



Piccole imprese,  
grandi  
*imprenditrici* '07

*Crescita, successo e bisogni dell'imprenditoria femminile piemontese*

Piccole imprese,  
*grandi*  
***imprenditrici '07***

*Crescita, successo e bisogni dell'imprenditoria femminile piemontese*

UNIONCAMERE  
  
PIEMONTE



*Ministero dello Sviluppo Economico*

 REGIONE  
PIEMONTE

# Piccole imprese, grandi imprenditrici '07

Via Magenta, 12  
10128 Torino  
Tel. 011 4324885  
Fax 011 4324878  
www.regione.piemonte.it

## **Regione Piemonte**

### **Assessorato al Welfare e Lavoro**

Assessore: *Teresa Angela Migliasso*

### **Direzione Istruzione, Formazione professionale e Lavoro**

Direttore: *Francesco Viano*  
francesco.viano@regione.piemonte.it

### **Settore Sviluppo dell'imprenditorialità**

Responsabile: *Silvana Pilocane*  
silvana.pilocane@regione.piemonte.it

Esperta in sostegno all'imprenditoria anche cooperativistica: *Susanna Barreca*  
susanna.barreca@regione.piemonte.it

Via Cavour, 17  
10123 Torino  
Tel. 011 5669201  
Fax 011 5119144  
www.pie.camcom.it

## **Unioncamere Piemonte**

### **Presidenza**

*Renato Viale*

### **Direzione**

*Massimo Deandreis*

### **Ufficio Promozione Estera**

Responsabile: *Laura Belforte*  
l.belforte@pie.camcom.it

### **Ufficio Studi e Statistica**

Coordinatore: *Roberto Strocco*  
r.strocco@pie.camcom.it

### **Ufficio Comunicazione, Stampa e Pubblicazioni**

Responsabile: *Annalisa D'Errico*  
a.derrico@pie.camcom.it

*Gisella Guatieri*  
g.guatieri@pie.camcom.it

*Progetto grafico e impaginazione*  
Creativa,  
Impresa di comunicazione

*Stampa*  
L'Artistica Savigliano

*Finito di stampare*  
nel mese di novembre 2007

Si ringrazia **Step - Studi di economia applicata** per la collaborazione e la realizzazione di questa ricerca, e in particolare *Giuseppe Russo, Filippo Chiesa, Lia Lagona, Eva Fariano, Giovanna Strobbia.*

# PRESENTAZIONE



Nell'ambito del Programma regionale - VI bando, che prevede la diffusione di informazioni mirate, la realizzazione di servizi di consulenza e di assistenza tecnica, di progettazione organizzativa e di supporto all'imprenditoria femminile, la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte hanno voluto dare continuità all'Osservatorio sull'imprenditoria femminile, realizzando questa nuova edizione dell'indagine "Piccole imprese, grandi imprenditrici", svolta per la prima volta nel 2005 nell'ambito del Programma regionale - V bando, con l'obiettivo di sondare nuovamente l'universo imprenditoriale femminile e scattare così una fotografia aggiornata al 2006.

La scelta della Regione di collaborare con Unioncamere Piemonte nella realizzazione dell'indagine e del Programma regionale è dovuta al ruolo di promozione e valorizzazione svolto dalle Camere di commercio nel processo di radicamento della cultura imprenditoriale tra le donne attraverso i Comitati provinciali per l'imprenditoria femminile.

Viene qui proposta un'analisi articolata che, prendendo le mosse dalle principali caratteristiche del mercato del lavoro femminile, arriva a descrivere le imprenditrici piemontesi, le loro imprese e l'evoluzione di queste ultime nel tempo. Oltre ad un respiro più internazionale, l'altro elemento di novità della prima parte è rappresentato dalla parentesi sull'analisi Excelsior riguardante i bisogni e le previsioni di occupazione in Italia, scomposta per settori merceologici e genere.

Nella seconda parte vengono esposti i risultati di un'indagine telefonica condotta attraverso 500 interviste ad altrettante imprenditrici.

La lunga esperienza nel campo del sostegno alle imprese ha portato alla convinzione che, per favorire questo contesto, occorrono non solo strumenti d'incentivazione finanziaria, quali gli interventi previsti dalle leggi statali e regionali per le imprese femminili, ma anche servizi di assistenza e formazione. A tali necessità si è cercato di dare risposta con la realizzazione dei due precedenti Programmi regionali e di quello attuale.

