro vecchia occupazione per dedicarsi completamente alla cura dei figli e che, una volta che questi sono cresciuti, vogliono ricominciare a lavorare. O ancora ci sono altre donne che intendono l'indipendenza come la libertà di gestione del proprio tempo, una libertà, quindi, che consente loro di riuscire a conciliare al meglio la sfera lavorativa e quella familiare (Franchi, 1992, pp. 49-50).

Alla luce delle considerazioni sopracitate, si possono distinguere quattro possibili modalità di ingresso delle donne nell'imprenditoria. Ad ogni percorso corrisponde un diverso profilo di imprenditrice, con determinate caratteristiche socio-anagrafiche e differenti motivazioni.

La principale modalità d'ingresso è frutto di un'*evoluzione*, consiste cioè nel passaggio dal lavoro dipendente (durante il quale si sono acquisite determinate competenze) a quello indipendente. Si avvia un'attività che opera nello stesso campo in cui operava l'azienda presso cui si è svolto il lavoro dipendente (spesso si tratta del settore dell'abbigliamento o del settore dei servizi alle persone). Le donne che decidono di fare ciò sono spinte dalla

volontà di realizzarsi, dalla speranza di vedere in tal modo riconosciuta la propria professionalità che nel lavoro dipendente, invece, era compressa. Questo passaggio, inoltre, non è segnato dalla costrizione bensì dal pensiero che un avanzamento di carriera preveda necessariamente il passaggio ad un lavoro in proprio. Una caratteristica di questo percorso è la forte continuità poiché, anche quando si verifica un'interruzione del lavoro dovuta a questioni familiari, si tratta sempre di un periodo piuttosto breve che non mette in discussione la scelta di lavorare.

La seconda modalità è definita proprio con il termine *ingresso*. È una scelta di carriera autodeterminata, compiuta dalle giovani che decidono precocemente di mettersi in proprio. Queste donne non vogliono rispettare i tempi di progressione della carriera richiesti dal lavoro dipendente e non sono disposte ad accettare i condizionamenti imposti dalle gerarchie, così optano per il lavoro indipendente per via della loro idea di autonomia e di affermazione nel lavoro. Le imprese che creano operano nel terziario (si spazia dai servizi alle imprese ai servizi di tipo culturale e ricreativo) e la scelta del tipo di attività da svolgere è collegata ai fattori più vari, come un viaggio, interessi culturali, oppure può dipendere dalla facilità d'ingresso nel mercato o perfino dal caso. Questo percorso è tipico delle donne più giovani con elevati livelli d'istruzione, che investono molto nel lavoro, considerano il successo un obiettivo e puntano alla crescita professionale. Non citano il profitto come principale motivazione della loro scelta, ma lo considerano come una conferma della professionalità raggiunta. Inoltre, cercano l'autonomia e ritengono che il lavoro dipendente non offra loro sufficienti gratificazioni e prospettive. Il carattere distintivo di questo secondo percorso, al contrario del primo, è la discontinuità: queste imprenditrici hanno spesso alle spalle una serie di lavori diversi, brevi, precari, senza alcun nesso tra l'uno e l'altro.

La terza modalità d'ingresso nell'imprenditoria è il *rientro*. In questo caso si decide di avviare un'impresa poiché si è alla ricerca di un'occasione di lavoro. Queste donne, infatti, vogliono un'occupazione dopo anni di inattività. Hanno interrotto il lavoro in coincidenza della nascita dei figli e la decisione di riprenderlo ha luogo solo quando questi sono divenuti ormai adulti e le incombenze familiari si sono fatte meno pesanti. A questo punto riemerge il desiderio di un impegno al di fuori della famiglia. Vagliando le possibilità, però, il lavoro autonomo appare quasi sempre la loro unica alternativa. Le loro imprese operano quasi sempre nei settori considerati tradizionalmente femminili e che hanno scarse barriere all'entrata, come ad esempio il settore del commercio oppure quello dell'artigianato tradizionale.

La quarta e ultima modalità d'ingresso è rappresentata dalla *tradizione*, vale a dire dalla partecipazione all'impresa di famiglia. Si decide di continuare l'attività familiare e la continuità, in questi casi, è totale: con la professione, con la rete di relazioni originarie, con il luogo in cui si è nate e cresciute. Queste imprenditrici, nella maggior parte dei casi, affermano che avrebbero preferito avere un lavoro dipendente. A volte, però, capita che dopo l'imposizione iniziale subentra un inserimento attivo e consapevole. L'impresa comincia ad essere percepita come la propria impresa, pertanto si introducono innovazioni e si fanno cambiamenti. Tale percorso è particolarmente diffuso nelle aree contraddistinte da una molteplicità di microimprese e riguarda le attività manifatturiere. Una variante del seguente percorso si ha quando l'ingresso nell'imprenditoria si verifica per sostenere la realizzazione di un progetto che vede coinvolto qualche membro del nucleo familiare. Per esempio, un caso molto frequente è quello dell'impresa costruita sul secondo lavoro del marito. La proposta è di altri, anche le risorse appartengono ad altri, ma le donne svolgono comunque una considerevole mole di lavoro. Tuttavia, nonostante la quantità e la qualità del lavoro che

prestano nell'attività, il loro ruolo viene visto solo come una transizione che prepara al futuro inserimento dei figli (David-Vicarelli, 1994, pp. 152-155).

In definitiva, se concentriamo l'attenzione sulle motivazioni che sorreggono la scelta imprenditoriale delle donne possiamo notare che, nei quattro percorsi, quelle prevalenti sono sostanzialmente due: la ricerca di flessibilità nella gestione del proprio tempo e del proprio ciclo di vita; e la voglia di affermarsi, di realizzare un obiettivo, e di vedere riconosciuta e valorizzata la propria professionalità. Le quattro modalità d'ingresso delle donne nell'imprenditoria, inoltre, rinviano a quattro profili di imprenditrici. Per questo motivo, è possibile affermare che le imprenditrici, nella maggior parte dei casi, si distinguono in: *professioniste*, *creatrici*, *tradizionali e rientranti*. Quindi, tra le donne impegnate in ruoli imprenditoriali esistono numerose e rilevanti differenze. Ciò fa capire che non è possibile fare generalizzazioni su una presunta identità di genere. Senza contare che i percorsi imprenditoriali descritti possono essere benissimo declinati al maschile. Infatti, tralasciando il rientro (che è propriamente femminile), gli altri sono seguiti ugualmente dai maschi. Tuttavia, cambiano i pesi dei percorsi stessi e anche le caratteristiche dei soggetti. L'evoluzione dal lavoro dipendente al lavoro autonomo, per esempio, non solo è un percorso più diffuso tra gli uomini che non tra le donne, ma appaiono differenti anche i settori e le posizioni professionali in cui si sviluppa nei due casi. Di conseguenza sono diverse anche le risorse investite e i punti critici incontrati. Infine, è da ricordare che la ricerca di flessibilità è una motivazione del tutto inesistente per i maschi che decidono di avvicinarsi alla professione imprenditoriale (David-Vicarelli, 1994, pag. 160).

CAPITOLO 3

AZIONI POSITIVE PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

3.1 Cosa sono le azioni positive?

Le azioni positive sono uno strumento di attuazione delle politiche di pari opportunità, e il loro scopo consiste nel favorire l'inserimento delle donne nel mercato del lavoro e, soprattutto, nell'eliminare le disparità esistenti tra donne e uomini in ambito lavorativo. Introdotte per la prima volta nella legislazione statunitense degli anni Sessanta con l'obiettivo di contrastare, nei rapporti di lavoro, le discriminazioni fondate sulla razza, la religione, l'origine nazionale e il sesso, oggigiorno compaiono anche nel diritto dell'Unione Europea e nell'ordinamento legislativo dei singoli Stati membri (tra cui l'Italia). Si tratta, dunque, di una misura che punta a rimuovere gli ostacoli che si frappongono ancora adesso all'effettiva parità tra lavoratori e lavoratrici, e di carattere temporaneo poiché è destinata ad esaurirsi nel momento in cui il suo fine verrà pienamente raggiunto.

Le azioni positive possono distinguersi in azioni di natura promozionale e in azioni di natura risarcitoria. Le prime sono volte al superamento delle posizioni di svantaggio delle donne nel mondo del lavoro, mentre le seconde mirano a risolvere le discriminazioni in atto nelle retribuzioni e nella carriera. Più in generale, gli obiettivi delle azioni positive sono: l'eliminazione delle disparità nella formazione scolastica e professionale, nell'accesso al lavoro, nella progressione e nello svolgimento dell'attività lavorativa; il superamento della distribuzione del lavoro in base al sesso; la promozione delle donne nelle attività in cui sono meno presenti a livelli di responsabilità; favorire l'accesso delle donne al lavoro autonomo e alla formazione imprenditoriale; rendere più semplice l'equilibrio tra lavoro e responsabilità familiari, anche attraverso una più equa ripartizione dei compiti fra i sessi.

Per quanto concerne l'imprenditoria femminile, le azioni positive promuovono l'uguaglianza sostanziale e le pari opportunità tra uomini e donne nell'attività economica ed imprenditoriale, favorendo l'imprenditoria delle donne in tutti i settori economici. In Italia tale parità è tutelata dalla legge numero 215 del 1992 (Lepore, 1999, pag. 96).

3.2 La Legge 215/92

Il 25 Febbraio del 1992 è stata approvata in Italia la legge 215 intitolata Azioni positive per l'imprenditoria femminile. "La legge si propone la promozione di nuove attività imprenditoriali condotte da donne, nonché la formazione e lo sviluppo delle capacità imprenditoriali e manageriali delle donne e la qualificazione delle loro professionalità. Più specificatamente, gli obiettivi della seguente legge sono:

- favorire la creazione e lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche in forma cooperativa;
- promuovere la formazione imprenditoriale e qualificare la professionalità delle donne imprenditrici;
- agevolare l'accesso al credito per le imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile;
- favorire la qualificazione imprenditoriale e la gestione delle imprese familiari da parte delle donne;
- promuovere la presenza delle imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile nei comparti più innovativi dei diversi settori produttivi.

Per quanto riguarda il secondo punto, inoltre, ricordiamo che la formazione imprenditoriale e la qualificazione professionale avvengono attraverso l'attivazione di corsi (finalizzati all'acquisizione di conoscenze teoriche e

pratiche per intraprendere attività di imprese in un settore merceologico specificatamente individuato) e attraverso servizi di assistenza manageriale.

Il 14 Luglio del 2000 è stato poi emanato un nuovo regolamento sulla seguente legge, il quale stabilisce ulteriori agevolazioni a favore dell'imprenditoria femminile, semplifica le procedure per richiedere i finanziamenti e offre un sostegno diretto a tutti i progetti, promossi da imprenditrici, che prevedono l'avvio di una nuova azienda, l'acquisto di un'azienda preesistente o la realizzazione di attività innovative. E all'inizio del 2001 è stata anche emanata una circolare del Ministro dell'Industria con cui sono state fornite le indicazioni esplicative necessarie e la modulistica specifica da utilizzare per la richiesta delle agevolazioni; mentre con il decreto del 25 Novembre 2005 del Ministero delle Attività produttive sono stati individuati il limite minimo e il limite massimo di ammissibilità e i nuovi criteri nazionali di priorità delle domande. Infine, con la legge finanziaria del 2003 si è stabilito di concedere le agevolazioni alle imprenditrici per metà sottoforma di contributi a fondo perduto e per l'altra metà sottoforma di finanziamento a tasso agevolato (Buscaroli, 2008, pag. 571).

3.3 Beneficiarie e finanziamenti

I soggetti beneficiari che possono usufruire delle agevolazioni previste dalla legge 215/92 sono le imprese, operanti su tutto il territorio nazionale, che vengono considerate a prevalente partecipazione femminile. Più in particolare si tratta di:

- imprese individuali il cui titolare sia una donna;
- società di persone e cooperative in cui il numero delle donne socie rappresenti il 60% dei componenti della compagine sociale;

- le società di capitali in cui le donne possiedano almeno i 2/3 delle quote e in cui l'organo di amministrazione sia composto per almeno i 2/3 da donne.

Le piccole imprese, inoltre, possono usufruire delle agevolazioni previste dalla legge solo se hanno meno di 50 dipendenti e un fatturato inferiore a sette milioni di euro o un totale bilancio inferiore a cinque milioni di euro. Il requisito della partecipazione femminile nell'impresa deve sussistere nel momento in cui viene presentata la domanda per l'ottenimento delle agevolazioni e deve essere mantenuto almeno per i cinque anni successivi alla data di concessione di queste, altrimenti tali agevolazioni saranno revocate. Alla data di presentazione della domanda, le imprese richiedenti devono essere già costituite ed iscritte nel Registro delle imprese. Le imprese individuali che non risultano ancora iscritte nel registro possono comunque presentare la richiesta di agevolazione, a condizione che siano in possesso del numero di partita IVA e che provvedano all'iscrizione entro il termine finale di presentazione della richiesta. Sono considerati agevolabili i programmi di investimento presentati dalle imprese che operano in tre macrosettori: agricoltura; commercio, servizi, turismo; manifatturiero (Buscaroli, 2008, pp. 571-572).

Il settore agricoltura comprende anche silvicoltura, pesca, piscicoltura e servizi annessi; nel settore commercio, servizi e turismo rientrano il commercio all'ingrosso e al dettaglio, la riparazione di autoveicoli, motocicli, di beni personali e per la casa, alberghi e ristoranti, trasporti, magazzinaggio e comunicazioni, intermediazione monetaria e finanziaria, attività immobiliari, noleggio, informatica ed altre attività imprenditoriali, istruzione, sanità ed altri servizi sociali, altri servizi pubblici, sociali e personali; infine, nel settore manifatturiero rientrano estrazioni di minerali, attività manifatturiere varie, produzione e distribuzione di energia elettrica, costruzioni, gas e acqua.

Le spese considerate ammissibili per la realizzazione del programma di investimenti agevolato sono quelle sostenute per l'acquisto di impianti generali, macchinari e attrezzature, brevetti e software; opere murarie e relativi oneri di progettazione e direzione dei lavori; studi di fattibilità e piani d'impresa; servizi reali. I beni acquistati, inoltre, devono essere di nuova fabbricazione e restare di proprietà dell'impresa beneficiaria per almeno cinque anni dalla data di concessione.

Infine, il finanziamento assume la forma di contributo in conto capitale e l'intensità del contributo viene determinata secondo la localizzazione dell'impresa. In altri termini l'aiuto concesso dalla legge 215 dipende, oltre che dall'investimento, anche dalla Regione in cui si realizza il programma. Le imprese poi possono richiedere due tipi di regimi di contributo: il regime ordinario permette di concedere agevolazioni secondo le intensità massime di aiuto dello Stato alle imprese e, con tale sistema, il contributo può coprire fino al 50% del costo dell'investimento; il regime "de minimis" consente invece l'ottenimento di un aiuto dell'importo massimo di 100.000 euro (Santicioli-Viganò, 2001, pag. 111).

3.4 Le procedure

La legge 215 opera con un meccanismo detto "a bando". Questo meccanismo implica che il Ministero dello sviluppo economico dichiara che è possibile presentare la domanda per l'erogazione del contributo a partire da un determinato giorno e fino ad una data di chiusura dei termini. Le imprese interessate a partecipare al bando devono presentare la domanda di agevolazione alla propria regione entro la data indicata nel bando stesso. Per richiedere le agevolazioni sono necessari una serie di documenti. Le domande incomplete, infatti, vengono rigettate. La documentazione è costituita dal

modulo di richiesta delle agevolazioni; da una scheda tecnica in cui vengono riportati la descrizione dettagliata dell'iniziativa proposta ed i relativi dati economico-finanziari; dal certificato d'iscrizione al Registro delle imprese, dal titolo di disponibilità dell'immobile (perché le imprese interessate devono dimostrare di possedere già i locali in cui esercitare l'attività); un certificato del comune oppure una perizia giurata che attestino la destinazione d'uso dell'immobile (nel momento in cui viene presentata la domanda i locali delle imprese devono avere già la giusta destinazione d'uso in quanto, per esempio, un albergo potrà operare in un'area con destinazione ricettiva e non in un immobile adibito ad abitazione).

Alla fine le domande di agevolazione vengono posizionate in una graduatoria e, una volta preparata quest'ultima, saranno ammessi progetti fino ad esaurimento dei fondi. In altre parole, se un'impresa ha superato l'istruttoria ed è stata inserita nella graduatoria non è detto che riceverà l'aiuto finanziario richiesto. Per poterlo avere, infatti, occorre anche avere un punteggio sopra la media. Le graduatorie che riportano le aziende che saranno finanziate, vengono emesse entro 90 giorni dalla scadenza del termine ultimo di presentazione delle domande. Esse vengono stilate dalla Regione o dalla Provincia autonoma competente e, successivamente, vengono inviate al Ministero delle Attività Produttive che provvede alla loro pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale. Una volta rese note le aziende che hanno diritto all'agevolazione si procede all'erogazione della stessa. E l'erogazione avviene in due quote: la prima è disponibile già trenta giorni dopo la pubblicazione, è pari al 30% del contributo e può essere richiesta dimostrando di aver realizzato una pari quota percentuale di investimenti ammessi; la seconda, invece, è pari al 70% dell'agevolazione, è disponibile tra i sei e i dodici mesi dopo la pubblicazione e potrà essere richiesta al momento della completa realizzazione dell'iniziativa (che deve verificarsi entro e non oltre due anni dalla data del decreto di concessione del contributo).

3.5 Dall'idea d'impresa all'erogazione del contributo

Con la legge 215 del 1992, dunque, viene dato un sostegno all'imprenditoria femminile. Cerchiamo ora di capire meglio come funziona questa legge di finanziamento avvalendoci di un esempio.