Con la promozione della formazione imprenditoriale femminile, lo sviluppo di servizi di assistenza tecnica e manageriale e l'attuazione di iniziative di informazione per la diffusione della cultura d'impresa tra le donne, la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte hanno inteso creare sul territorio condizioni favorevoli per la creazione di nuove imprese e per il consolidamento di quelle esistenti.

*Renato Viale*  
Presidente  
Unioncamere Piemonte

*Teresa Angela Migliasso*  
Assessore al Welfare e Lavoro  
Regione Piemonte

<b>1. PREMESSA</b>		<b>6</b>
1.1 L'articolazione della ricerca: la struttura, i temi e le novità .....	6	
1.2 Le motivazioni della ricerca .....	7	
1.3 Le imprese femminili crescono, maturano e si strutturano .....	8	
1.4 L'indagine sul campo .....	9	
<b>2. TENDENZE DELL'OCCUPAZIONE FEMMINILE IN PIEMONTE, IN ITALIA E IN EUROPA</b>		<b>11</b>
2.1 L'occupazione femminile: una sfida europea .....	11	
2.2 L'occupazione femminile piemontese: una crescita comune a tutte le province .....	13	
2.3 Il lavoro autonomo in Piemonte .....	14	
2.4 Le scelte contrattuali: differenze di genere .....	15	
2.5 Le differenze di genere nei comparti produttivi .....	17	
2.6 Fare carriera rimane un'impresa .....	20	
2.7 La disoccupazione femminile in Piemonte .....	21	
<b>3. LE IMPRESE DELLE DONNE IN PIEMONTE</b>		<b>22</b>
3.1 I numeri delle imprese femminili in Piemonte .....	22	
3.2 Un fenomeno in piena evoluzione .....	24	
3.3 La natura giuridica delle imprese .....	26	
3.4 Il dimensionamento delle imprese: una scala ancora limitata .....	28	
3.5 Le imprese femminili per settore di attività .....	29	
3.6 Un sottoinsieme in forte crescita: lavoratrici e imprenditrici straniere .....	32	

<b>4. LE IMPRENDITRICI CRESCONO, SI STRUTTURANO E HANNO SUCCESSO</b>	<b>36</b>
4.1 La struttura del questionario e il campione intervistato .....	36
4.2 Il profilo delle intervistate .....	37
4.3 La molla per iniziare: il desiderio di autoaffermazione .....	39
4.4 La famiglia delle imprenditrici si allarga .....	39
4.5 Un inizio "impulsivo": quattro imprenditrici su cinque non compiono alcuna analisi ex ante .....	41
4.6 Gli ostacoli da superare: burocrazia, reperimento del capitale e conciliazione .....	43
4.7 La formazione .....	44
4.8 Il profilo delle imprenditrici: piccole, soddisfatte, di successo .....	46
4.9 Conciliazione e accesso al credito .....	49
La conciliazione .....	50
L'accesso al credito .....	51
4.10 Le agevolazioni e la finanza pubblica .....	52
 <b>APPENDICE</b>	 <b>54</b>
A.1 Definizione di impresa femminile .....	54
A.2 Aggregazione dei settori di attività economica Ateco .....	55
A.3 Le domande ammesse e le agevolazioni concesse per settori e provincia .....	56



# 1

## PREMESSA

### **1.1 L'ARTICOLAZIONE DELLA RICERCA: LA STRUTTURA, I TEMI E LE NOVITÀ**

Per il secondo Osservatorio sull'imprenditoria femminile in Piemonte, si è voluto dare un carattere di continuità rispetto alla prima edizione, pubblicata nel 2005. La prima parte del rapporto è una fotografia della realtà femminile nel mercato del lavoro, che abbraccia il contesto internazionale, per poi articolarsi nel dettaglio italiano e piemontese. Viene proposta un'analisi che, prendendo le mosse dalle principali caratteristiche del mercato del lavoro femminile, arriva a descrivere le imprenditrici piemontesi, le loro aziende e l'evoluzione di queste ultime nel tempo. Le variabili prese in esame sono simili a quelle considerate nella prima edizione (tasso di occupazione, quota del lavoro autonomo, ripartizione per comparti produttivi, natura giuridica, data di iscrizione al registro imprese, etc.), con l'aggiunta di qualche novità: si apre una parentesi sull'analisi Excelsior relativa a bisogni e previsioni di occupazione in Italia, scomposta per settori merceologici e genere.