Supponiamo che la signora Bianchi e la signora Rossi decidano di avviare una nuova attività operante nel settore manifatturiero. Per poter svolgere quest'attività le due socie devono acquistare il terreno, l'immobile e i nuovi macchinari. A questo punto la domanda è: le imprenditrici possono fare domanda di finanziamento? La risposta è positiva in quanto la società in esame è a prevalente partecipazione femminile, opera in uno dei settori ammessi alle agevolazioni, si trova in Italia e l'avvio di una nuova attività rientra tra le tipologie di investimento ammesse. Tuttavia, le spese finanziabili sono solo quelle relative all'acquisto dei nuovi macchinari. Ciò vuol dire che le imprenditrici possono fare domanda per ottenere un'agevolazione pari soltanto al costo dei macchinari che devono comprare per poter svolgere la loro attività (Santicioli-Viganò, 2001, pag. 121).

Prima di presentare la domanda, però, è necessario che la società venga regolarmente costituita. Questo significa che la società deve aver provveduto a tutti i vari adempimenti per la costituzione presso un notaio; a tutti quelli relativi all'attribuzione della partita IVA presso l'ufficio IVA; e, infine, a tutti gli adempimenti per l'omologa e l'iscrizione al Registro delle imprese presso la Camera di Commercio e il Tribunale. Costituita la società bisogna preparare il cosiddetto business plan, ossia il piano di fattibilità tecnica, economica e finanziaria. In esso si illustrano le caratteristiche dell'investimento, le modalità e i tempi di realizzazione, i ritorni economici attesi e il piano finanziario per la copertura delle spese. Tale progetto deve, quindi, contenere informazioni dettagliate, motivazioni valide e coerenti, essere economicamente conveniente e deve altresì essere finanziariamente in

equilibrio (cioè tutte le voci di spesa devono essere coperte, e la copertura può avvenire attraverso mezzi propri delle imprenditrici, finanziamenti a medio e lungo termine oppure con il contributo richiesto). Il piano d'investimento ultimato deve poi essere presentato secondo i tempi e i modi previsti dal Ministero dell'Industria. Infatti, come abbiamo già detto, la domanda per le agevolazioni può essere presentata soltanto quando viene aperto l'apposito bando (i cui termini vengono fissati con decreto ministeriale); si può usare solo il modello predisposto dal Ministero (il quale può essere scaricato da internet o fotocopiato dalla Gazzetta Ufficiale); e, infine, la domanda di finanziamento deve essere inviata alla Regione in cui si trova l'impresa.

Una volta presentata la domanda alla Regione spetta il compito di verificarne la validità tecnica, economica e finanziaria. Le domande ritenute ammissibili vengono successivamente inserite in graduatorie regionali distinte nei tre macrosettori (agricoltura; commercio, servizi e turismo; e manifatturiero) e attraverso l'impiego di appositi indicatori, viene calcolato un punteggio per ciascuna richiesta.

Completata questa fase, se la domanda presentata dalla signora Bianchi e della signora Rossi comparirà nella graduatoria riguardante il settore manifatturiero e avrà ottenuto un punteggio elevato, verrà loro erogato il contributo. E come abbiamo già detto, si tratterà di un contributo in conto capitale che verrà erogato alle imprenditrici in due quote (Santicioli-Viganò, 2001, pag.122).

3.6 I Comitati per la promozione dell'imprenditorialità femminile

Nel 1999, la legge “azioni positive per l'imprenditoria femminile” è stata ampliata dalla costituzione dei Comitati per la promozione dell'imprenditorialità femminile presso le Camere di Commercio di ogni Regione. Tali Comitati sono stati istituiti per incentivare l'imprenditoria delle donne a livello regionale e locale e per contribuire, su tutto il territorio nazionale, al processo di diffusione e di radicamento della cultura imprenditoriale. Inoltre, “i comitati sono composti da membri nominati dalle Giunte delle Camere di Commercio, in rappresentanza del Consiglio camerale, delle Associazioni di categoria e dalle Organizzazioni sindacali, impegnate nella promozione delle pari opportunità” (Paoloni, 2011, pag. 75).

Le donne interessate ad intraprendere un'attività di impresa, rivolgendosi presso il Comitato territorialmente competente, potranno ricevere tutte le informazioni necessarie e, in alcuni casi, verrà loro data anche la possibilità di ottenere un vero e proprio business plan.

3.7 Effetti della legge

La legge 215 sull'imprenditoria femminile ha avuto effetti molto positivi, effetti che sono riusciti a superare anche le più rosee previsioni. L'Italia non è stato il primo Paese, né in Europa né nel mondo, a legiferare su questo argomento, ma “non è assolutamente detto che chi parte per ultimo sia poi l'ultimo ad arrivare”. Infatti, sul nostro territorio nazionale c'è stata una reazione estremamente buona nei confronti di questa legge. Tuttavia anche se la 215/92 è il principale e più importante sostegno all'imprenditoria femminile, sia per le donne che vogliono creare dal nulla una propria attività che per quelle che intendono rilevare e sviluppare un'impresa preesistente,

essa è stata accompagnata da una serie di vicissitudini (dai ritardi nella formulazione dei bandi fino alla recente regionalizzazione di questo strumento) che rendono molto arduo poter esprimere un giudizio complessivo positivo sulla sua attuazione.

Comunque è possibile osservare che, oggi, sempre più donne decidono di creare una nuova impresa o di rilevare la gestione di una già esistente. Purtroppo però, nonostante il moltiplicarsi di Organizzazioni e Comitati volti a favorirne lo sviluppo, la presenza di imprese femminili non è ancora molto omogenea nei diversi settori di attività. Infine, la maggior parte delle imprese sono di piccole e medie dimensioni e difficilmente sono in grado di affrontare processi di ingrandimento e/o di internazionalizzazione (Paoloni, 2011, pp. 76-77).

CAPITOLO 4

LE RICERCHE SULL'IMPRENDITORIA FEMMINILE IN ITALIA

4.1 Premessa

Le ricerche sull'imprenditoria femminile si sono concentrate soprattutto sulle barriere incontrate dalle donne nel processo di creazione d'impresa. Il motivo dell'attenzione particolare posta su tali vincoli è da ricercarsi nel fatto che si ritiene che le donne incontrino maggiori problemi rispetto ai maschi nello svolgimento della professione imprenditoriale. Questo approccio, però, è fortemente limitativo per la comprensione del fenomeno. Infatti, al fine di individuare delle politiche di sostegno efficaci, bisogna mettere a fuoco non soltanto gli ostacoli incontrati dalle imprenditrici ma anche le strategie per poterli superare.

Ad ogni modo, le ricerche empiriche sono di fondamentale importanza poiché è solo attraverso la ricerca e l'esperienza sul campo che si possono verificare e perfezionare le ipotesi di lavoro sulla cultura d'impresa (Franchi, 1992, pp. 30-32).

Per tale ragione abbiamo ritenuto opportuno riportare, nei paragrafi successivi, alcune ricerche sull'imprenditoria delle donne. Esse sono state realizzate in Piemonte, nelle Marche e in Emilia-Romagna, e studiano campioni di imprenditrici che si trovano ad operare in queste regioni.

Queste ricerche provano che la presenza delle donne nell'imprenditoria è una presenza con caratteristiche proprie, sia nello stile e nelle modalità di fare impresa che in relazione alle criticità derivanti dal contesto in cui le imprese si trovano; confermano la tendenza delle imprenditrici concentrarsi, per svariate ragioni, in settori e attività considerati tradizionalmente femminili, ma fanno vedere che ci sono delle eccezioni; dimostrano che è vero che di

solito le donne avviano imprese di piccole dimensioni e che come forma giuridica prediligono la “ditta individuale” rispetto alla “società”; e così via.

Inoltre, dalle ricerche emerge anche che tra le stesse donne ci sono delle differenze nel modo di rapportarsi alla professione che dipendono principalmente dalla loro età, poiché nel corso della vita le differenti motivazioni si sviluppano e si modificano. Così, per esempio, accade spesso che le più giovani decidono di diventare imprenditrici per sfuggire alla disoccupazione, mentre le più adulte fanno questa scelta per riuscire a conciliare meglio il lavoro con la famiglia. E la famiglia è proprio l'elemento che più contraddistingue le imprenditrici dai colleghi maschi. Basti pensare, ad esempio, alla fase del ricambio generazionale. Com'è noto, si tratta di un momento molto importante e delicato nella vita di un'azienda, che se non viene adeguatamente gestito può condurre al fallimento o comunque al sorgere di una crisi. Ora, se la titolarità dell'azienda viene trasferita ai familiari dell'imprenditore o dell'imprenditrice, entrano in gioco anche delle difficoltà psicologiche. Per questo non è indifferente che a capo di un'impresa ci sia un uomo o una donna, perché essi gestiscono diversamente il rapporto con i propri figli. Infatti le donne, anche se dirigono un'azienda, continuano a mantenere un rapporto con i figli, a vederli crescere e maturare. Gli imprenditori invece iniziano a conoscere i loro ragazzi solo quando, ormai adulti, iniziano a lavorare nell'impresa di famiglia.

In definitiva, possiamo affermare che le ricerche empiriche sull'imprenditoria femminile confermano molto di quello che dicono gli studi sull'argomento e comprovano altresì che essa può essere un grande strumento di innovazione e sviluppo, soprattutto per tutte quelle realtà dove non è ancora stata valorizzata in modo adeguato (David, 2008, pp. 122-125).

4.2 L'esperienza in Piemonte

La ricerca empirica a cui facciamo riferimento in questo paragrafo è stata compiuta in Piemonte, precisamente nella provincia di Cuneo.

Il campione dell'indagine è costituito da 71 imprenditrici con un livello di istruzione medio basso (solo il 41% è in possesso di un diploma mentre la laurea è stata conseguita soltanto in cinque casi) e la cui età media è risultata essere di circa 45 anni. È stato loro sottoposto un questionario semi-strutturato con domande relative alle esperienze lavorative, alla storia personale, al capitale sociale, al rapporto con il territorio e alle problematiche di conciliazione. Inoltre, la maggior parte delle intervistate ha dichiarato di aver contratto matrimonio e avere dei figli (Bertolini-Goglio, 2010, pp. 5-6).

È stato osservato, inoltre, che il tessuto produttivo della provincia di Cuneo è dominato dalla presenza di piccole e piccolissime imprese, spesso a conduzione familiare, e le imprese femminili presenti sul territorio confermano questo quadro. Le imprese di piccole dimensioni, com'è noto, sono molto diffuse su tutto il territorio italiano e il sottodimensionamento, purtroppo, non stimola investimenti in ricerca, tecnologie, innovazione e capitale umano qualificato, necessari per renderle più competitive. Si tratta di un problema sentito anche dalle aziende del campione oggetto di analisi. L'obiettivo principale della ricerca è verificare se e in quale misura l'imprenditoria femminile possa essere, per l'area in esame, uno strumento di innovazione; ci si chiede se le istituzioni siano in grado di sostenere l'imprenditoria femminile; e, infine, viene analizzata la struttura dei reticoli locali tra imprese (Bertolini-Goglio, 2010, pag. 1). Si parte perciò dalla considerazione che il capitale sociale (o relazionale) è un elemento fondamentale per il successo degli imprenditori e, per tale ragione, è importante che questi ultimi siano inseriti in reticoli relazionali professionali. Il capitale sociale, infatti, interagisce con quello umano: maggiori competenze

dei soggetti permettono un incremento della rete delle relazioni sociali degli stessi e, quindi, del capitale sociale; viceversa, mediante lo scambio di competenze e informazioni avviene l'accrescimento del capitale umano. Nel caso in analisi, il capitale sociale delle intervistate è caratterizzato principalmente dai forti legami con i familiari e, in misura meno rilevante, dalle conoscenze acquisite in ambiti diversi da quelli lavorativi. Alcune delle imprenditrici, però, oltre ad un capitale sociale *informale*, ne hanno sviluppato uno *formale* al fine di sviluppare reti di conoscenze allargate. Costoro hanno deciso di entrare a far parte di associazioni di categoria, di aderire a consorzi in cui si prevede uno scambio di risorse come prestiti vicendevoli, oppure di partecipare a gruppi di acquisto che prevedono la condivisione dei prodotti. Benché importante, l'associazionismo risulta non essere ancora particolarmente diffuso nella provincia di Cuneo e le imprenditrici, specialmente quelle più giovani, appaiono tuttora poco interessate al fenomeno. Tuttavia, "i risultati della ricerca mostrano che, coerentemente con la teoria del capitale sociale, sono proprio le imprese che investono in capitale sociale quelle in situazioni di successo, cioè con un fatturato crescente o stabile, nonostante la situazione di crisi economica che sta investendo tutti i settori" (Bertolini-Goglio, 2010, pag. 14).

Successivamente, nella ricerca si affronta la questione della conciliazione tra lavoro e famiglia. La conciliazione dovrebbe riguardare sia le donne che gli uomini ma in Italia, ancora oggi, interessa maggiormente le donne. I problemi di conciliazione per la popolazione femminile italiana risultano molto forti dopo la nascita del primo figlio e la nascita del secondo spesso induce a lasciare il lavoro. Per questo al giorno d'oggi sempre più donne decidono di diventare mamme solo dopo aver raggiunto il successo professionale. Per le donne che hanno scelto la professione imprenditoriale, poi, il sostegno alla maternità è limitato sia come tempo che come entità e molte non possono neanche permettersi di usufruire dei loro legittimi diritti. Il

rimborso previsto dalla legge, infatti, non copre le spese che devono essere sostenute per assumere una persona che sostituisca la titolare di un'impresa durante il periodo della maternità, così le aziende (specie se di piccole dimensioni) si vedono costrette a chiudere durante i mesi di assenza dell'imprenditrice con i relativi svantaggi che questa decisione implica, ossia niente profitti, ritardo nel lavoro e perdita di alcuni clienti. Però, come abbiamo accennato in precedenza, molte delle imprenditrici cuneesi hanno dei forti legami con i propri familiari, per cui avviene abbastanza di frequente che questi ultimi si prodighino per permettere loro di riuscire a combinare al meglio le attività lavorative con quelle personali. Le donne coniugate possono contare anche e spesso sull'aiuto del marito, ma è soprattutto l'appoggio della famiglia d'origine che si rivela fondamentale. Nella provincia, infatti, l'offerta di strutture pubbliche e private per la cura dei bambini è ancora abbastanza scarsa: non in tutti i Comuni ci sono degli asili e i pochi che si trovano sono privati e costosi. Per tale ragione i nonni costituiscono una fonte d'aiuto indispensabile (Bertolini-Goglio, 2010, pag. 12). Alcune delle imprenditrici del campione, inoltre, sostengono di aver scelto di intraprendere questa professione perché attratte dal fatto che il lavoro autonomo consente di avere orari più flessibili. La flessibilità dell'orario, però, ha comportato per buona parte di esse un impegno extra, soprattutto quando si avvicinano scadenze e consegne. Così spesso si ritrovano obbligate a lavorare fino a tarda sera e a dover sacrificare i weekend e il loro tempo libero. Comunque è possibile notare che le maggiori difficoltà di conciliazione sono incontrate dalle titolari di ditte individuali, mentre nelle società formate da due o più donne risulta più semplice riuscire a gestire il proprio tempo e i propri impegni (Bertolini-Goglio, 2010, pag. 11).

L'indagine, poi, dimostra anche la veridicità del fatto che, quasi sempre, le donne che provengono da una famiglia di imprenditori tendono a decidere di portare avanti l'attività di famiglia. Circa un quarto delle imprenditrici del

campione esaminato infatti ha affermato di aver ereditato l'azienda dei genitori. Se da un lato questa tendenza può essere vista negativamente poiché sembra indice di un atteggiamento passivo nei confronti dell'imprenditoria, dall'altro invece può essere interpretata positivamente pensando che per molte donne si tratta di un buon incentivo per entrare nel mercato del lavoro. “Senza un percorso “protetto”, che permetta loro di sfruttare le competenze acquisite in via informale ed anche di avere consulenze tecniche dirette da parte del familiare, che le colloca direttamente in posizioni di autonomia, oltre a concedere loro una sufficiente flessibilità, alcune di loro magari sarebbero rimaste relegate in un ruolo ancora più dipendente dal capofamiglia, scoraggiate da un mercato del lavoro poco flessibile e dinamico, privando la famiglia di un contributo economico significativo e lasciando inutilizzate risorse umane e professionali preziose”.

Nella maggior parte dei casi, però, le intervistate asseriscono che i motivi principali per cui hanno maturato la decisione di mettersi in proprio sono: innanzitutto la voglia di emanciparsi professionalmente, di raggiungere l'indipendenza economica o ottenere un guadagno maggiore; in secondo luogo le limitate prospettive di fare carriera all'interno dell'azienda in cui lavoravano in precedenza; e, infine, la necessità di risolvere le difficoltà di conciliazione e quindi avere degli orari più compatibili con la cura dei figli piccoli. Varie imprenditrici, tuttavia, hanno fatto questa scelta in seguito al verificarsi di eventi drammatici come la perdita del lavoro oppure la scomparsa del coniuge o del genitore che dirigeva l'azienda prima del loro subentro. Molte divorziate o vedove dichiarano che se non avessero dovuto affrontare delle situazioni così difficili e drammatiche probabilmente non avrebbero mai scoperto di essere in grado di tirare fuori un così grande spirito imprenditoriale. E poi ci sono donne che hanno affermato di aver dovuto trasformarsi in imprenditrici per forza: per queste persone non si è trattato di una libera scelta poiché avevano perso la loro precedente occupazione e non

c'erano altre possibili alternative lavorative (Bertolini-Goglio, 2010, pag. 7). Come già anticipato, circa un quarto del campione ha asserito che la decisione di fare l'imprenditrice è sorta per proseguire la tradizione familiare. Si tratta per lo più di donne che hanno ereditato l'impresa dai genitori dopo il loro ritiro o vi sono subentrate subito dopo aver terminato gli studi, ma si tratta anche delle donne rimaste vedove e succedute al marito. Le prime considerano questa successione come naturale in quanto, in tal modo, ciò che è stato costruito dai genitori non è andato perso, sostengono di non aver avuto delle altre alternative di lavoro valide e che proseguire un'attività economicamente solida può garantire loro un futuro stabile. Le seconde, ovvero quelle che hanno dovuto prendere il posto del coniuge deceduto, hanno vissuto questa successione come un'imposizione, hanno subito l'impresa e l'hanno fatto solo perché fermamente convinte che fosse la cosa più giusta da fare per i propri figli.

Talune intervistate hanno anche dichiarato di aver avuto delle difficoltà legate al genere. Infatti coloro che hanno avviato o rilevato imprese operanti in settori considerati tradizionalmente maschili, all'inizio, hanno dovuto superare una stigmatizzazione negativa. Per esempio, ciò è quanto è avvenuto alla proprietaria di un'azienda che produce valvole per impianti industriali e che ha dovuto sostituire il marito, il quale, essendosi ammalato, non è stato più in grado di portare avanti l'attività. Comunque sono le imprenditrici che hanno un'età compresa fra i cinquanta e i sessant'anni che risultano essere quelle che hanno incontrato maggiori difficoltà nella loro carriera, però proprio queste ultime notano che oggi la mentalità sta cominciando finalmente a cambiare. In ultimo, si può constatare che per le imprenditrici le barriere sono solo all'entrata in quanto non appena esse riescono a farsi una reputazione non vengono più ostacolate.

La ricerca evidenzia anche che le imprenditrici non misurano il loro successo in termini di fatturato bensì in base al loro grado di soddisfazione,

soddisfazione per “avercela fatta”, per aver instaurato delle relazioni con la clientela, per essere riuscite a realizzare una passione, per non aver mandato in fumo i sacrifici dei genitori, e così via. Le imprenditrici più mature risultano essere le più felici in quanto sono riuscite a raggiungere l’autonomia economica, ad affermarsi professionalmente e a mandare avanti un’impresa in tempi in cui questi traguardi non erano scontati per le donne. Le imprenditrici deluse, invece, sono soprattutto quelle che dirigono imprese in perdita e che non riescono a risollevarne le sorti poiché per loro si tratta di una sconfitta, di un fallimento personale.

L’ultimo obiettivo della ricerca consisteva proprio nell’analisi delle imprese in crisi al fine di verificare se le difficoltà siano dovute a fattori congiunturali o se invece dipendano da fattori legati alla specificità delle aziende femminili. È emerso che le situazioni più difficili sono quelle riguardanti le imprese più piccole organizzate in forma di ditta individuale o società di persone e la ragione riguarda il fatto che, non essendoci dipendenti, non lasciano tempo a chi le dirige di studiare come innovare i prodotti o sviluppare strategie di marketing, pertanto si tratta di cause che non hanno a che vedere con il genere. In quasi tutte le situazioni osservate, la crisi è da imputare agli insufficienti ricavi e interessa soprattutto le imprenditrici che hanno figli piccoli di cui prendersi cura. Tuttavia ci sono anche altre motivazioni. La più citata nelle interviste è la concorrenza della grande distribuzione in termini di prezzi e il fatto che ai nostri giorni la gente punta più sul risparmio che non sulla qualità della merce. Una soluzione per sopravvivere alla concorrenza potrebbe essere lo sviluppo di maggiori reti di collaborazione, formali o informali, che però esulino dai rapporti familiari. Un’impresa di piccolissime dimensioni, infatti, difficilmente può riuscire da sola a convincere la clientela a spendere di più per acquistare un prodotto analogo ma di qualità migliore. Questa è esattamente la ragione per la quale, ad esempio, un’imprenditrice del campione è stata costretta a chiudere la sua

attività dopo soli due anni. L'intervistata ha dichiarato di aver avviato una pasticceria artigianale che è andata presto in perdita in quanto non riusciva a fronteggiare la concorrenza dei supermercati. Questi ultimi vendono prodotti equivalenti ma di più bassa qualità e a costi decisamente inferiori perciò, per poter sopravvivere, l'imprenditrice avrebbe dovuto valorizzare il marchio di produzione di qualità e sviluppare un capitale sociale adeguato. Alcuni piccoli negozi di abbigliamento invece hanno dovuto chiudere poiché non sono riusciti a reggere la concorrenza dei consorzi di cui non facevano parte. Dall'indagine si può notare che il problema più grande è che le imprenditrici non hanno un atteggiamento molto attivo, ovvero sembrano aspettare il cliente e la collaborazione piuttosto che darsi da fare per cercarli. Vivono passivamente la vita imprenditoriale e ciò è comprovato anche dal fatto che poche di esse sono state propense a ricorrere ai finanziamenti per l'imprenditoria femminile e senza incentivi, agevolazioni e contatti le imprese sono condannate a non svilupparsi mai e ad avere sempre una bassa redditività. Per poter risolvere questa situazione le imprenditrici dovrebbero avere più tempo a loro disposizione, tempo da investire nella propria formazione professionale e nella costruzione di reti di relazioni formali (associazioni) e informali (conoscenze e scambi di favori). Tutto questo, però, potrà diventare possibile solo se le donne verranno messe in condizione di riuscire, cioè se diminuiranno i problemi di conciliazione attraverso una maggiore collaborazione dei partner maschili e se si verificherà un aumento dell'offerta dei servizi di supporto della conciliazione quali, ad esempio, asili, baby-parking, incentivi economici, flessibilità di orari dei servizi, e via dicendo (Bertolini-Goglio, 2010, pp. 15-17).

In sintesi, le interviste mettono in luce che ancora troppo spesso le donne si improvvisano imprenditrici invece di studiare per acquisire le competenze specialistiche necessarie per resistere alla concorrenza delle grandi aziende. E la concorrenza è proprio il motivo principale per cui le piccole imprese del

cuneese vanno in crisi. Per poter arrivare al successo bisognerebbe quindi investire nell'orientamento e superare il presupposto culturale, diffuso tra le imprenditrici, secondo cui il mestiere imprenditoriale si impara solo sul campo. Inoltre sono ancora poche le imprenditrici che si rivelano interessate alle politiche e ai finanziamenti a sostegno delle loro attività. Ciò però è dovuto spesso alla scarsa informazione sull'argomento, infatti quelle che hanno saputo dell'esistenza di questi strumenti e che ne hanno potuto beneficiare hanno dato una valutazione positiva e si sono dichiarate soddisfatte. È stato poi ampiamente dimostrato dall'indagine che è essenziale sviluppare il capitale sociale delle imprenditrici (per esempio aumentando la loro presenza nelle associazioni di categoria o nei consorzi). In altri termini, è importantissimo fare in modo che le imprenditrici escano dal proprio isolamento e, perché ciò avvenga, è fondamentale che acquisiscano una maggiore consapevolezza di questo stato di isolamento nel quale si trovano, che abbiano una più rilevante consapevolezza del proprio ruolo, che accrescano la loro presenza attiva negli organi rappresentativi delle associazioni di categoria e di governo locale, e che comprendano il valore del capitale umano per investire nel futuro delle proprie aziende. Investire in capitale sociale, però, richiede molto tempo e le imprenditrici potranno trovarlo solo se si realizzeranno adeguate politiche per la conciliazione. È vero infatti che molte donne che dirigono un'attività cercano di ovviare al problema ricorrendo all'aiuto della famiglia d'origine, ma questo non può esimere le istituzioni dall'affrontare la questione. Finché ciò non verrà fatto appare evidente che l'imprenditoria femminile, nella provincia di Cuneo, è costretta a rimanere in piccolo, a non potersi espandere e a non poter dare una spinta all'economia locale. Infine, la ricerca ha mostrato che esistono ancora dei settori nei quali le donne incontrano delle barriere di accesso alla professione di imprenditrice, barriere costruite attraverso l'alimentazione di stereotipi. Negli ultimi anni le cose stanno migliorando, comunque è

importante sottolineare che queste barriere si sono rivelate forti solo all'entrata e che una volta che le imprenditrici sono riuscite a farsi una buona reputazione non hanno più avuto difficoltà correlate al genere (Bertolini-Goglio, 2010, pp. 19 e 20).

4.3 L'esperienza delle Marche

L'indagine effettuata nelle Marche che prendiamo in esame in questa sede mira ad evidenziare le specificità delle imprese femminili nella realtà territoriale e produttiva della Regione (David, 2008, pag. 121). L'approccio di genere applicato allo studio dell'imprenditoria consente infatti una capacità interpretativa più ampia, utile per comprendere meglio le potenzialità di un tessuto produttivo. Inoltre l'imprenditoria delle donne è oggi considerata come un potente strumento di innovazione e sviluppo, soprattutto per quelle realtà dove non è stata ancora abbastanza valorizzata, come la realtà marchigiana.

Nelle Marche la piccola e media impresa è molto sviluppata, specialmente per quanto riguarda la produzione del made in Italy, e di particolare importanza è l'industria manifatturiera come dimostra il fatto che il territorio mantiene da anni il primato della più elevata presenza di imprese manifatturiere del Paese. Tuttavia, negli ultimi tempi i distretti industriali del made in Italy hanno registrato una consistente perdita delle quote di mercato e della competitività e ciò ha messo in crisi la sopravvivenza dell'intero tessuto produttivo marchigiano. Senza contare che una serie di difficoltà insite nel modello produttivo regionale hanno contribuito, nei primi anni 2000, al peggioramento di tutti gli indicatori economici. Le difficoltà in questione sono rappresentate dalle ridotte dimensioni delle aziende, da una specializzazione produttiva incentrata su settori tradizionali, dagli insufficienti

investimenti in ricerca e sviluppo e dalla scarsa attenzione data allo sviluppo delle risorse umane.

Giunti a questo punto, la Regione ha deciso di intraprendere la strada dell'innovazione puntando proprio sull'imprenditoria femminile. Al sistema produttivo marchigiano oggi si richiede infatti di valorizzare comportamenti strategici basati su ricerca, formazione e miglioramento del capitale umano inserendo nel sistema economico delle "nuove intelligenze". Così nelle Marche, tra il 2003 e il 2006, l'imprenditoria femminile ha iniziato a crescere. È stato osservato che prima di allora gli imprenditori della Regione erano per lo più maschi, da quel momento però ha iniziato a registrarsi un aumento (seppur lieve) del tasso di femminilizzazione dell'imprenditoria. Un altro cambiamento significativo avvenuto in questo periodo è che le imprese, anche quelle condotte da donne, hanno cominciato ad assumere una forma giuridica più strutturata. In altre parole, si è verificato un calo delle ditte individuali mentre per contro si è incrementato il numero delle società di persone e delle società di capitali. Inoltre anche le imprese femminili delle Marche, così come la maggioranza delle altre imprese della Regione, operano prevalentemente nel settore manifatturiero. La presenza femminile nel commercio e nei servizi (cioè nei settori che in Italia vedono coinvolti soprattutto donne) è invece inferiore al dato nazionale. Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese femminili nel settore manifatturiero si può poi notare che il tasso di femminilizzazione è molto elevato nelle industrie tessili e nelle industrie alimentari e delle bevande. Emerge ancora che la maggior parte delle imprenditrici marchigiane ha meno di cinquant'anni di età, ma negli ultimi anni si è verificato un leggero incremento delle imprenditrici più giovani (vale a dire di quelle che hanno meno di trent'anni). La ricerca evidenzia altresì che le imprenditrici con meno di 46 anni sono quelle più propense ad effettuare dei cambiamenti (specie nell'organizzazione aziendale e per quel che concerne l'introduzione di nuovi prodotti e nuovi processi) e sono anche

quelle che ottengono i profitti più elevati. Le più giovani invece sono risultate quelle più inclini a dotarsi di un sito web aziendale, utilizzato anche per la vendita della merce. Complessivamente però sono ancora poche le imprenditrici che creano un sito web per far conoscere la propria attività e per commercializzare i propri prodotti. Tuttavia, sebbene nelle Marche la nascita e lo sviluppo di nuove imprese femminili sia un fattore a cui si guarda con positività in quanto costituisce senz'altro una spinta significativa per l'economia locale, bisogna anche dire che l'accostamento delle donne a questa professione risulta ancora critico. Facendo il confronto con i maschi, infatti, le neoimprenditrici sembrano essere meno propense al rischio, mostrano un minore interesse per i profitti e, il più delle volte, la loro esigenza di mettersi in proprio nasce dal fatto che temono di ritrovarsi altrimenti disoccupate, oppure sentono la responsabilità di dover portare avanti l'azienda di famiglia, sono stufe di un impiego insoddisfacente o vedono nel lavoro autonomo l'unica possibilità per conciliare la propria vita professionale con quella privata. A proposito del problema della conciliazione, anche nelle Marche la famiglia di origine delle imprenditrici assume un ruolo di notevole importanza specialmente per il sostegno psicologico che essa dà alle imprenditrici nello svolgimento del loro lavoro e per l'aiuto concreto che dà per la cura dei bambini.

Un altro elemento che accomuna le imprenditrici marchigiane è che la formazione ricevuta dalla maggioranza di esse risulta poco attinente con la professione imprenditoriale, anche nel caso di quelle donne che fin dall'inizio sapevano che avrebbero lavorato nell'attività di famiglia. Esse però dimostrano di avere la capacità di riuscire a rendere funzionale per il proprio lavoro qualunque competenza abbiano acquisito in precedenza. E ciò non vale solo per gli studi fatti, ma anche per quanto riguarda tutti i lavori svolti prima di diventare imprenditrici. Anche questi ultimi infatti sono scarsamente collegati alla professione imprenditoriale, ciò nonostante, anche in questo

caso, le imprenditrici sono capaci di utilizzare le competenze maturate precedentemente.

Si osserva inoltre che i principali motivi per cui si prende la decisione di diventare imprenditrici sono in primo luogo di tipo strumentale (come il bisogno di guadagnare, la voglia di costruire un solido avvenire per i propri figli e la decisione di proseguire la tradizione familiare), e poi di tipo espressivo (quali la passione, la volontà di realizzare un sogno o di mettersi in gioco per sentirsi vive, e la possibilità di esercitare un potere). Anche nelle Marche si rilevano le specificità del modo femminile di fare impresa. Le imprenditrici infatti non puntano tanto al risultato economico quanto alla qualità del prodotto e alla soddisfazione della clientela, e i rapporti con il personale sono diversi rispetto a quelli che creano i loro colleghi uomini in quanto esse realizzano una leadership di tipo interattivo, cioè creano una relazione fondata sulla collaborazione reciproca tra titolare e dipendenti. Dunque il quadro dell'imprenditoria femminile marchigiana sembra essere complessivamente positivo, ma si rileva che ci sono anche diversi ostacoli che le imprenditrici trovano sul proprio cammino. Si tratta in particolar modo della indisponibilità dei servizi finanziari e di consulenza, del limitato supporto che ricevono da parte delle istituzioni e della diffidenza generale che esiste ancora nei confronti delle imprese femminili. Comunque, è soprattutto l'accesso al credito che sembra essere poco capace di rispondere alle esigenze specifiche delle imprese femminili e, per questa ragione, spesso le donne che avviano una attività attingono molto alle proprie risorse e ricorrono ai prestiti bancari in misura decisamente minore. E l'accesso al credito risulta più raggiungibile solo per le donne sostenute dalla famiglia.

Un altro aspetto che si rileva dall'indagine è che le intervistate, parlando di sé, si definiscono furbe, caparbie e spigliate, ritengono di dover dimostrare sempre e con tutti di avere una personalità forte e autoritaria, ma molte ammettono anche di avere un grande difetto, il difetto di non credere

abbastanza nelle proprie capacità. Emerge, inoltre, un'inesistente separazione tra vita professionale e vita privata, poichè “i ritmi quotidiani sono serrati, l'impegno lavorativo è diffuso lungo tutto l'arco della giornata e, a volte, della notte, e i periodi di riposo sono spesso utilizzati per l'azienda”. Anche la famiglia è una grande responsabilità che impegna moltissimo le imprenditrici, le quali cercano di trovare il giusto equilibrio tra casa e lavoro, dedicando il loro tempo a entrambi. La “doppia presenza” è possibile non solo per via delle loro doti organizzative, ma anche e soprattutto per merito dei buoni rapporti con la famiglia di provenienza. Quest'ultima costituisce una risorsa fondamentale e indispensabile specialmente in caso di maternità. Insomma, quello di imprenditrice “è un lavoro duro, che richiede grandi energie fisiche e mentali; è una vera e propria sfida personale, che al contempo può anche dare grande soddisfazione, permettendo di materializzare le proprie idee, il proprio modo di essere”.

In conclusione, oggi che le Marche hanno la necessità di ripensare la propria struttura produttiva, comincia ad esserci una maggiore apertura nei confronti dell'ingresso delle donne nella professione imprenditoriale. E i risultati constatati grazie alla ricerca empirica mostrano che le donne sono in grado di competere sul mercato della formazione d'impresa e che possiedono altresì tutti quegli elementi di discontinuità, rispetto al quadro socio-culturale prevalente, che oggigiorno sono essenziali per rivitalizzarne i contenuti e garantirne il rilancio. La necessità di fare rete, ad esempio, è un'esigenza che richiede di accentuare gli aspetti relazionali e non gerarchici tra imprese e imprenditori.

Insomma è vero che fino ad oggi l'imprenditoria femminile marchigiana non è stata adeguatamente valorizzata, ma adesso nella Regione si comincia finalmente a prendere atto del fatto che le imprenditrici donne (anche per via delle competenze meno convenzionali in loro possesso) possono apportare un

enorme valore aggiunto, e non soltanto alle singole aziende, ma anche all'intero sistema d'impresa delle Marche (David, 2008, pag. 132).