Nella seconda parte, vengono esposti i risultati di un'indagine telefonica condotta attraverso 500 interviste ad altrettante imprenditrici. Le risposte alle 25 domande, associate all'analisi per profili (forma giuridica, provincia di appartenenza, data di iscrizione al Registro imprese, settore merceologico), aiuteranno a comprendere qual è il percorso tipico dell'imprenditrice, dall'idea ai risultati della sua iniziativa, passando attraverso la ricerca di finanziamenti pubblici e privati, la soluzione di problematiche imprenditoriali e la conciliazione fra la vita privata e quella lavorativa.

Oltre alle novità di contenuto, rispetto alla prima edizione è stata introdotta anche un'innovazione metodologica. Grazie al supporto della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte, si è infatti organizzato un focus group, in occasione di un incontro con le imprenditrici coinvolte nel progetto di mentoring, durante il quale i ricercatori hanno esposto i primi risultati dell'indagine a una ventina di imprenditrici provenienti dalle diverse province piemontesi. Questo ha reso possibile un proficuo scambio di opinioni ed esperienze fra le imprenditrici e i ricercatori, che hanno potuto così avvalorare alcune ipotesi interpretative sui fenomeni esaminati, ma anche ricevere suggerimenti per ulteriori approfondimenti in vista della stesura finale del rapporto.

## 1.2 LE MOTIVAZIONI DELLA RICERCA

Il perché di questa ricerca è semplice: la stessa Commissione europea riconosce la partecipazione delle donne ai processi produttivi come sorgente latente di crescita economica e impiego, elemento essenziale per stimolare l'innovazione e la creatività di tutto il sistema. Negli obiettivi di Lisbona è stato infatti fissato, come traguardo per tutti i Paesi dell'Unione, un tasso di occupazione femminile pari al 60%, con riferimento alle donne comprese fra i 15 e i 64 anni.

Il raggiungimento di questo obiettivo non è banale né per l'Italia, né per il Piemonte. Nonostante la crescita registrata negli ultimi anni, il tasso d'occupazione femminile italiano nel 2006 era infatti pari ad appena il 46,3%, dato che colloca il nostro Paese all'ultimo posto all'interno dell'Unione europea a 27. La realtà piemontese è più confortante: 56 donne su 100 hanno un lavoro e, grazie al trend positivo riscontrato nell'ultimo decennio, la regione è riuscita a mantenere intatto il divario che la separava dal dato italiano, riducendo il ritardo nei confronti della media europea di ben 8 punti percentuale, e del 3% quello con l'universo maschile.

Negli ultimi dieci anni, l'incremento di quasi 140mila lavoratrici in Piemonte ha fatto lievitare il totale delle occupate a più di 800mila (valore registrato nel secondo trimestre del 2007). Queste rappresentano l'8,7% delle unità lavorative femminili nazionali e il 42,5% del totale dell'occupazione regionale, contro il 41,9% del 2005.

Il confronto fra le province piemontesi mostra dei rapporti di forza sostanzialmente in linea con il peso economico-produttivo delle singole realtà locali, con una crescita continua e omogenea in tutti i territori negli ultimi dieci anni.

Su 787mila occupate piemontesi censite dall'Istat nel 2006, il 22%, pari a 172mila unità, svolge un lavoro indipendente (erano 163mila nel 2005): 2 punti percentuale in più rispetto a dieci anni fa, in controtendenza rispetto al resto del Paese.

Dei 232mila lavoratori con contratto part time in Piemonte, poi, ben 191mila (l'82,5%) sono donne. La differenza rispetto all'universo maschile è netta: 1 donna su 4 ha un rapporto di lavoro di questo tipo, contro meno di 4 uomini su 100. La motivazione principale è la cura dei figli o di altri familiari, indicata dal 51,8% delle donne contro l'1,6% degli uomini. L'aumento dei contratti di questo tipo è continuo (nel 1999 interessava infatti poco più di 14 donne su 100) e ha fornito un contributo fondamentale all'incremento dell'occupazione femminile degli ultimi anni.

Analizzando le assunzioni in Piemonte per altre tipologie di contratto (interinali e a tempo determinato), invece, la differenza tra uomini e donne non è altrettanto marcata: le distribuzioni di genere, in questi casi, ricalcano anzi la scomposizione totale dei nuovi assunti (46 donne su 100 totali).