4.4 L'esperienza dell'Emilia Romagna

Le due ricerche condotte in Emilia-Romagna a cui facciamo riferimento sono state presentate e discusse durante un convegno, dal titolo "Le regole del gioco. L'imprenditoria femminile: analisi e politiche", tenutosi a Bologna.

Nella prima ricerca l'obiettivo era quello di verificare se a parità di condizioni, quali contesto organizzativo, età, livello di istruzione, ecc., le modalità di adattamento ai ruoli professionali o ai comportamenti lavorativi si differenziano in base al genere. Pertanto si è deciso di analizzare contesti professionali omogenei dal punto di vista tecnologico e organizzativo e in cui ci fosse una rilevante presenza femminile. Così sono state prese in esame le carriere di donne e uomini inseriti in settori manageriali di aziende informatiche (Franchi, 1992, pp. 84-85).

Dalle interviste si è potuto notare che le differenze di genere emergono raramente nella prima fase della carriera lavorativa. In questo periodo, infatti, donne e uomini si immergono totalmente nel lavoro. "Laureate e laureati in ingegneria, matematica e fisica o informatica, anche quando hanno fatto una scelta di lavoro non del tutto coerente con i propri progetti e con i propri desideri, vivono l'esperienza lavorativa come un periodo di apprendistato che segna l'ingresso nella vita adulta e che ha valore in sé, per quanto dà all'esperienza quotidiana del giorno per giorno" (Franchi, 1992, pag. 85). Le donne però vivono la fase dell'immersione con particolare enfasi, accentuano il senso della sfida, e la ragione è che temono di essere penalizzate o ostacolate rispetto ai colleghi, oppure di essere vittime di pregiudizi da parte dei clienti.

Trascorsi dieci o anche quindici anni dall'assunzione, tutti i lavoratori (uomini e donne) misurano il successo raggiunto, e coloro i quali sono arrivati a ricoprire ruoli di crescente responsabilità o che hanno addirittura raggiunto la dirigenza conservano lo stesso entusiasmo che avevano i primi tempi. Per quanto riguarda le donne, però, qualcuna ammette che per ottenere questo risultato ha rinunciato alla maternità e altre hanno rinunciato anche alla famiglia. Gli uomini, invece, non hanno affrontato alcuna rinuncia: hanno spesso una moglie casalinga o una moglie in carriera che condivide il loro stesso stile di vita. In entrambi i casi, però, appare evidente che la condizione per avere una brillante carriera in poco tempo è il fatto che la vita privata non deve interferire nella vita professionale. Tuttavia, anche se queste persone “ce l'hanno fatta”, compare qualche segno di malessere. Alcune persone temono di non avere altri traguardi da raggiungere perché sono arrivati in cima troppo in fretta; altre sono preoccupate della concorrenza dei più giovani; e, tra le donne, c'è chi si pente di aver scelto di non avere figli in quanto si tratta di una decisione irreversibile. Coloro che invece sono rimasti lontano dalla vetta sono fermamente convinti che ormai non la raggiungeranno più e, per questo motivo, non sono più innamorati del loro lavoro come lo erano all'inizio della carriera. Essi sostengono che il mancato successo è dovuto ad una loro libera scelta e molte donne dichiarano di aver preferito sacrificare la professione perché gli impegni di lavoro erano incompatibili con quelli familiari. E anche alcuni uomini hanno asserito di non aver voluto una carriera di prestigio in quanto il tempo da dedicare a sé stessi e alla famiglia per loro è sempre stato più importante. Infine, altre donne e altri uomini, hanno dichiarato di non aver voluto avanzare molto nella propria professione perché non erano attratti da questa prospettiva. Si tratta di persone poco propense ad assumere maggiori responsabilità gestionali, con un forte interesse per attività specialistiche, non disposte a trasferirsi e che non intendevano rinunciare alla solidarietà di gruppo. Molti di questi individui si sentono atipici, diversi rispetto alla

maggior parte dei colleghi che hanno un'immagine della carriera concepita come una progressione lineare di promozioni a posizioni ordinate gerarchicamente in cui, man mano che si va avanti, aumentano le responsabilità, l'esperienza e la retribuzione finché non si raggiunge il vertice dell'azienda. "In ogni azienda c'è un'idea condivisa dai più di quale sia il *cursus honorum* che bisogna seguire per raggiungere la vetta, di quali sono i settori aziendali e i tipi di mansioni che offrono chances maggiori, di quali sono i tempi entro i quali bisogna aver raggiunto certi traguardi per sperare di tagliarne altri. Quando si percepisce di essersi discostati da questo modello ideale ci si vive come anomali e ci si sente in dovere di rendere conto a se stessi e agli altri delle ragioni di questo scostamento" (Franchi, 1992, pp. 86-87).

L'analisi mostra anche che i dubbi dei vincenti e le reazioni difensive di coloro i quali sostengono di aver scelto di non vincere sono dovuti alla transizione che le imprese stanno vivendo. Esse, infatti, stanno passando da modelli basati su relazioni d'impiego stabili a modelli che invece richiedono continui e frequenti cambiamenti. Via via le carriere hanno perso la forma della scalata per assumere quella dei "tornei". Le aziende puntano sempre a procurarsi le risorse migliori e per fare ciò selezionano, ad ogni giro, le persone che in passato hanno dimostrato il loro valore e di cui si ritiene che avranno prestazioni buone anche in futuro. Per i neoassunti le credenziali sono, come è ovvio, rappresentate dai titoli di studio, dalla disponibilità e dalla condivisione dei valori dell'azienda. Successivamente, sono invece gli investimenti fatti dall'impresa sulle persone a fare la differenza. "Formazione, esperienza, ricompense monetarie e simboliche segnalano anno dopo anno quelli che restano nel gioco. Chi non viene selezionato, non ricevendo investimenti ulteriori, non sarà più in grado di competere nel *torneo* successivo. Il meccanismo diventa sempre più selettivo e lascia ai margini coloro che, per qualsiasi motivo, non sono riusciti a mantenere il passo. Le

posizioni acquisite vengono così continuamente rimesse in gioco e devono essere riconfermate da successive vittorie; l'impegno richiesto è crescente e a rischio". (Franchi, 1992, pag. 88).

Quindi, donne e uomini orientati verso una carriera manageriale, devono decidere se fare sacrifici sul piano personale e su quello familiare nella speranza di avere una carriera che non è più garantita, o se per essi è invece più conveniente abbandonare il gioco. In questo quadro, la decisione è senza dubbio più difficile per le donne in quanto quasi sempre i tempi dell'impegno massimo per la carriera coincidono con la fase del ciclo di vita che di solito è dedicato alla riproduzione e alla cura dei figli piccoli. Per questo avviene frequentemente che all'inizio le carriere femminili sono più rapide e brillanti di quelle maschili ma poi, intorno ai trentacinque anni, le donne tendono a rallentare. E' la fine della fase dell'immersione e dell'innamoramento perché si realizza che l'impegno totale non è compatibile con la decisione di avere dei bambini. Uscire anche solo temporaneamente dall'impresa per dedicarsi ai propri impegni personali, infatti, può far uscire di gara. E, anche se non vengono effettuate delle discriminazioni palesi, quando si ritorna al lavoro dopo la maternità si scopre sovente che durante il periodo d'assenza dal posto di lavoro si sono verificati dei cambiamenti: il posto a cui si aspirava è già stato assegnato, la promozione non arriva, e così via.

In sostanza, questa ricerca mette in evidenza il fatto che la cultura d'impresa e il modo in cui funzionano le carriere non solo non valorizzano le risorse (come invece dovrebbero fare), ma non fanno che sprecare il capitale umano. In altri termini, la seguente indagine mostra la necessità di cambiamenti organizzativi e di nuove politiche del lavoro. Questa crisi, che sta investendo il modello in cui solitamente erano organizzate le carriere e che penalizza in misura più rilevante le donne, è proprio uno dei principali motivi che può spingere queste ultime a mettersi in proprio diventando imprenditrici. E ciò ci porta alla seconda ricerca illustrata nel convegno di Bologna.

Tale ricerca è stata realizzata a Ravenna su un campione di imprenditrici operanti in diversi settori di attività, e si propone di analizzare le motivazioni per cui le donne hanno deciso di avviare un'attività imprenditoriale e le caratteristiche possedute dalle imprese create. "L'ipotesi che sorregge la ricerca è che i percorsi di lavoro che stanno alle spalle dei diversi profili di imprenditrici, si riflettono nelle motivazioni della scelta come nell'esito della stessa" (Franchi, 1992, pag. 141). Ogni storia è l'espressione di una strategia lavorativa e, nella seguente indagine, l'analisi delle capacità e delle relazioni investite è considerata altrettanto importante dell'osservazione degli ostacoli incontrati dalle imprenditrici. Inoltre, bisogna sottolineare che i risultati emersi sono segnati dal contesto locale in quanto in Emilia-Romagna l'occupazione femminile è molto elevata ed esiste una diffusa tradizione di microimprenditoria che facilita l'ingresso, di chiunque sia interessato, nelle attività imprenditoriali. Alle imprenditrici è stata fatta un'intervista durante la quale è stato loro richiesto di parlare della nascita dell'impresa; delle origini dell'idea e i motivi della scelta; dei problemi incontrati nello svolgimento dell'attività e nella conciliazione tra lavoro e famiglia; dell'immagine che ciascuna ha di sé e del proprio ruolo; delle valutazioni e delle aspettative per il futuro. A intervista finita, inoltre, le imprenditrici hanno dovuto compilare una scheda per raccogliere i dati essenziali relativi alle loro caratteristiche socio-anagrafiche.

La ricerca è stata realizzata su un campione di imprenditrici che si occupano di attività manifatturiere (in particolare di abbigliamento e ceramiche), commerciali, di servizi alle imprese e alle persone. L'età media delle donne del campione è di trentasei anni e il 54% delle intervistate è coniugata e ha figli. Tutte le intervistate hanno un livello di scolarità medio alto: il 40% è in possesso del diploma, il 10% di una laurea; il 18% ha conseguito un attestato presso una scuola professionale; e solo il 14% ha abbandonato gli studi al termine delle elementari. Inoltre, è stato osservato

che poco meno della metà delle imprenditrici del campione ha rilevato l'impresa di famiglia. Ciò dimostra che chi ha alle spalle una famiglia o almeno un genitore che ha svolto (o svolge) un'attività in proprio spesso decide di seguirne le orme intraprendendo la stessa professione.

Un'altra cosa che emerge dalla ricerca è il fatto che le imprese familiari sono frequentemente concentrate nel settore commerciale, mentre le forme giuridiche più complesse sono più frequenti nei servizi alle imprese. Numerose intervistate hanno creato le imprese ex-novo, invece le altre le hanno ereditate o acquisite. Buona parte delle imprese esaminate non hanno dipendenti, vedono l'impegno esclusivo della titolare o delle socie che, però, molto spesso vengono aiutate dai propri familiari. E nei casi in cui si è ricorso all'impiego di personale, si tratta quasi sempre di dipendenti donne. Quasi tutto il campione ha anche dichiarato di non aver utilizzato alcuna consulenza nella fase di passaggio dall'ideazione alla realizzazione dell'azienda, alcune imprenditrici tuttavia si sono rivolte al commercialista o ad associazioni di categoria (Franchi, 1992, pag. 145).

I problemi incontrati dalla maggior parte delle imprenditrici riguardano difficoltà finanziarie, di ingresso sul mercato oppure ostacoli connessi all'organizzazione dell'attività. Il ricorso al credito, poi, è stato modesto: i capitali necessari per l'avviamento dell'azienda sono costituiti, quasi sempre, dai risparmi delle imprenditrici o sono stati concessi dai loro familiari; non mancano però tra le intervistate delle donne che hanno fatto ricorso al credito ordinario o a quello agevolato; ciò nonostante, solamente il 2% di esse è riuscito ad avvalersi dei finanziamenti pubblici. Un altro elemento che è possibile riscontrare nella ricerca è che in ognuna di queste imprese femminili sono coinvolti i familiari delle imprenditrici, anche nei casi in cui le attività non sono esplicitamente definite come imprese di famiglia. In tali situazioni i familiari non sono soci ma svolgono comunque compiti connessi all'impresa: si occupano della contabilità, pagano le bollette, curano i bambini,

sostituiscono la titolare in caso di assenza, e via dicendo. Si tratta quindi di una collaborazione essenziale per poter garantire le condizioni di flessibilità su cui l'azienda si fonda. Infine, poiché in Emilia-Romagna i tassi di occupazione femminile sono molto alti, si può notare che la scelta di svolgere un'attività imprenditoriale non è mai dettata dall'assenza di alternative.

Dalla ricerca emergono quattro profili di imprenditrici. Nel primo caso si tratta di persone che dopo aver svolto per anni un lavoro dipendente in un certo settore di attività decidono di “evolvere” mettendosi in proprio ma continuando a lavorare nello stesso settore. Questo è anche il caso di molti imprenditori uomini, ma per le donne ciò spiega perché le loro imprese di solito operano nei settori a prevalente manodopera femminile. Quindi, l'impresa nasce sulla base di abilità, conoscenze e professionalità acquisite grazie ad un lavoro alle dipendenze. L'esperienza accumulata potrebbe ancora essere utilizzata in un lavoro dipendente, ma questo lavoro viene percepito come una gabbia poiché non permette ulteriori avanzamenti.

Nel secondo caso si tratta invece di una scelta di carriera. Giovani donne decidono precocemente di diventare imprenditrici perché vedono in questa scelta una possibilità di indipendenza e di affermazione nel lavoro e, nel contempo, credono che il lavoro dipendente non possa offrire loro l'autonomia e le gratificazioni che cercano. Essendo giovani non possono contare su un'esperienza consolidata, perciò per queste imprenditrici la molla principale è rappresentata dalla risorsa delle relazioni, dalla capacità di sapersi muovere sul mercato, di analizzare le possibilità, di sfruttare le opportunità che si presentano traducendole in strategia. Ciò che accomuna le storie di queste ragazze, inoltre, è una grande varietà di esperienze lavorative svolte in precedenza: hanno dietro di sé una serie di lavori diversi, precari, brevi, senza nessun apparente collegamento tra l'uno e l'altro. Pertanto tutte le loro storie sono caratterizzate da un'elevata discontinuità ma anche dalla perenne ricerca di un'occupazione stabile e, non avendola trovata, sono riuscite a inventarsi

un'alternativa. Per alcune di queste donne, però, l'impresa coincide con il primo vero lavoro. Si tratta di quelle giovani donne che hanno un titolo di studio medio alto ma poco spendibile sul mercato del lavoro.

Il terzo profilo emerso è quello delle cosiddette *imprenditrici di ritorno*, cioè di donne che decidono di avviare un'impresa per rientrare nel mercato del lavoro che avevano lasciato in seguito alla nascita dei propri bambini. Hanno preso questa decisione in quanto i figli sono ormai diventati grandi e perché sono animate dal desiderio di svolgere un lavoro al di fuori delle mura domestiche. Tuttavia, dopo aver vagliato tutte le possibilità, si sono rese conto che la loro unica chance per avere di nuovo un'occupazione è rappresentata dal lavoro autonomo. Le risorse a cui ricorrono queste imprenditrici, nella maggior parte dei casi, sono state acquisite durante la loro gioventù (come la bravura nel ricamo e nel cucito). Le intervistate sostengono infatti di aver deciso di trasformare una loro passione in un lavoro redditizio e, tra queste imprenditrici, ci sono anche persone per cui queste risorse si sono rivelate determinanti in quanto all'improvviso non hanno più potuto contare sul reddito del marito, hanno incontrato una sequela di difficoltà economiche e di conseguenza si sono trovate nella situazione di dover provvedere al mantenimento della famiglia da sole. Il quarto e ultimo profilo emerso dalla ricerca, infine, è quello delle *imprenditrici per tradizione*. In questo caso diventare imprenditrici è considerato una sorta di destino, un qualcosa di naturale, in quanto i genitori avevano un'azienda e il loro compito è quello di portare avanti quell'attività. Per alcune il lavoro nell'impresa di famiglia è l'unica esperienza lavorativa, perché hanno imparato il mestiere molto presto e gli sono state trasmesse tutte le risorse necessarie per proseguirlo (Franchi, 1992, pag. 151). Quindi, in questa circostanza, l'impresa è un progetto altrui che coinvolge l'intero nucleo familiare. Alcune intervistate vivono questa situazione come una gabbia da cui non si può uscire. Questo succede quando si condivide fin da bambine l'attività dei genitori, infatti spesso avviene che:

durante l'infanzia assorbono il mestiere aiutando gli adulti, quando sono un po' più grandi questo aiuto viene formalizzato nel ruolo di coadiuvante, e una volta cresciute entrano nell'impresa in qualità di socie.

In definitiva, i motivi che hanno condotto le intervistate alla decisione di avviare una propria attività sono fondamentalmente il desiderio di autonomia nell'uso del proprio tempo e il desiderio di valorizzare la propria professionalità. Solo una minima parte delle imprenditrici del campione oggetto di analisi ha dichiarato di aver effettuato questa scelta per avere un reddito maggiore, per sfuggire alla disoccupazione oppure per contribuire al reddito familiare.