Le donne italiane e piemontesi si concentrano sempre più nel settore terziario: attività come il commercio, il turismo, i servizi alle persone e alle imprese impiegano oltre il 75% delle occupate. In questo settore, nel corso del 2000, le lavoratrici piemontesi hanno superato gli uomini anche in valore assoluto. Agricoltura e industria si spartiscono il rimanente 25% di occupazione femminile, rispettivamente con quote pari al 3% e al 21%.

Fare carriera rimane un'impresa: su quasi 37mila dirigenti in Piemonte, solo 1 su 5 è una donna, mentre l'occupazione femminile si concentra in ruoli impiegatizi (6 impiegati su 10 sono donne).

Sono 40mila, infine, le donne in cerca di lavoro, con una quota pari al 54% del totale dei disoccupati piemontesi. L'attuale tasso di disoccupazione femminile in regione (5,1%) colloca il Piemonte in linea con il dato del nord Italia: è stato notevole, a tal proposito, il successo registrato nel 2005, quando le disoccupate sono diminuite del 20%, pari a 11mila persone.



### 1.3 LE IMPRESE FEMMINILI CRESCONO, MATURANO E SI STRUTTURANO

Nel 2006, le imprese piemontesi guidate da donne sfiorano le 100mila unità, 2.200 in più rispetto a tre anni prima. Il Piemonte è quarto in Italia per numero di imprese femminili, preceduto solamente da Lombardia, Campania e Sicilia. Il tasso di crescita degli ultimi tre anni, pari al 2,2%, colloca il Piemonte al secondo posto tra le regioni settentrionali, dopo il 4% della Lombardia. Nello stesso periodo, Torino risulta la provincia piemontese con la maggior crescita percentuale di ditte femminili (+4%).

La quota di imprese femminili piemontesi sul totale nazionale (8,1%) è equivalente alla percentuale delle aziende complessive della regione su quelle italiane (8%) e al peso del Pil regionale sul totale Italia (sempre 8%). Lo stesso vale per la scomposizione nelle otto province piemontesi.

Per analizzare il fenomeno dell'imprenditoria femminile, non si può prescindere dalla sua natura relativamente giovane: le imprese nate prima degli anni Novanta e ancora attive oggi sono appena il 21% del totale (sia in Piemonte che in Italia), mentre negli ultimi 7 anni è nata più di 1 ditta su 3.

Poco meno del 70% delle imprese femminili piemontesi è un'impresa individuale, mentre il 24% è una società di persone, il 5% è una società di capitale e il rimanente 1% è ripartito fra cooperative, consorzi e altre forme. I dati sono fortemente influenzati dal peso che i diversi comparti merceologici rivestono nei singoli territori, in quanto sussiste una forte correlazione fra settore e natura giuridica scelta.

Le scelte giuridico-organizzative stanno però cambiando: dal 2004 al 2006, le società di persone sono aumentate a un tasso leggermente superiore a quello totale regionale (+2,5%), le imprese individuali sono rimaste sostanzialmente stabili (+0,5%), e ad aver manifestato la spinta maggiore sono state le società di capitale (+39,2%).

La distribuzione delle imprese femminili piemontesi per comparto merceologico ricalca quella nazionale: si concentrano infatti nel settore terziario (2 su 3), e in particolar modo nel commercio (il 30% all'interno del comparto). Segue il settore agricolo (più di 1 su 5), mentre in ultima posizione si colloca l'industria in senso lato, che conta circa l'11% del totale delle imprese femminili. Differenze più marcate si notano all'interno del contesto regionale: in alcune province le imprese agricole superano il 30% del totale provinciale (il 32,5% ad Alessandria, il 45,1% a Cuneo e il 45,3% ad Asti), mentre altri territori sono più legati al settore manifatturiero (il 14% a Novara e il 13,6% a Biella, contro una media regionale del 9%).

A Torino e Vercelli, infine, 1 impresa su 3 è impegnata nel settore del commercio.

Parlando di un fenomeno in crescita come quello dell'imprenditoria femminile, non si può trascurare il sottogruppo delle lavoratrici e imprenditrici straniere. Le occupate extracomunitarie superano già le 42mila unità, ovvero il 37% dell'occupazione straniera totale, e pesano il 5,7% sull'occupazione femminile regionale. La crescita degli ultimi anni è straordinaria: nel 1997 le extracomunitarie occupate in Piemonte erano poco più di un migliaio e pesavano meno del 10% sul totale degli occupati stranieri. Le donne di questo sottogruppo si occupano principalmente dei servizi alle famiglie (44 donne straniere su 100) e di turismo (l'11%), e sono ancora molto legate al lavoro dipendente (9 su 10).