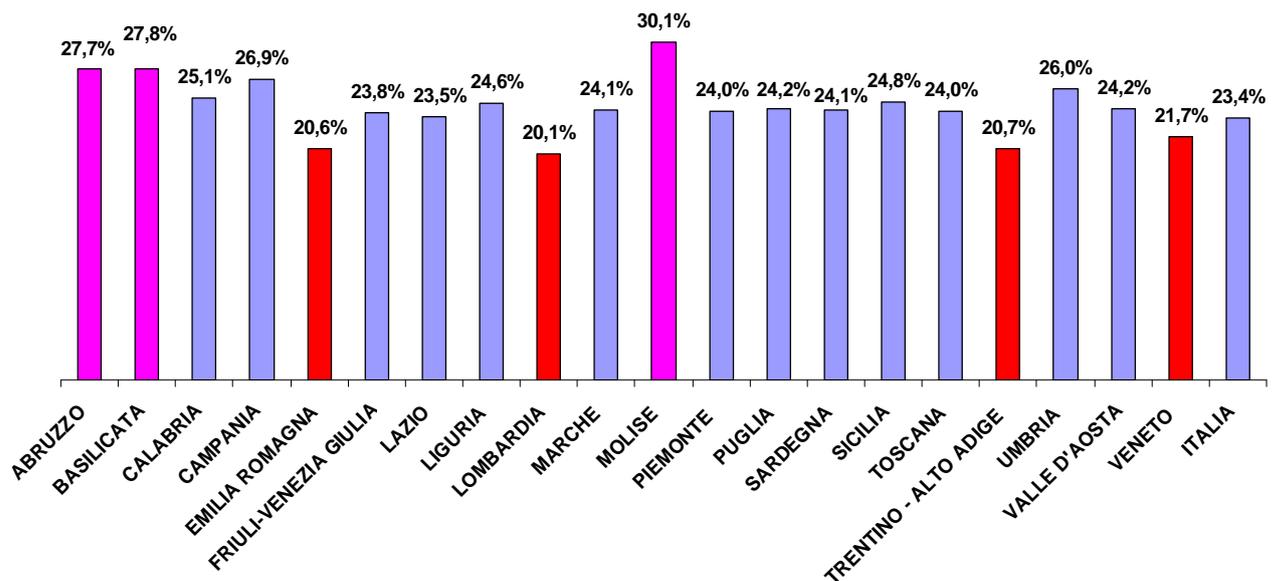
Le intervistate, poi, misurano la loro professionalità in base al successo che ottiene il loro prodotto o servizio, ossia in base al consenso dei clienti. Il successo si ha se si riesce a conquistare e mantenere la fiducia della clientela e a creare amicizie e rapporti. Le relazioni servono a reperire informazioni, sono una fonte di apprendimento per poter imparare un mestiere che non si conosce tanto bene e carpirne qualche segreto, e sono utili in caso di difficoltà in quanto è alle amiche che ci si rivolge in caso di emergenza. In altri termini, per valutare il loro operato le imprenditrici non tengono conto tanto dei risultati economici ottenuti (seppur considerati di notevole importanza) quanto invece della soddisfazione che si ottiene facendo qualcosa di utile per gli altri. La ricerca ha inoltre messo in luce che la maggioranza delle intervistate è riuscita quasi sempre a convertire i vincoli trovati sul proprio cammino in risorse. Ciò è stato possibile perché quasi tutte le imprenditrici del campione possiedono la capacità di saper gestire le relazioni, di riuscire a combinarle e moltiplicarle al fine di produrre informazioni, lavoro e flessibilità.

CAPITOLO 5

IL CONTRIBUTO DELLE IMPRESE FEMMINILI ALL'ECONOMIA E LE CARICHE DELLE DONNE

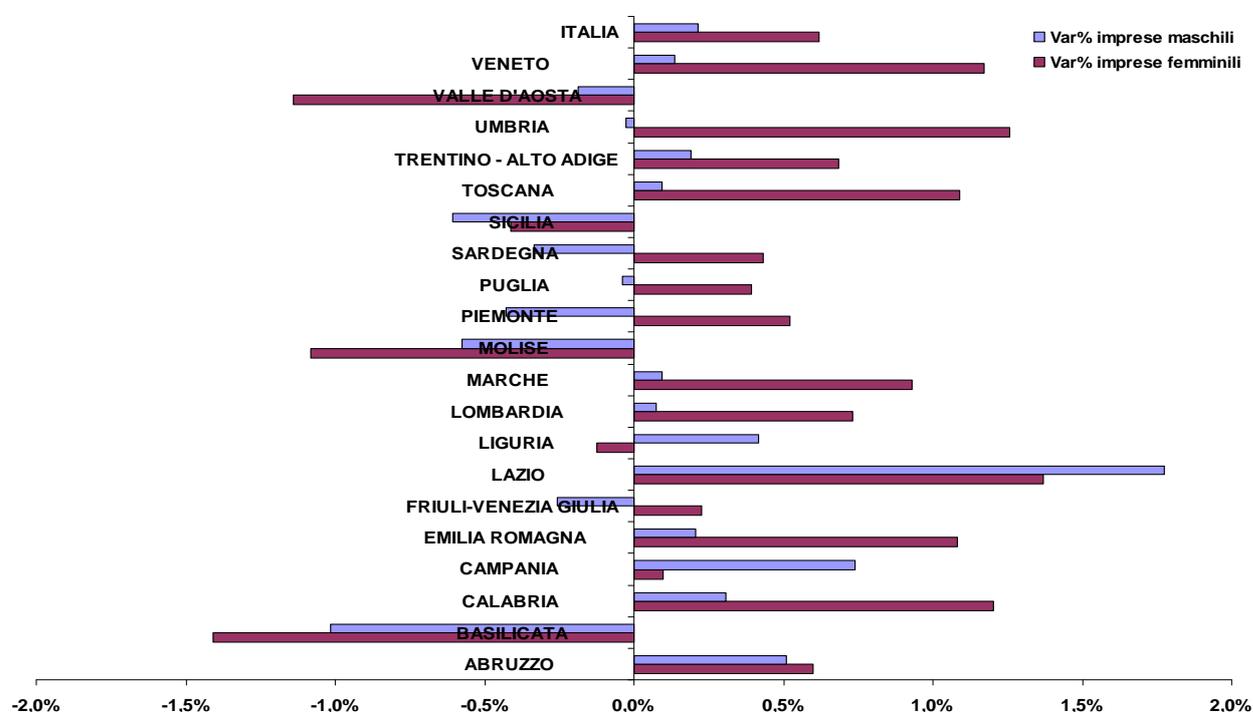
5.1 Le imprese femminili italiane

Le imprese femminili italiane, negli ultimi mesi del 2011, ammontano a 1.435.716. Il tasso di femminilizzazione del nostro Paese, ossia l'incidenza delle imprese femminili sul totale delle imprese, risulta essere pari al 23,4%. Mentre in valore assoluto le imprese rosa in Italia sono più numerose nel Settentrione, l'incidenza è invece maggiore nel Meridione e in particolare nel Molise che, come mostra il grafico sottostante, registra il 30,1%.



Tra il Settembre del 2010 e il Settembre del 2011 si è verificato un incremento delle imprese femminili nel Centro (+3,3%), con un aumento anche nel tasso di femminilizzazione (+0,6). Per di più, nello stesso anno, le imprese femminili sono cresciute in misura maggiore rispetto a quelle maschili (+0,6% contro 0,2%). L'aumento delle imprese femminili si registra dunque in un anno che è stato particolarmente arduo per l'imprenditoria e per

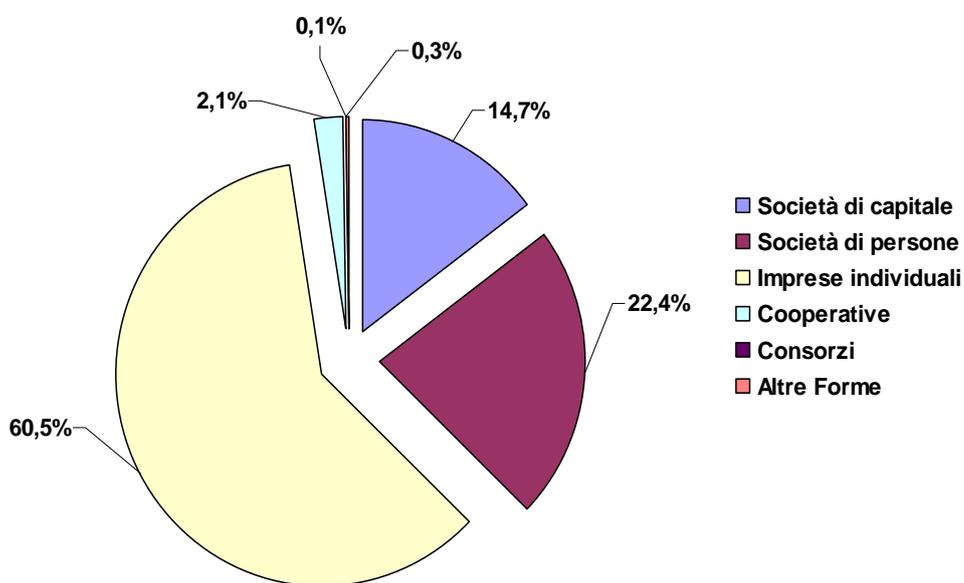
i lavoratori italiani, poiché gli effetti della crisi si sono abbattuti duramente sull'economia della nostra Nazione. Il verificarsi di tale crescita però è un dato senz'altro positivo che è anche riuscito a compensare la diminuzione delle imprese maschili, la quale (sempre nel medesimo periodo) è stata dello 0,4%. Le imprenditrici, inoltre, resistono alla crisi meglio degli imprenditori. Questa tendenza si verifica in tutte le regioni italiane, ad eccezione della Basilicata, del Molise e della Valle d'Aosta.



A livello nazionale, il Commercio e l'Agricoltura (rispettivamente con il 29,2% e con il 17,8%) sono ancora i settori a maggiore concentrazione, seguiti dai Servizi di alloggio e ristorazione (8,6%), dalle Attività manifatturiere (8,3%) e dalle Altre attività di servizi (7,6%). Il Sud riflette il dato nazionale in quanto si ha una forte presenza nel settore del Commercio e in quello dell'Agricoltura, e i valori massimi si registrano in Campania dove

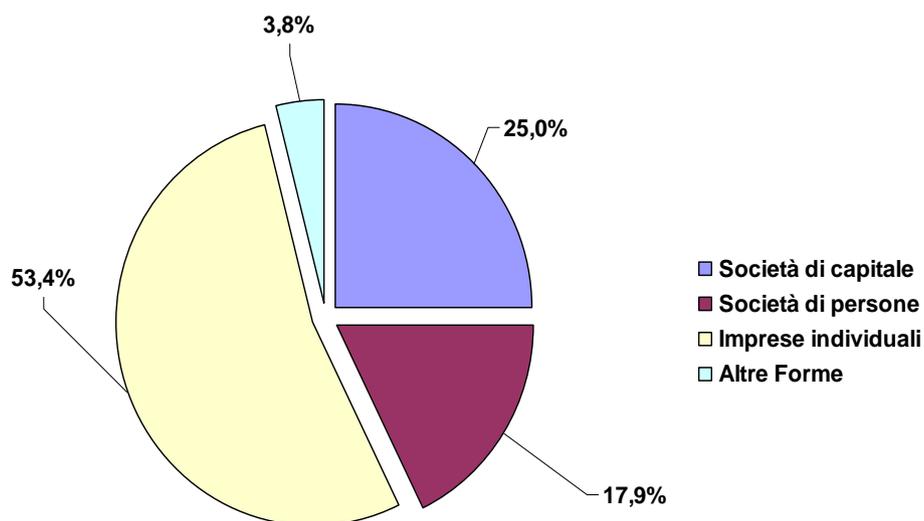
si localizza il 38,2% del totale delle imprese della regione (dieci punti percentuali in più rispetto alla media nazionale) e in Molise con il 42,6% (ben trenta punti percentuali in più della media nazionale). Nelle regioni Nord-Orientali invece si ha una notevole concentrazione nel settore dei Servizi di alloggio e ristorazione, e il valore più alto si registra nel Trentino Alto Adige con il 20,3%. Inoltre in tutto il Centro-Nord (e in particolare nelle Marche con il 12,7% e in Toscana con il 12,6%) prevalgono le Attività Manifatturiere, nelle regioni Nord-Occidentali dominano le Altre attività di servizi (soprattutto in Lombardia con il 10%) e, in generale, tutte le attività del terziario.

La forma giuridica prevalente delle imprese femminili italiane risulta essere quella della ditta individuale. Le imprese individuali, infatti, costituiscono il 60,5% delle imprese rosa italiane. La seconda forma giuridica più utilizzata è rappresentata dalla società di persone che costituiscono il 22,4%. Le società di capitali sono invece il 14,7%.

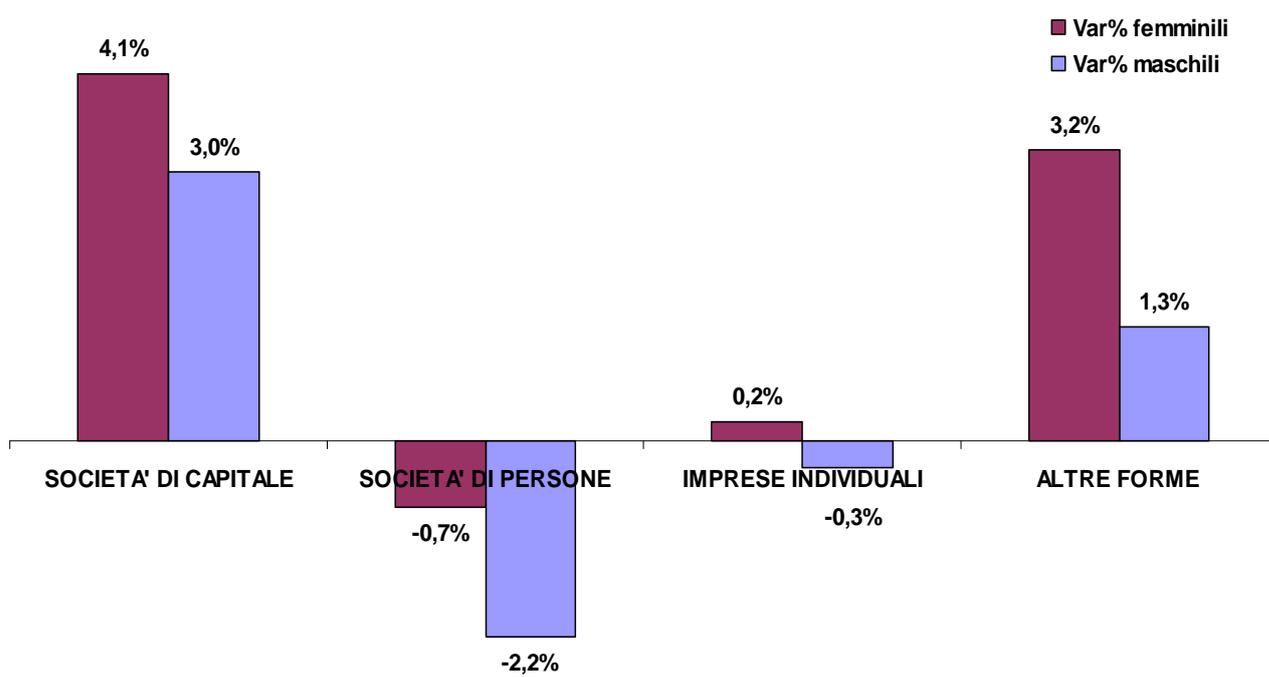


Emerge ancora che in tutto il Paese le società di capitali maschili sono più numerose di quelle femminili (il valore più elevato si registra però nell'Italia centrale con il 28,8% contro il 18,9% delle femminili). Al contrario, le ditte individuali appaiono numericamente inferiori rispetto alle femminili sull'intero territorio nazionale (ad eccezione del Trentino Alto Adige). Infine, si rileva che le società di persone maschili sono meno delle femminili nella maggior parte delle regioni italiane, tranne che nel Friuli Venezia Giulia (in cui sono superiori dell'1,8%), nel Molise (dove sono maggiori del 2,4%) e in Basilicata (in cui sono più numerose del 2,4%).

Il diagramma a torta sottostante mostra la distribuzione a livello nazionale delle imprese maschili italiane per forma giuridica nel Settembre del 2011.



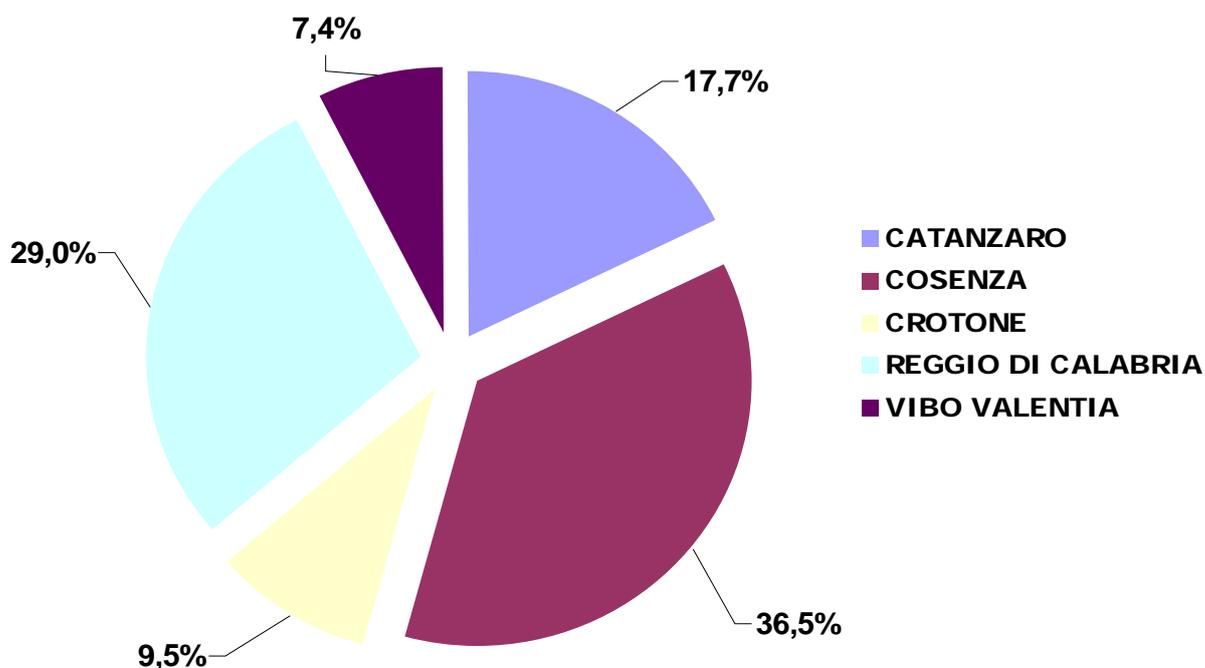
Dal Settembre del 2010 al Settembre del 2011, tuttavia, si è verificato un incremento delle società di capitali rosa. Anche le ditte individuali registrano un lieve aumento. Al contrario le società di persone, sia maschili che femminili, hanno registrato una flessione in tutta Italia ma il calo di quelle femminili appare più contenuto (solo lo 0,7% contro il 2,2% delle maschili).



5.2 Le imprese femminili calabresi

Il 3% delle imprese femminili italiane è localizzato nella regione Calabria. Il totale delle imprese femminili calabresi nel Settembre del 2011, infatti, ammonta a 45.582. La provincia di Cosenza è quella nella quale si registra la presenza del maggior numero di imprese femminili (il 36,5% del totale regionale), immediatamente dopo troviamo Reggio Calabria (con il 29%) e Catanzaro (con il 17,7%). Crotone e Vibo Valentia invece registrano i valori più bassi della regione (rispettivamente il 9,5% e il 7,4%).

Distribuzione delle imprese femminili in Calabria. III trimestre 2011



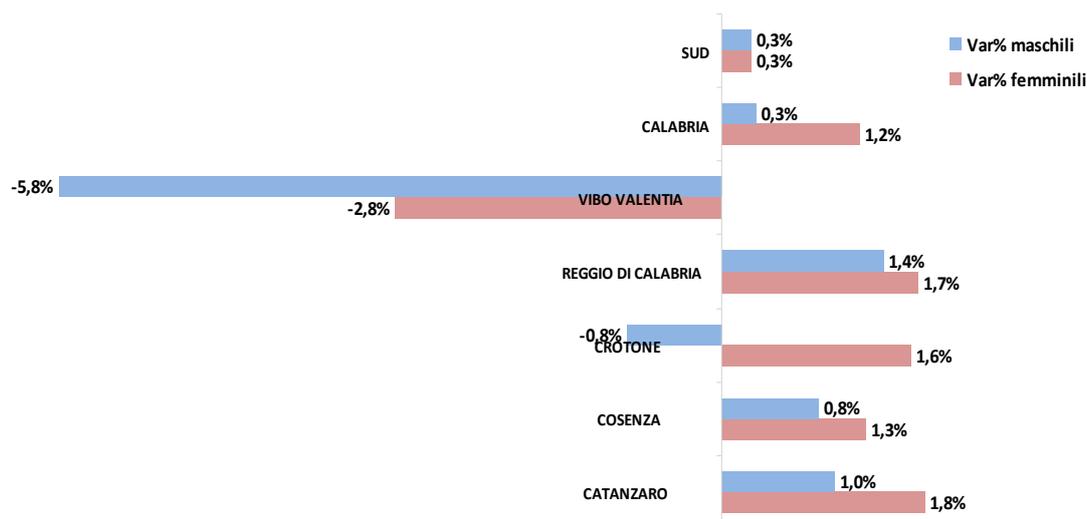
Anche in Calabria, come nel resto del Paese, la forma giuridica prevalentemente adottata dalle imprese femminili è costituita dalle ditte individuali con il 72,4%. Seguono le società di persone con il 15,5%, le società di capitali con il 9,3%, le cooperative con il 2,5%, le altre forme giuridiche con lo 0,3% e, infine, i consorzi con lo 0,1%. Facendo il confronto con il 2010, si può notare che nel 2011 si è verificato un aumento del numero

delle società di capitali (+7,9%) e delle altre forme di impresa (+2,2%). Tali incrementi assumono un'importanza ancora più rilevante se raffrontati con i dati relativi alle imprese maschili che registrano tassi di crescita più lenti per entrambe le forme giuridiche (rispettivamente 3,9% e 2,2%). Anche a livello provinciale i dati mettono in evidenza la crescita delle società di capitale. In particolare, tra Settembre 2010 e Settembre 2011, la provincia di Reggio Calabria e quella di Cosenza hanno registrato un incremento del 9,5% e dell'8,4%. Segue Vibo Valentia con il 4,8%. Come le società di capitali, anche le società di persone sono cresciute nel periodo di tempo in esame, tuttavia l'incremento risulta essere più contenuto. A Reggio Calabria l'aumento è stato del 3,4%, a Cosenza dello 0,9% e a Vibo Valentia si ha avuto addirittura un decremento del 7,4%.

Il tasso di femminilizzazione calabrese (come si evince anche dal grafico utilizzato nel precedente paragrafo) è pari al 25,1% e, rispetto al 2010, si è constatato un incremento dell'incidenza pari all'1,2%.

In Calabria, inoltre, le imprese femminili crescono maggiormente di quelle maschili (l'1,2% contro lo 0,3%). Gli incrementi più elevati si registrano a Catanzaro (+1,8% contro +1%) e a Reggio Calabria (+1,7% contro +1,4%). Vibo Valentia invece è l'unica provincia calabrese in cui tutte le imprese, sia femminili che maschili, sono diminuite (-2,8% le imprenditrici e -5,8% gli imprenditori).

Nel grafico sottostante è possibile osservare la variazione percentuale delle imprese femminili e maschili nel Sud, in Calabria e nelle province calabresi tra il Settembre del 2010 e il Settembre del 2011.



I settori in cui opera la maggioranza delle imprenditrici calabresi sono il Commercio e le Attività di cura.

La quota delle imprenditrici che lavorano nel Commercio è pari al 34,5%, si tratta di oltre cinque punti percentuali in più rispetto alla media nazionale (che risulta essere del 28,9%). A livello provinciale i valori più alti si hanno a Reggio Calabria con il 37,8%, a Catanzaro con il 37,5% e a Vibo Valentia con il 33,7%; mentre nella provincia di Crotona con il 30,6% e in quella di Cosenza con il 31,7% la percentuale si avvicina di più alla media nazionale. E moltissime sono anche le imprenditrici calabresi che hanno scelto di svolgere attività legate alla cura delle persone, in particolare il 40,4% delle donne che fanno impresa si occupano di Assistenza sociale, il 36,9% si occupa di Istruzione e il 43,9% di Altre attività di servizi. Seguono poi Amministrazione pubblica e Attività artistiche, sportive e di intrattenimento che registrano rispettivamente il 33,3% e il 31,2% e si tratta di valori decisamente superiori alla media nazionale (che per l'Amministrazione pubblica è pari al 13,9% mentre per le Attività artistiche, sportive e d'intrattenimento è pari al 25,8%).

Un altro settore in cui opera un'elevato numero di imprenditrici è quello dell'Agricoltura (nel quale sono incluse anche la silvicoltura e la

pesca). Qui la quota delle imprenditrici raggiunge il 20,2% e supera di tre punti percentuali la media nazionale (del 17,2%). Per quanto concerne poi le Attività di alloggio e ristorazione e il settore manifatturiero, su scala regionale, la percentuale delle imprese rosa (rispettivamente 8,2% e 6,7%) è più alta della percentuale delle imprese maschili (rispettivamente 5,6% e 0,1%). Il settore delle Costruzioni per contro è ancora un settore in prevalenza maschile, infatti le imprese femminili calabresi operanti in quest'ambito sono solo il 4,7% mentre quelle maschili sono il 15,3%.

In ultimo, i dati mostrano anche un orientamento delle imprenditrici calabresi verso il terziario avanzato. Su scala regionale, infatti, le Attività finanziarie e assicurative vengono svolte dal 26,1% delle imprenditrici e il settore Noleggio, agenzie di viaggi e servizi registra il 30,6% delle imprenditrici. Si tratta di valori maggiori rispetto a quelli nazionali (che rispettivamente risultano essere pari al 22,6% e al 29,9%). Tale tendenza, inoltre, si ha anche a livello provinciale. Infatti il settore delle Attività finanziarie e assicurative presenta percentuali che vanno dal 32,3% di Vibo Valentia al 24,9% di Catanzaro al 26,6% di Reggio Calabria; mentre il settore Noleggio, agenzie di viaggi e servizi registra percentuali che vanno dal 32,8% di Catanzaro al 25,5% di Crotona.

5.3 Le cariche delle donne nelle imprese

Con il termine *cariche* s'intendono i ruoli occupati ai vertici delle imprese, per cui ci si riferisce al titolare per le ditte individuali, ai soci e agli amministratori per le società di persone e le società di capitali, o ad altri tipi di cariche come quella di procuratore speciale, direttore generale e così via.

Secondo i dati riportati nel secondo Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, nel 2008 la presenza maschile nelle posizioni apicali delle imprese italiane è stata nettamente superiore a quella femminile (il 73,9% contro il 26,1%). La differenza sussiste per tutte le tipologie di cariche, tranne che per quella di socio dove la differenza tra uomini e donne è di poco più del 3%. Al contrario per il ruolo di amministratore si registra lo scostamento più elevato (il 22%). Per quanto riguarda le donne, inoltre, emerge che nel sistema imprenditoriale del nostro Paese esse sono più orientate alla titolarità che non all'amministrazione delle imprese.

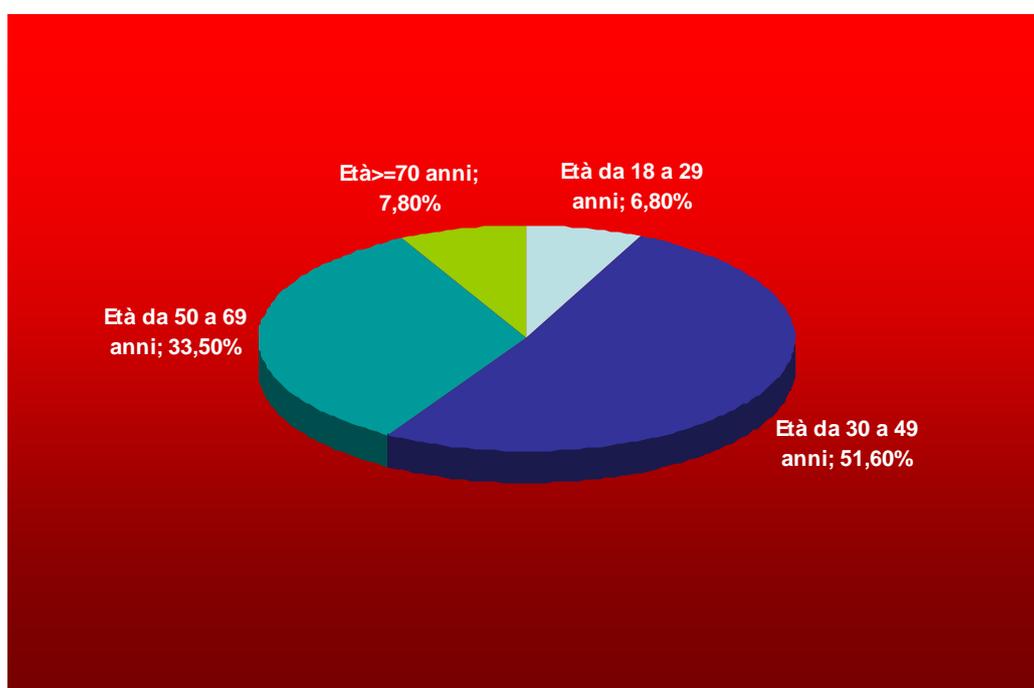
Analizzando poi la numerosità media delle cariche degli uomini e delle donne è possibile osservare che: gli uomini ricoprono più cariche delle donne; nel Sud si registrano i livelli minimi di presenza femminile; il Lazio è la regione in cui il numero di cariche per impresa è al livello più basso d'Italia sia per gli uomini che per le donne e in cui le differenze sono però più attenuate; la Valle D'Aosta è il territorio con il maggior numero di cariche femminili per impresa; e, infine, il Trentino Alto Adige è la regione che registra la più grande presenza di cariche maschili per impresa e in cui sono più marcate le differenze tra uomini e donne.

Dopo aver delineato il quadro generale, possiamo passare ora all'analisi delle cariche femminili all'interno delle imprese italiane e distinguerle per forma giuridica.

La presenza delle donne ai vertici si riscontra soprattutto nelle società di persone e nelle società di capitali. Rispetto alla distribuzione delle cariche,

inoltre, si hanno casi come quello della Lombardia dove lo scostamento tra società e imprese individuali è del 20% e casi come quelli del Molise e della Basilicata in cui le ditte individuali assorbono più della metà delle cariche femminili (rispettivamente 55,3% e 54,4%). La partecipazione nelle cooperative è più diffusa nel Meridione (specialmente in Sicilia con il 12,8% e in Basilicata con il 9,1%) che non nel Settentrione (il livello più basso si registra in Veneto con il 2,3%). Risultano marginali le presenze nei consorzi (0,4%).

Per quanto riguarda l'età, inoltre, si osserva che nel 2008 le donne tra i 18 e i 29 anni che ricoprivano cariche nelle imprese italiane erano solo il 6,8%, la maggioranza aveva tra i 30 e i 49 anni e una quota consistente aveva tra i 50 e i 69 anni.



Inoltre, esaminando la distribuzione delle cariche femminili nei diversi settori di attività economica, emerge che la maggiore presenza delle donne si riscontra negli stessi settori in cui si ha una più ampia presenza di imprese femminili, ovvero nel Commercio (25%), nelle Attività Immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca (16,3%), nelle Attività manifatturiere (13,5%) e nell'Agricoltura (10,5%).

Infine, è importante considerare altresì le cariche delle donne straniere nelle imprese femminili italiane. L'imprenditorialità straniera è un fenomeno abbastanza attuale e degno di attenzione anche dal punto di vista del genere, in quanto contribuisce notevolmente allo sviluppo economico e sociale dell'Italia.

Nel nostro Paese l'ammontare complessivo di cariche femminili nel 2008 è stato di circa 3 milioni di donne, tra queste si rileva che il 5,4% è stato ricoperto da donne straniere. E un altro aspetto interessante è che le donne provenienti da Paesi extracomunitari, nonostante fossero solo il 3,7% del totale, sono circa il doppio della componente femminile che proviene dall'area comunitaria.

Area Geografica	Totale	Valore %
Comunitaria	60.087	2%
Extra Comunitaria	110.633	3,7%
Italiana	2.809.858	93,5%
Non Classificata	25.592	0,9%
Totale	3.006.170	100%

Per quanto concerne la tipologia delle cariche, si nota che le donne comunitarie al pari di quelle extra comunitarie sono più presenti tra gli amministratori (rispettivamente 37,1% e 30,3%) e in seconda battuta tra i soci (rispettivamente 21,2% e 19,1%). Sia le comunitarie che le extracomunitarie

si concentrano prevalentemente nel Commercio, ma operano anche nel settore delle Attività manifatturiere, in quello delle Attività immobiliari/noleggio/informatica, e per finire troviamo un'elevata presenza di cariche femminili anche nel settore degli Alberghi e dei ristoranti.

Si rileva poi che le donne di nazionalità comunitaria che ricoprono cariche nelle imprese italiane provengono principalmente dalla Germania (22,2%), dalla Romania (17,9%), dalla Francia (16,8%), dalla Gran Bretagna (8,4%), dalla Polonia (6,5%), dal Belgio (5,9%), dalla Spagna (3,2%), dall'Austria (3,1%), dai Paesi Bassi (2%) e dalla Bulgaria (2%). Ci si aspettava che le donne provenienti da questi Stati impiegassero le competenze maturate nel proprio Paese d'origine e che, forse, in Italia sono meno diffuse. I dati raccolti però mettono in luce che esse tendono a concentrarsi negli stessi settori in cui si concentrano anche la maggior parte delle cariche delle donne italiane e delle imprese femminili.

Le donne di nazionalità extra comunitaria invece provengono prevalentemente dalla Cina (17,5%), dalla Svizzera (14,2%), dal Marocco (5,6%), dall'Argentina (3,9%), dagli Stati Uniti d'America (3,7%), dal Venezuela (3,6%), dal Brasile (3,5%), dalla Serbia e dal Montenegro (3,5%), dalla Nigeria (3,4%) e dall'Albania (2,9%). E i dati evidenziano inoltre che l'interesse di queste imprenditrici è rivolto principalmente verso i settori più tradizionali.

5.4 Le cariche femminili in Calabria

Analizzando il contesto calabrese, i dati dell'Osservatorio imprenditoria femminile mostrano che nel 2009 le cariche delle donne nelle imprese della regione erano complessivamente 59.086. A livello provinciale, poi, troviamo in testa Cosenza con il 36,2%, seguono Reggio Calabria con il 29% e Catanzaro con il 17,6%. Agli ultimi posti troviamo invece Crotona con il 9,5% e Vibo Valentia con il 7,7%.

	N° donne	Peso %
Cosenza	21.364	36,2
Reggio Calabria	17.162	29
Catanzaro	10.416	17,6
Crotone	5.613	9,5
Vibo Valentia	4.531	7,7
Calabria	59.086	100

La distribuzione in base alla tipologia di carica evidenzia una netta presenza femminile nel ruolo di titolare, dato che non stupisce se si considera il fatto che in Calabria le ditte individuali hanno un peso significativo. Molto più bassa risulta invece la presenza nei ruoli di socio e amministratore.