Le imprenditrici di origine straniera in Piemonte sono 8.200 nel 2006, il 4,5% del totale. Se si considerano solo quelle extracomunitarie (5.800), si può affermare che c'è una donna ogni cinque imprenditori di origine extra-Ue. Nelle diverse province, si distribuiscono in maniera sostanzialmente analoga alle imprenditrici italiane, con un'eccezione per Torino, con 6 extracomunitarie su 10.

Una donna extracomunitaria su 3 è attiva nel commercio; gli unici altri due settori in cui si rileva una concentrazione maggiore rispetto all'universo imprenditoriale femminile sono il turismo e i trasporti.

## 1.4 L'INDAGINE SUL CAMPO

Fra i dati di maggior evidenza che emergono dalle 500 interviste telefoniche alla base di questo rapporto, spicca l'allargamento dell'imprenditoria femminile in Piemonte.

Meno di 1 imprenditrice su 5 dichiara di aver ereditato l'attività, contro il 31% di tre anni fa. Fra le 151 imprese nate dal 2000 in poi, solo 16 sono state ereditate.

Aumentano anche le donne madri a capo delle aziende: il 60% delle intervistate ha figli minori a carico, mentre tre anni fa questa percentuale si fermava al 40%. Rimane però scarsa la domanda di servizi di baby-sitting, scuole materne, badanti, etc.: l'imprenditrice media ha 48 anni e ha quindi figli abbastanza grandi o affidati a genitori autosufficienti (meno di 6 imprenditrici su 100 si devono occupare della cura di anziani). Non è un caso che meno di 1 mamma imprenditrice su cinque sia sotto i 38 anni.

Le imprenditrici piemontesi sono soddisfatte e di successo. Oltre l'80% delle intervistate dichiara di essere appagata dalla propria scelta, al punto che la rifarebbe.

L'83% delle imprese ha visto il proprio fatturato crescere negli ultimi tre anni, e meno del 17% ha accusato una flessione.

Questi successi derivano da un'attenzione particolare verso i clienti, basata sul servizio e sull'assistenza, ma anche sulle caratteristiche innovative del prodotto o del servizio offerti e sulle competenze possedute dalle imprenditrici.

Le donne reggono le fila di imprese di piccole dimensioni: il 70% non supera i 200mila euro di giro d'affari annuale, e l'84% resta al di sotto del mezzo milione di euro. Parallelamente, circa il 90% del totale impiega meno di 10 addetti, e solo 12 su 503 intervistate danno lavoro a più di 50 persone.

La crescita appare comunque significativa: il 30% delle imprese supera i 200 mila euro di fatturato (contro il 15% di tre anni fa), e il 15% oltrepassa il mezzo milione (nel 2004 erano 7 su 100). Anche l'occupazione è aumentata: sono quasi raddoppiate, rispetto a tre anni fa, le aziende che impiegano da 6 a 10 persone, così come quelle che contano più di 10 lavoratori, passate a pesare dal 4% del totale nel 2004 al 9% del 2006.

Un'altra dinamica positiva è quella riscontrata in merito al grado di istruzione e all'attenzione per la formazione continua. Coloro che possiedono un titolo di studio superiore alla licenza media pesano il 7% in più rispetto al 2004, e 1 imprenditrice su 3 dichiara di aver seguito corsi di formazione negli ultimi tre anni, contro il 20% del 2004. A investire in formazione sono soprattutto le società nate negli anni Novanta, mentre sono meno attente a questo aspetto le ditte individuali (1 su 4). I temi che riscuotono maggiore interesse sono il marketing e la comunicazione in genere, seguiti dalle materie tecniche legate al particolare mestiere e da quelle trasversali, come l'informatica, la ragioneria e le lingue straniere.

Importanti e in ulteriore aumento sono le iscrizioni alle associazioni di categoria e la partecipazione alle attività proposte al loro interno: la metà delle intervistate è iscritta a un'associazione, e la quasi totalità di queste usufruisce dei servizi messi a disposizione, con un aumento del 25% in tre anni.

La motivazione principale che spinge le donne a intraprendere l'attività imprenditoriale è la volontà di passare a un lavoro indipendente (1 su 2): il desiderio di autonomia prevale nettamente sia sull'incentivo economico (15,1%) sia sulla volontà di realizzare una propria idea (23,5%).