	Titolare	Socio	Amministratore	Altre	Totale
Cosenza	54	22,3	20,2	3,5	100
Reggio C.	56,9	19,6	20	3,5	100
Catanzaro	55,4	23	16,4	5,2	100

Crotone	58,2	21,5	15,9	4,4	100
Vibo V.	56,5	21	16,6	5,9	100
Calabria	55,7	21,5	18,8	4,1	100

Per quanto riguarda la distribuzione delle cariche femminili per forma giuridica dell'impresa emerge che in Calabria la più elevata presenza di donne in posizioni apicali si ha nelle imprese individuali (56,5%). A seguire troviamo le società di persone con il 32,9%, mentre nelle altre forme giuridiche si registra una presenza femminile più esigua (solo il 10,6%).

Analizzando, infine, la distribuzione delle cariche femminili per settore di attività economica in cui opera l'impresa, appare evidente che pure nella nostra regione la maggioranza delle cariche femminili si concentra nel settore del Commercio (31%) e in quello dell'Agricoltura (17,5%). Troviamo poi un 8,2 % nelle Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione e un 7,2% nelle Attività manifatturiere. Nei settori del terziario avanzato, invece, la presenza femminile ai vertici risulta residuale. Infatti nel settore Noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese si registra solo il 2,7%, nelle Attività professionali, scientifiche e tecniche il 2% e nelle Attività finanziarie e assicurative addirittura l'1,7%.

CAPITOLO 6

IL PROFILO DELL'IMPRENDITRICE COSENTINA

6.1 Introduzione

Fine ultimo di questa tesi è quello di provare a delineare *il profilo dell'imprenditrice tipo cosentina*. Per questa ragione ho intervistato delle imprenditrici della provincia di Cosenza, alcune rintracciate tramite internet mentre altre trovate grazie all'intercessione della dottoressa M. P. di Confindustria.

Le interviste realizzate sono delle interviste qualitative semi-strutturate: avevo una traccia di domande ma non l'ho seguita in modo rigido, al contrario l'ho adattata a seconda delle situazioni e delle persone che mi trovavo di fronte.

6.2 Caratteristiche delle intervistate

Le intervistate sono donne di età differenti (dai 35 ai 50 anni) proprietarie di medie e grandi imprese ubicate nella città di Cosenza e nel territorio limitrofo.

La maggioranza ha ereditato l'impresa dalla famiglia. Solo una tra queste, la più giovane, ha creato l'impresa ex novo. Tutte hanno conseguito il diploma di scuola superiore e hanno frequentato l'università. La maggior parte ha terminato gli studi universitari, alcune hanno conseguito master e specializzazioni post-laurea, solo una ha deciso di abbandonare l'università per dedicarsi alla famiglia e alla propria attività. Quasi tutte le intervistate hanno compiuto studi di tipo economico e alcune sono anche abilitate alla professione di dottore commercialista e revisore contabile.

La maggior parte delle donne intervistate sono diventate imprenditrici immediatamente dopo gli studi subentrando nell'attività di famiglia: quasi tutte, perciò, conoscono questo mestiere sin dall'infanzia, soltanto un'intervistata si è messa in società con il marito (il quale aveva ereditato l'attività dalla madre) subito dopo il matrimonio e pertanto si è avvicinata alla professione imprenditoriale in età più adulta. L'unica imprenditrice tra queste che ha costituito ex novo la sua azienda è stata una dipendente presso imprese altrui prima di maturare la decisione di mettersi in proprio. Ha infatti lavorato per circa quattro anni a Roma in aziende di consulenza finanziaria, di marketing e di comunicazione, in più faceva corsi di formazione riguardanti le vendite, il lancio di nuovi prodotti e la gestione della clientela. In seguito ha deciso di ritornare in Calabria dove, per un po', ha lavorato in un'altra impresa operante sempre nell'ambito della comunicazione. Ad un certo punto, però, ha capito che la sua aspirazione era quella di essere autonoma e così ha deciso di passare da lavoratrice dipendente ad imprenditrice.

“Da un lato l’ho fatto perché il mercato calabrese non è proprio florido di lavoro. Trovare lavoro è complicato. Penso sia più facile farselo il lavoro, crearselo da soli. Dall’altro lato l’ho fatto per una mia esigenza di indipendenza, di gestire il mio tempo, di gestire autonomamente il mio lavoro, di non dover rispondere a nessuno ma solo a me stessa” (Intervista Adele B.).

Due imprenditrici, oltre a essere titolari e amministratrici di varie aziende, svolgono anche degli incarichi rilevanti presso la Camera di Commercio e Confagricoltura: si tratta della Presidente del CIF (Comitato per l'Imprenditoria Femminile) di Cosenza, ovvero quell'organizzazione che si occupa principalmente della promozione dell'imprenditoria femminile nel sistema economico provinciale e della valorizzazione delle competenze

imprenditoriali delle donne anche attraverso manifestazioni e riconoscimenti; e la Presidente della DIAC (associazione Donne Imprenditrici Agricole Calabresi), un'associazione nata nel 2005 volta fondamentalmente a costituire una rete, sia a livello provinciale che regionale, tra tutte le imprenditrici agricole calabresi appartenenti a Confagricoltura al fine di permettere loro di condividere le competenze acquisite e diffondere le informazioni possedute da ciascuna, anche mediante l'organizzazione di convegni.

La Presidente del CIF, inoltre, è stata eletta Presidente di Confcooperative Calabria all'età di 23 anni e ha mantenuto l'incarico fino al luglio 2011, mentre oggi è Portavoce regionale del Forum del Terzo Settore (un organismo di rappresentanza di secondo livello che associa 32 reti dell'associazionismo sociale).

Infine, le imprese delle donne intervistate operano in diversi settori: nei servizi alle imprese, nel sociale, nel commercio, nel turismo e in agricoltura.

L'imprenditrice che opera nel settore dei servizi alle imprese lavora più precisamente nell'ambito della comunicazione: fornisce a piccole e medie imprese aiuti nella realizzazione di campagne pubblicitarie, nella creazione di loghi e siti internet e di tutto quello che concerne la pubblicità; realizza dei corsi di formazione per imprese (e talvolta anche per privati) inerenti tematiche quali il public speaking, la programmazione neurolinguistica e tutte le tipologie particolari di comunicazione; inoltre offre alle imprese strategie di marketing, pertanto le imprese vengono seguite dalla creazione di un nuovo prodotto fino al suo lancio sul mercato e alla relativa pubblicità.

L'intervistata che lavora nel commercio possiede, insieme alle sue sorelle, un gruppo di negozi d'abbigliamento (fondati dal padre negli anni Settanta) molto conosciuti ed esclusivi, situati nel centro della città. Più nello specifico, fa capo al gruppo che comprende Hit Shop, Hit Cafè, il gruppo di franchising Max Mara, Liu Jo, Armani Jeans, ecc. nonché diversi outlet in cui vengono vendute le rimanenze delle stagioni passate.

L'imprenditrice che opera nel turismo possiede un ristorante ormai conosciuto sia a livello nazionale che internazionale. Esso è stato creato nel 1981 dal marito che, amando fortemente la ristorazione, ha trasformato l'emporio ereditato dalla madre (imprenditrice dal 1948) per poter svolgere questa attività. Il ristorante all'inizio era aperto nei mesi estivi e chiuso in quelli invernali, col tempo però l'attività è cresciuta e oggi rimane aperto tutto l'anno. Dal 2008, oltre al ristorante, l'intervistata possiede (sempre in società con il coniuge) anche un albergo. Entrambe queste attività si trovano a Camigliatello Silano, piccolo paese in provincia di Cosenza.

Un'altra delle intervistate ha ereditato una cooperativa ittica dalla propria famiglia e oggi è amministratrice di diverse imprese cooperative operanti nel settore dei servizi e di alcune imprese sociali.

Infine, l'imprenditrice agricola intervistata possiede un'azienda di grandi dimensioni, ubicata in Sila, che le è stata tramandata dalla sua famiglia. L'orientamento dell'impresa fino a qualche tempo fa era solo pataticolo/cerealicolo, ma attualmente l'intervistata lo sta trasformando: sta infatti creando anche un vigneto d'alta montagna e lo sta arricchendo con alberi da legname molto pregiati quali ciliegi, frassini, faggi, e così via.

6.3 La situazione dell'imprenditoria femminile in Calabria e a Cosenza

Quando è stato chiesto alle intervistate cosa pensassero a proposito della situazione dell'imprenditoria femminile in Calabria e, più nello specifico, nella provincia di Cosenza, quasi tutte sono state concordi nell'affermare che la situazione non è particolarmente rosea in questo territorio. Tuttavia, c'è stato anche chi ha espresso un giudizio più positivo.

La Presidente del CIF ha dato un parere più "tecnico" (la sua risposta infatti si basa su dati statistici di Unioncamere) rispetto alle altre (che hanno risposto in base alla loro percezione), e ha dichiarato:

“Nonostante la fase storica che ha fatto registrare una considerevole percentuale di mortalità di imprese, quelle al femminile registrano un trend positivo in controtendenza. La provincia con un maggiore trend positivo è quella di Reggio Calabria, seguita dalla provincia di Cosenza” (Intervista Katia S.).

Le altre intervistate, invece, ritengono che la situazione sia migliorata rispetto al passato in quanto oggi sempre più donne scelgono di intraprendere questo mestiere e lo fanno anche con molta passione e determinazione. Ciò nonostante, esse sostengono che rispetto al mercato nazionale le cose vanno a rilento, che ci sono ancora più imprenditori che imprenditrici e che la Calabria continua ad essere il fanalino di coda dell'Italia per quanto riguarda l'occupazione in generale, sia maschile che femminile.

6.4 Vantaggi e svantaggi dell'imprenditoria femminile

Nell'intervista si chiedeva alle imprenditrici cosa pensassero in merito all'imprenditoria femminile in termini di punti di forza e punti di debolezza e se, secondo il loro parere, fa differenza se un'impresa è guidata da una donna.

Alcune imprenditrici hanno risposto che le donne sono più svantaggiate rispetto agli uomini per via del fatto che ancora oggi esiste una cultura discriminante nei loro confronti e anche perché la famiglia continua a gravare in misura maggiore sulle spalle della componente femminile della famiglia.

“Nonostante si discuta oramai da decenni di pari opportunità, nella realtà esiste ancora una cultura discriminante per le donne, soprattutto se l'impegno femminile non scaturisce da una successione familiare, ma è frutto di autonomia ed intraprendenza personale” (Intervista Katia S.).

“Storicamente le donne sono sempre state a casa o comunque, anche lavorando, hanno sempre avuto loro il carico della famiglia sulle spalle, non hanno mai avuto neanche il tempo di andare al bar o di andare a fare due passi come invece hanno sempre fatto gli uomini” (Intervista Paola G.).

Altre invece hanno dichiarato che le donne sono avvantaggiate rispetto ai colleghi maschi, poiché hanno delle qualità intrinseche che in questo mestiere sono molto utili.

“Forse noi imprenditrici, rispetto ai nostri colleghi maschi, siamo addirittura avvantaggiate. Sicuramente abbiamo un modo diverso di porci, di affrontare i problemi, riusciamo a fare più cose contemporaneamente, siamo abbastanza poliedriche. Penso che abbiamo anche una capacità di problem solving molto elevata. Vedo molte qualità nelle donne, tra cui alcune che mancano agli uomini” (Intervista Adele B.).

“Secondo me sì, fa differenza se un’impresa è guidata da una donna. Ma anche secondo autorevoli economisti. E’ stato provato che più un Paese è competitivo maggiore è il coinvolgimento delle donne nel mondo del lavoro; più un paese è creativo maggiore è la partecipazione all’impresa da parte delle donne. Credo che la motivazione risieda nelle caratteristiche peculiari della personalità femminile: determinazione, creatività, sensibilità, intuito” (Intervista Katia S.).

Infine, c’è stato chi ha affermato di non amare questa settorializzazione tra uomini e donne, in quanto quello che conta è il progetto e la volontà di portarlo avanti nel migliore dei modi.

“Questo fatto che sia imprenditoria femminile o imprenditoria maschile è una cosa che non mi piace. C’è l’aiuto alle donne per aprire imprese ma io penso che, se il progetto è valido, che sia una donna o che sia un uomo a proporlo poco importa. In ogni caso, se il progetto è valido, deve essere finanziato” (Intervista Emanuela G.).

Tutte le intervistate che hanno figli lamentano il fatto che chi svolge questa professione ha pochissimo tempo da dedicare alla famiglia. Tuttavia amano il loro mestiere e sono sicure che i sacrifici che stanno facendo serviranno per assicurare un avvenire sereno ai propri bambini. Una delle intervistate, inoltre, ha dei figli già adulti, i quali sono cresciuti nell’azienda e hanno assimilato l’amore per questo lavoro, così oggi madre e figli lavorano fianco a fianco. Un’altra imprenditrice invece ha dichiarato di aver avuto una madre lavoratrice che aveva poco tempo da destinare alla famiglia, ma di essere cresciuta bene comunque e di non essersi mai sentita privata di

qualcosa o traumatizzata. Per questo motivo ritiene che, anche se lavorando tutti i giorni dalla mattina alla sera con orario continuato ruba del tempo ai propri bambini, i suoi figli staranno più che bene.

L'intervistata più giovane, invece, è l'unica che non ha figli e ha dichiarato che forse anche per questa ragione non crede che gli impegni professionali generino dei particolari problemi.

“Io probabilmente sono fortunata perché non ho una famiglia mia, nel senso che sto ancora con i miei, comunque non trovo che ci siano particolari problemi. Forse perché vengo da un'esperienza romana in cui io non rientravo a casa prima delle otto e adesso più o meno gli orari sono quelli. Per quanto riguarda gli orari non vedo differenza tra il lavoratore dipendente e l'imprenditore. Essere un'imprenditrice comporta però dei vantaggi. Io, dal mio punto di vista, vedo solo dei vantaggi nella mia professione soprattutto perché gestisco il mio tempo. Ci sono alcuni lavori che per esempio posso fare la sera o nei weekend. Gestisco tranquillamente il mio tempo” (Intervista Adele B.).

Per quanto riguarda l'imprenditoria femminile agricola, è emerso che un punto di forza che possiedono le imprese in rosa del settore è l'innovazione.

L'innovazione consiste nell'aver voluto creare o trasformare la propria azienda in modo che potesse svilupparsi in più settori. Infatti, le aziende multifunzionali della provincia di Cosenza appartengono quasi sempre ad imprenditrici donne. Gli agriturismi o le fattorie didattiche, per esempio, sono spesso gestite da donne. Lo stesso discorso vale anche per le fattorie sociali che si stanno sviluppando negli ultimi anni e che aiutano i ragazzi down, o comunque quelli con disabilità più o meno gravi, ad integrarsi nella società.

Esse inoltre aspirano a coinvolgere le scuole facendo avvicinare bambini e ragazzi alla natura.

Oltre a ciò, è stato rilevato che un'altra caratteristica esclusiva delle aziende femminili agricole è che le donne, a differenza dei colleghi, puntano soprattutto alla qualità dei prodotti, a vendere del cibo sano, e solo secondariamente pensano ai profitti.

6.5 I principali problemi delle imprenditrici

I principali problemi riscontrati dalle intervistate nell'avvio e nella gestione delle attività riguardano soprattutto l'accesso al credito e la carenza di servizi che le possano agevolare nella conciliazione della vita lavorativa con quella familiare.

Le imprenditrici sentite sono tutte concordi sul fatto che l'imprenditoria femminile sia un'ottima possibilità di sbocco lavorativo per le donne, specie nel territorio calabrese caratterizzato da sempre da una carenza di posti di lavoro. Inoltre, poiché viviamo in un momento storico in cui trovare lavoro è ancora più complicato che nel passato, le intervistate sostengono che provare a crearsi il lavoro da sole sia la scelta migliore che si possa fare. Purtroppo però sono pochissime le banche che attuano una linea di credito "rosa" (ossia una linea di credito dedicata alle donne) così come sono poche quelle che consentono l'accesso al credito ai giovani. In tal modo avviene che molte giovani potenziali imprenditrici, competenti e preparate, che non hanno ereditato l'azienda dalla famiglia ma vorrebbero ugualmente intraprendere la strada dell'imprenditoria, non avendo la possibilità finanziaria iniziale per avviare l'azienda decidono di rinunciare. A tal proposito una delle intervistate ha affermato:

“Sia per l’imprenditoria femminile che per l’imprenditoria giovanile ci sono ancora moltissimi problemi, però quello che noi diciamo sempre è che, mentre i giovani poi diventano adulti e li superano questi problemi, le donne rimangono donne tutta la vita” (Intervista Paola G.).

Un’altra delle intervistate invece ha dichiarato che, dal momento che per avviare la sua azienda non ha ottenuto alcun finanziamento e che non aveva alcuna intenzione di accantonare il suo sogno di diventare imprenditrice, ha preso la decisione non facile di farsi un mutuo.

“Avviare l’attività è stato difficoltoso perché è stato fatto tutto con mutuo bancario e ad un certo punto ci sono stati tanti problemi con le banche. E poi le leggi a sostegno dell’imprenditoria non ci sono state d’aiuto” (Intervista Denise M.).

La legge 215, infatti, avrebbe dovuto essere d’aiuto nel risolvere questa incresciosa situazione riguardante l’accesso al credito, ma le intervistate convengono nel dire che non sia andata affatto così. Al contrario, le richieste per l’ottenimento del finanziamento pubblico sono state percepite come un altro deterrente per l’avvio di attività imprenditoriali ex novo. I motivi sono da ricercarsi nel fatto che l’erogazione dei contributi avveniva in tempi esageratamente lunghi per colpa di un’eccessiva burocrazia, cosicché tante imprenditrici hanno rinunciato a chiedere il finanziamento. Alcune delle intervistate hanno asserito:

“Sicuramente la 215 è stata un ottimo strumento in passato che ha dato un impulso importante alla promozione dell’impresa rosa. I tempi per l’erogazione delle somme di denaro però erano eccessivi e nella fase attuale si aggiunge l’aggravante che da anni non è più finanziata” (Intervista Katia S.).