L'82% del campione non compie alcuna analisi del mercato o delle proprie capacità prima di dare vita al proprio progetto, e anche quando lo fa (in 2 casi su 5), si affida principalmente alle proprie conoscenze o a quelle di amici, parenti e conoscenti. Il dato non è dovuto tanto alla scarsa conoscenza delle strutture e delle figure professionali che possono essere di sostegno in questa delicata fase della vita aziendale (solo 3 intervistate su 518 hanno segnalato questa difficoltà), quanto alla poca sensibilità rispetto all'esigenza

di pianificare l'attività prima di "lanciarsi". Gli sforzi compiuti dalle associazioni di categoria e dagli enti pubblici negli ultimi anni, però, sono stati ripagati: in 12 casi su 100, le società nate dopo il 2000 hanno fatto ricorso a consulenti professionisti prima di iniziare l'attività, e questa percentuale arriva al 50% se si restringe l'osservazione a coloro che hanno dichiarato di aver svolto uno studio preliminare.

Fra le difficoltà incontrate al momento del varo dell'attività vengono indicate la burocrazia (segnalata nel 42% dei casi), il reperimento del capitale (28,9%) e la conciliazione del lavoro con le esigenze della famiglia (28,2%). Durante la fase di sviluppo dell'impresa, le due principali briglie che ancora frenano la vivacità e creatività delle imprese femminili sono, invece, la conciliazione con la vita personale e l'accesso al credito.

Si conferma il duplice ruolo della famiglia già osservato nello scorso rapporto. Da un lato, essa è occasione di impiego, autonomia e realizzazione personale (nel 18,5% dei casi), quando non ispirazione ed eredità non solo materiale (24%), e si conferma nel suo ruolo di "consulente di prossimità": 1 imprenditrice su 4 si rivolge alla famiglia tanto in fase di analisi ex ante quanto nei successivi 18 mesi. Eppure, allo stesso tempo, il 12% delle intervistate dichiara che l'ambiente circostante di parenti e conoscenti ha rappresentato, inizialmente, uno dei maggiori ostacoli.

Se è vero che vi sono più mamme imprenditrici, questo non sembra coincidere, quindi, con un alleviamento dei compiti e delle responsabilità, o con un maggior ricorso ad alcuni dei servizi disponibili per le donne che devono conciliare la famiglia e il lavoro.

Sembra emergere, piuttosto, una maggiore determinazione da parte di queste ultime nel perseguimento di un lavoro autonomo, secondo una tendenza che appare comune in tutto il Piemonte, indipendentemente dal contesto territoriale.

Allo start-up, poco più di 1 impresa su 5 chiede aiuto alle banche: il 60% ricorre a mezzi propri o della famiglia (il 26%). Le imprese giovani sono quelle che si rivolgono più spesso agli istituti di credito, e non a caso presentano i tassi di domanda, accesso e insoddisfazione maggiori. Il quarto canale di finanziamento per importanza è rappresentato dalle agevolazioni pubbliche: se nel 2004 il 32% delle imprese femminili faceva ricorso agli strumenti messi a disposizione dall'amministrazione pubblica, la quota è salita al 38%. Questo tipo di aiuto è spesso fondamentale per l'avvio dell'impresa, ma vi fanno ricorso anche aziende già attive sul mercato: l'importanza crescente di questi strumenti è confermata dal fatto che oltre il 22% delle imprese nate dopo il 2003 ha utilizzato questo canale in fase di avvio. Chi ha desistito dal richiedere finanziamenti pubblici identifica fra le cause le complicazioni burocratiche (in più di 1 caso su 2) più che la scarsa aderenza delle misure alle proprie esigenze finanziarie (risposta data dal 15% del campione) o la non corrispondenza delle caratteristiche dell'impresa ai requisiti richiesti (8,5% delle intervistate).

Fra gli strumenti più graditi si segnalano i prestiti a tasso agevolato, mentre il resto della domanda, oltre che sui finanziamenti a fondo perduto, si ripartisce fra crediti di imposta (indicati dall'8% delle 485 rispondenti) e garanzie per facilitare il credito bancario (6,2%).



## TENDENZE DELL'OCCUPAZIONE FEMMINILE IN PIEMONTE, IN ITALIA E IN EUROPA

# 2

### 2.1 L'OCCUPAZIONE FEMMINILE: UNA SFIDA EUROPEA

Il 2007 è l'anno europeo delle pari opportunità: è quanto mai opportuno, pertanto, che questo rapporto inizi le sue riflessioni abbracciando un orizzonte più ampio rispetto a quello regionale e nazionale.

In primo luogo, perché le sfide e le riflessioni che attraversano la realtà femminile in Piemonte sono comuni a quelle di tutta l'Europa e si inseriscono in tale contesto.

In secondo luogo, perché è necessario che l'analisi dell'imprenditoria "in rosa" si fondi su una solida base analitico-quantitativa, che tenga conto dell'insieme più generale dell'occupazione femminile e delle sue caratteristiche peculiari.

La quantificazione e la descrizione delle dinamiche del mercato del lavoro femminile sono premesse fondamentali per capire meglio l'universo delle donne attive e, in particolare, per comprendere la realtà vissuta da quei soggetti deputati a essere, almeno potenzialmente, le imprenditrici di domani.

Quest'anno, l'Unione europea ha impresso un'ulteriore accelerazione alla partecipazione attiva delle donne al mercato del lavoro e al sistema produttivo nel suo complesso.

A marzo 2007, obiettivi quali "un pari livello di indipendenza economica per donne e uomini" e "la conciliazione della vita professionale e privata" sono diventati alcuni dei cardini attorno ai quali la Commissione europea ha disegnato la Tabella di marcia per le pari opportunità tra uomo e donna, da realizzare entro il 2010. Per quello stesso anno, la Commissione ha fissato anche un altro traguardo: il raggiungimento, in tutti i Paesi dell'Unione, di un tasso di occupazione femminile del 60%<sup>(1)</sup>. È, questo, un obiettivo strategico per tutto il sistema economico continentale, in quanto costituisce uno dei pilastri dell'azione che si prefigge di fare dell'Unione europea la più competitiva e dinamica "economia della conoscenza" al mondo<sup>(2)</sup>. La partecipazione delle donne ai processi produttivi è riconosciuta, infatti, come sorgente latente di crescita economica e impiego, elemento essenziale per stimolare l'innovazione e la creatività di tutto il sistema.

<sup>(1)</sup> Il tasso di occupazione qui si intende calcolato sul totale della popolazione femminile compresa fra i 15 e i 64 anni, includendo anche le "non forze" di lavoro, che in Piemonte nel 2006 erano più di mezzo milione di donne.

<sup>(2)</sup> Uno dei target meglio conosciuti come "obiettivi di Lisbona".

Tab. 2.A *Evoluzione del tasso di occupazione femminile in Piemonte, in Italia e in Europa*

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ue (27 Paesi)	51,4	52	53	53,7	54,3	54,4	54,8	55,4	56,2	57,2
Ue (15 Paesi)	50,8	51,6	53	54,1	55	55,6	56	56,8	57,7	58,6
Italia	36,4	37,3	38,3	39,6	41,1	42,0	42,7	45,2	45,3	46,3
Svezia	67,2	67,9	69,4	70,9	72,3	72,2	71,5	70,5	70,4	70,7
Stati Uniti	67,1	67,4	67,6	67,8	67,1	66,1	65,7	65,4	65,6	66,1
Germania	55,3	55,8	57,4	58,1	58,7	58,9	58,9	59,2	60,6	62,2
Giappone	57,6	57,2	56,7	56,7	57	56,5	56,8	57,4	58,1	58,8
Francia	52,4	53,1	54	55,2	56	56,7	57,2	57,4	57,6	57,7
Spagna	34,6	35,8	38,5	41,3	43,1	44,4	46,3	48,3	51,2	53,2
<b>Piemonte</b>	<b>46,3</b>	<b>46,3</b>	<b>48,4</b>	<b>50,8</b>	<b>52,6</b>	<b>53,2</b>	<b>53,8</b>	<b>53,9</b>	<b>54,5</b>	<b>56,1</b>

Fonte: Eurostat e Istat

I propositi e gli obiettivi elaborati a livello sovranazionale sono stati recepiti dal governo nazionale che, nella sezione dedicata alle pari opportunità (VI.4) dell'ultimo Documento di Programmazione economica e finanziaria 2008-2011, si impegna a "proseguire l'azione per le pari opportunità e i diritti di cittadinanza [...] ai fini di promuovere una crescita equilibrata e duratura del Paese e rilanciarne la competitività".