“La legge 215 non è stata d’aiuto. Ogni volta che abbiamo fatto la richiesta per ottenere un finanziamento pubblico non è mai andata bene perché le risposte sono state bloccate. Noi, non so per quale motivo, non abbiamo mai potuto usufruire dei finanziamenti pubblici. Anche perché le risposte non arrivano e noi non abbiamo il tempo di stare dietro ai funzionari pubblici che vagliano le domande. C’è troppa burocrazia per ottenere un aiuto economico che ti spetterebbe di diritto. E invece poi ti passa pure la voglia di provare a chiederlo, anche perché non si ha proprio il tempo materiale per stare dietro a questa burocrazia pesante. Penso che la burocrazia blocchi molto. A me importa il mio lavoro, lavorare bene, trasmettere la passione ai miei figli, fare squadra con i dipendenti... non posso stare dietro alle lungaggini burocratiche” (Intervista Denise M.).

“La 215 doveva occuparsi anche dell’accesso al credito, invece la situazione è rimasta un disastro in tutta Italia e in particolare in Calabria. Soldi non te ne danno perché devi mettere a garanzia tutto quello che hai ma quadruplicato. Chiedi 80 ma ne devi avere 300 di garanzia. Inoltre oggi i terreni non vengono neanche considerati dalle banche, al contrario di come si faceva una volta. Oggi se vai in banca e chiedi di ipotecare il tuo terreno ti ridono in faccia. Le banche non vogliono terra o beni che non possono poi piazzare in futuro, vogliono soldi. E questa è una cosa che limita tantissimo le possibilità” (Intervista Paola G.).

Come già accennato in precedenza, la maggioranza delle imprenditrici sentite afferma che un grande problema per le donne che fanno impresa è rappresentato dalle responsabilità familiari. Sono quasi sempre le donne che, oltre a lavorare, si occupano personalmente dei bambini e degli anziani della famiglia. Gli uomini, viceversa, non si assumono quasi mai queste responsabilità, pertanto si concentrano totalmente sul loro lavoro. Questo tipo

di difficoltà per le imprenditrici viene spesso sottovalutato nel senso che in Italia, secondo la maggioranza delle intervistate, se ne parla ancora troppo poco. A complicare ulteriormente le cose c'è anche il fatto che spesso non ci sono neanche dei servizi adeguati che possano perlomeno alleggerire il carico familiare. Per quanto riguarda la provincia di Cosenza, un'intervistata ha dichiarato che esiste un solo asilo comunale. Esso è situato in città, per cui le imprenditrici che lavorano nel territorio limitrofo non ne traggono alcuna utilità. Non possono usufruirne perché altrimenti dovrebbero viaggiare ogni giorno e avendo un'impresa da mandare avanti non ne hanno il tempo. La maggioranza delle imprenditrici ascoltate ritiene che, se queste problematiche continueranno a essere trascurate o minimizzate, l'imprenditoria femminile non verrà mai davvero favorita ma solo ostacolata.

Infine, l'intervistata che ha creato la sua impresa ex novo ha rilevato anche altri tipi di complicazioni per le imprenditrici che, come lei, non hanno ereditato l'azienda dalla famiglia: si tratta di difficoltà nel reperire i clienti, nel farsi un nome e nel riuscire a far superare a clienti e concorrenti la diffidenza iniziale verso chi è nuovo sul mercato. Questa imprenditrice inoltre afferma che è vero chi avvia un'attività da sola si trova ad affrontare maggiori ostacoli però, nello stesso tempo, è fermamente convinta che se si possiedono la giusta preparazione, una buona dose di tenacia nel perseguire i propri obiettivi e qualche buona conoscenza ce la si può fare comunque.

6.6 Il profilo dell'imprenditrice cosentina

La maggior parte delle intervistate hanno ereditato l'azienda (o le aziende) dai propri genitori e, dai loro racconti, è emerso che è stato lo stesso anche per molte loro colleghe. Alcune amano profondamente questa professione ma altre sostengono che, proprio perché la loro famiglia si è sempre occupata di imprenditoria, decidere di seguire questa strada è stata una scelta quasi obbligata. In particolare un'intervistata ha asserito:

“Solitamente in Calabria e nella provincia di Cosenza, le imprese sono state tutte ereditate. Le imprenditrici hanno avuto l'azienda dai genitori oppure hanno avuto un terreno dalla famiglia e su questo terreno hanno costruito una loro impresa. Quindi per la maggior parte di noi non è un lavoro improvvisato. Tranne pochissime aziende, le altre provengono tutte dalla famiglia perciò non è stata una scelta così libera” (Intervista Paola G.).

Alla luce di queste considerazioni si evince che il profilo dell'imprenditrice tipo cosentina corrisponde a quello che Carter e Cannon, nel 1988, definivano *tradizionalista*. Le tradizionaliste sono donne per cui l'impresa rappresenta una tradizione familiare in quanto provengono da una famiglia che lavora da sempre in questo campo. Per tale ragione esse si sono avvicinate alla professione imprenditoriale fin dall'infanzia, spesso è l'unico lavoro che hanno avuto nella loro vita, conoscono bene i meccanismi imprenditoriali e possiedono una rete di relazioni vantaggiose per lo svolgimento della loro attività (Franchi, 1992).

Tra le imprenditrici intervistate però, come già detto più volte, una ha creato la sua impresa da sola. Sulla base delle sue dichiarazioni è possibile riscontrare che ella, invece, rientra perfettamente nel profilo di imprenditrice *innovatrice* tracciato da Cromie e Hayes sempre nel 1988. Le innovatrici sono

donne che non hanno figli e per questo motivo sono riuscite in passato ad avere significative progressioni di carriera. Arrivate ad un certo punto, però, hanno preso la decisione di mettersi in proprio spinte dal desiderio di ottenere successo, dalla voglia di autonomia e solamente in ultimo per il denaro. (Franchi, 1992). Tuttavia, mentre secondo Cromie e Hayes le innovatrici di solito operano nel settore manifatturiero, l'imprenditrice da me intervistata si occupa di servizi alle imprese e, più in particolare, di comunicazione, consulenza e formazione strategica.

CONCLUSIONI

A partire dagli anni Ottanta in Italia è avvenuto un rilevante cambiamento nell'offerta di lavoro femminile: si è incrementata la presenza delle donne nelle libere professioni e in ambito economico, politico e culturale. Sono state in particolar modo le donne detentrici dei livelli di istruzione più elevati ad accrescere la loro presenza sul mercato del lavoro retribuito. Si è trattato di un mutamento sociale veramente importante, il quale ha comportato anche delle modifiche nei comportamenti individuali e negli assetti istituzionali. Sono, difatti, cambiate le scelte di procreazione, le fasi della vita familiare, l'organizzazione domestica e la cura dei figli, e sono mutati altresì i ruoli e i rapporti di potere nei differenti settori occupazionali, nonché gli orientamenti e i comportamenti lavorativi degli uomini e delle donne (David-Vicarelli, 1994).

Proprio in questo periodo comincia a registrarsi in tutti i Paesi più sviluppati, incluso il nostro, un maggior interesse da parte delle donne per la creazione di imprese. Ad ogni modo, nonostante l'incremento quantitativo delle imprese femminili e nonostante si siano realizzate interessanti esperienze di promozione di tali imprese sia oltreoceano che in ambito comunitario, in Italia il fenomeno non ha ricevuto un'adeguata visibilità per diverso tempo, né per quanto riguarda gli studi né per quanto riguarda le politiche. Una sorte analoga, nel nostro Paese, era toccata anche alle ricerche sul lavoro compiute negli anni Settanta dalla sociologia ufficiale, nelle quali la categoria di genere non è stata a lungo considerata. Tali studi, infatti, facevano sempre riferimento ad un soggetto asessuato trattato implicitamente come maschio. Quando, più tardi, hanno iniziato ad essere effettuati i primi studi di genere, essi riguardavano invece solo il lavoro dipendente e non quello in proprio. In seguito al verificarsi dell'importante mutamento sociale

di cui sopra, però, pure in Italia si è cominciato ad indagare il fenomeno dell'imprenditoria femminile. Tuttavia, queste analisi sovente si limitavano a parlare dei vincoli e delle barriere incontrati dalle donne nello svolgimento della professione imprenditoriale, lasciando in ombra le ragioni delle differenze tra i percorsi di lavoro maschili e femminili e le risorse impiegate dalle imprenditrici per dar vita alle loro attività. È invece opportuno studiare tale argomento non soltanto in riferimento ai punti di debolezza ma anche e soprattutto in riferimento ai punti di forza e alle potenzialità (Franchi, 1992).

In questo quadro emerge la rilevanza delle ricerche empiriche. Gli studi effettuati sul campo sono importanti quanto e più di quelli teorici poiché consentono di arricchire le riflessioni fatte sull'argomento e di verificare la validità delle ipotesi enunciate dagli autori che si sono interessati al tema.

Le ricerche empiriche sull'imprenditoria femminile confermano che le imprenditrici non sono tutte uguali, ma ci sono molteplici differenze nella formazione, nelle esperienze lavorative precedenti, nelle motivazioni che stanno dietro alla decisione di creare un'azienda, e via dicendo. Parlare di imprenditoria femminile, inoltre, non significa limitarsi ad affermare che le donne che decidono di svolgere questo mestiere si imbattono spesso in maggiori difficoltà e maggiori ostacoli rispetto agli uomini che hanno fatto la loro stessa scelta. Bisogna compiere un'analisi più approfondita e le ricerche contribuiscono a farlo. Esse, infatti, esaminano le differenze nelle imprese create dagli uomini e dalle donne evitando di ricondurle unicamente ad una questione di approccio culturale e, oltre ad evidenziare i problemi incontrati lungo il cammino professionale, osservano anche le strategie adottate per superarli e prendono in considerazione i fattori di spinta come, ad esempio, le risorse investite (Franchi, 1992).

In definitiva, le imprese femminili costituiscono una realtà molto variegata che non può e non deve essere generalizzata ad una situazione di svantaggio. E le peculiarità attribuite specificatamente alle donne non sono altro che dei

punti di forza per le imprenditrici. Il fatto che queste ultime valutino i loro risultati non rispetto agli utili conseguiti bensì in base alla qualità dei loro prodotti e alla soddisfazione dei propri clienti, la strategia tipicamente femminile di “mettersi in rete”, l’informalità che caratterizza quasi sempre i rapporti tra imprenditrici e dipendenti, ecc. sono tutte caratteristiche che valorizzano l’imprenditoria rosa.

È stato poi più volte ribadito che non esistono solo differenze tra imprenditori e imprenditrici ma pure tra le stesse imprenditrici.

Le diversità che emergono hanno consentito a illustri studiosi di delineare alcuni profili di imprenditrici e queste si suddividono nei vari profili a seconda della loro età e, quindi, della fase della vita in cui si trovano, a seconda del livello di istruzione, dei percorsi di carriera, del desiderio di autonomia, della voglia di uscire da una situazione di disoccupazione o di rientrare nel mercato del lavoro abbandonato in precedenza per crescere i figli, e così via.

Per quanto riguarda la realtà locale, intervistando alcune imprenditrici del luogo è stato possibile rilevare che la maggioranza corrisponde al profilo *tradizionalista* in quanto ha alle spalle una famiglia di imprenditori e non ha mai neanche preso in considerazione l’idea di intraprendere una carriera diversa. Sebbene ciò induca a pensare che la decisione di diventare imprenditrici non sia stata del tutto libera, è interessante osservare che tutte amano profondamente il loro lavoro, credono in ciò che fanno e considerano l’azienda come una parte importantissima della propria vita.

Infine, è importante sottolineare che l’imprenditoria al giorno d’oggi può essere una grande opportunità di occupazione. In tempi di crisi, come quelli che stiamo vivendo negli ultimi anni, cercare lavoro risulta essere un’esperienza alquanto demoralizzante. Il tasso di disoccupazione è molto elevato e attualmente la carenza di posti di lavoro è un problema diffuso un po’ dappertutto. Per questa ragione creare da sé il proprio lavoro potrebbe

essere, forse, l'unica possibilità per sfuggire all'inattività e per aiutare altresì l'economia a risollevarsi.

BIBLIOGRAFIA

Algardi Zara, 1949, *La donna e la toga*, Soc. Tip. Leonardo da Vinci, Città di Castello.

Bertolini Sonia e Goglio Valentina, 2010, *L'imprenditoria femminile come strumento di innovazione per lo sviluppo e per la partecipazione femminile al mercato del lavoro*.

Buscaroli Francesca, 2008, *Cooperative - guida operativa - adempimenti fiscali, contabili, civilistici, amministrativi e previdenziali*, IPSOA, Trieste.

Carter Sara and Cannon Tom, 1988, *Female Entrepreneurship. A Study of female business owners; their motivations, experiences and strategies for success*, Department of Employment research Paper n. 65.

Cromie Stanley and Hayes John, 1988, *Towards a Typology of female entrepreneurs*, in *The Sociological Review* vol. 36, n. 1, pp. 251-261.

David Patrizia, 2008, *L'imprenditorialità femminile come strumento di cambiamento economico e culturale. Il caso delle Marche*.

David Patrizia e Vicarelli Giovanna, 1994, *Donne nelle professioni degli uomini*, Franco Angeli, Milano.

Favretto Giuseppe e Sartori Riccardo, 2007, *Le età dell'impresa: giovani imprenditori e lavoratori esperti*, Franco Angeli, Milano.

Ferrera Maurizio, 2009, *Il fattore D*, Mondadori, Milano.

Franchi Maura, 1992, *Donne imprenditrici-le regole del gioco*, Franco Angeli, Milano.

Lepore Mario, 1999, *Quale società? Una decisione strategica*, Giunti Demetra, Firenze.

Lombardi Lia, 2005, *Società, culture e differenze di genere*, Franco Angeli, Milano.

Camera di Commercio, Industria, Artigianato, Agricoltura di Catanzaro, 2010, *Osservatorio Imprenditoria Femminile*.

Poli Paola, 2010, *Donne che cambiano carriera, famiglia, qualità della vita: dati e storie vere*, Franco Angeli, Milano.

Paoloni Paola, 2011, *La Dimensione Relazionale Delle Imprese Femminili*, Franco Angeli, Milano.

Santicioli Barbara e Viganò Pietro, 2001, *L'Europa in business*, Demetra S. r. l., Verona.

UNIONCAMERE, 2011, *Impresa in genere*, secondo Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile.

Watkins David and Watkins Jean, 1984, *The female entrepreneur: background and determinants of business choice-some british data*, in *International Small Business Journal*, 2, 4, 21-31.

SITOGRAFIA

<http://www.wikilabour.it>

<http://www.consiglieraparitaroma.it>

<http://www.commercialistatelematico.com>

<http://www.tecnofor.it>

<http://www.progettoimpresa.com>

<http://www.informagiovani-italia.com>

<http://www.mammeacrobate.com>

<http://www.cgil.it>

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
--------------------------	----------

CAPITOLO 1

DONNE, LAVORO, IMPRENDITORIA

1.1 L'evoluzione dell'occupazione femminile in Italia.....	9
1.2 La discriminazione di genere.....	14
1.3 I vantaggi dell'occupazione femminile.....	18
1.4 L'imprenditoria.....	21

CAPITOLO 2

L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

2.1 L'impresa vincente.....	25
2.2 L'imprenditoria femminile.....	31
2.3 L'importanza del capitale relazionale nelle imprese femminili.....	33
2.4 Differenze di comportamento tra imprenditori e imprenditrici.....	36
2.5 Differenti tipologie di imprenditrici.....	38
2.6 Ragioni per diventare imprenditrici e modalità di ingresso nell'imprenditoria....	42

CAPITOLO 3

AZIONI POSITIVE PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

3.1 Cosa sono le azioni positive?.....	46
3.2 La Legge 215/92.....	47
3.3 Beneficiarie e finanziamenti.....	48
3.4 Le procedure.....	50

3.5 Dall'idea d'impresa all'erogazione del contributo.....	52
3.6 I Comitati per la promozione dell'imprenditorialità femminile.....	54
3.7 Effetti della legge.....	54

CAPITOLO 4

LE RICERCHE SULL'IMPRENDITORIA FEMMINILE IN ITALIA

4.1 Premessa.....	56
4.2 L'esperienza in Piemonte.....	58
4.3 L'esperienza delle Marche.....	66
4.4 L'esperienza dell'Emilia Romagna.....	71

CAPITOLO 5

IL CONTRIBUTO DELLE IMPRESE FEMMINILI ALL'ECONOMIA E LE CARICHE DELLE DONNE

5.1 Le imprese femminili italiane.....	80
5.2 Le imprese femminili calabresi.....	85
5.3 Le cariche delle donne nelle imprese.....	89
5.4 Le cariche femminili in Calabria.....	93

CAPITOLO 6

IL PROFILO DELL'IMPRENDITRICE COSENTINA

6.1 Introduzione.....	95
6.2 Caratteristiche delle intervistate.....	95
6.3 La situazione dell'imprenditoria femminile in Calabria e a Cosenza.....	99
6.4 Vantaggi e svantaggi dell'imprenditoria femminile.....	100
6.5 I principali problemi delle imprenditrici.....	103

6.6 Il profilo dell'imprenditrice cosentina.....107

CONCLUSIONI.....109

BIBLIOGRAFIA.....113

SITOGRAFIA.....115