La tabella 2.A dà la misura di quanto sia difficile questa sfida per il nostro Paese: con un tasso d'occupazione femminile pari al 46,3%, nel 2006, l'Italia si colloca all'ultimo posto all'interno dell'Ue a 27, se si esclude Malta, ferma al 35%. La classifica europea premia indiscutibilmente i Paesi nordici: in testa si colloca la Danimarca con il 73,4%, seguita da Svezia (70,7%) e Olanda (67,7%)<sup>(3)</sup>, con valori nettamente superiori alla media europea (pari al 57,2%, in crescita costante da almeno dieci anni). Per arricchire il quadro presentato, sono stati analizzati anche gli elevati tassi riscontrati negli Stati Uniti (66,1%) e in Giappone (58,8%).

Emerge chiaramente, dunque, il ritardo che l'Italia accusa non soltanto rispetto ai Paesi più industrializzati, ma in generale rispetto alla media europea, con un distacco di ben 12,3 punti percentuale. Ben diversa è la situazione se si osservano i tassi di occupazione maschile: il dato nazionale risulta decisamente superiore a quello femminile (il 70,5% contro il 46,3%), e lo scarto rispetto alla media continentale si riduce ad appena 3 punti percentuale.

Osservando le tendenze degli ultimi anni, si notano tuttavia alcune note positive in merito alla realtà italiana. Nel 2006, su 100 donne di età compresa fra i 15 e i 64 anni, le occupate erano 10 in più rispetto al 1997. Nell'arco di questo decennio, con un andamento costantemente positivo al di là delle congiunture specifiche di ogni anno, la partecipazione relativa delle donne all'occupazione è aumentata in misura superiore al 25%.

Tale incremento è ancor più significativo se si pensa che ha permesso di ridurre di 6 punti percentuale il ritardo nei confronti dell'occupazione maschile in Italia, e di 2 punti quello rispetto alla media europea.

La realtà piemontese è decisamente più confortante di quella nazionale: 56 donne su 100<sup>(4)</sup> svolgono un'attività lavorativa, 10 in più rispetto alla media italiana. Grazie al trend positivo degli ultimi dieci anni, parallelo a quello del resto del Paese, l'occupazione femminile in Piemonte è riuscita a mantenere intatto il vantaggio rispetto al dato italiano, riducendo il ritardo nei confronti della media europea di ben 8 punti percentuale e abbassando il divario che la separa dall'universo maschile regionale di 3 punti percentuale. L'andamento di questi ultimi anni, costantemente positivo, ha permesso al Piemonte non solo di superare la soglia del 50% (1 donna occupata su 2), ma di avvicinarsi al traguardo europeo del 60%.

Non si può stabilire con esattezza quando si raggiungerà tale obiettivo ma, ipotizzando che nei prossimi cinque anni la crescita abbia lo stesso ritmo dell'ultimo quinquennio (tasso medio dell'1,3%), l'occupazione femminile potrebbe arrivare al 60% già nel 2011<sup>(5)</sup>.

<sup>(3)</sup> Islanda e Norvegia, che non fanno parte dell'Ue, hanno tassi di occupazione femminile rispettivamente pari all'80,5% (dato 2005) e al 72,2% (dato 2006).

<sup>(4)</sup> Prendendo sempre in considerazione l'universo delle donne comprese fra i 15 ed i 64 anni.

<sup>(5)</sup> Nei fenomeni economici è raro, se non impossibile, poter continuare ad aggiungere quantità identiche di una certa grandezza senza cadere in errore: spesso la crescita ha incrementi marginali decrescenti dopo una certa soglia. Nel caso specifico è impensabile che, senza mutamenti strutturali economici e sociali, il tasso di occupazione femminile possa crescere in modo indefinito. Tuttavia, la proiezione proposta serve a dare un ordine di grandezza e una data verosimile entro la quale, con un tasso di crescita annua sostenibile (+1,3%), si possa raggiungere il traguardo del 60% di occupazione femminile.

Tab. 2.B

*Evoluzione del tasso di occupazione femminile in Piemonte per provincia e confronto con alcune regioni europee<sup>(6)</sup>*

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Alessandria	30,4	28,2	28,7	30,7	32,4	33,2	35,2	55,4	56,0	53,4
Asti	34,2	33,5	33,2	35,5	37,5	36,0	40,3	52,0	53,7	54,2
Biella	38,5	39,7	38,7	40,1	40,4	40,9	42,3	54,5	55,3	57,4
Cuneo	34,0	33,8	35,8	38,9	42,2	41,2	41,2	60,4	57,2	59,6
Novara	33,6	34,8	36,5	35,8	36,7	40,4	44,6	55,0	56,3	56,3
Torino	35,0	34,5	36,3	38,1	38,2	38,4	39,4	51,5	53,3	55,5
Verbano Cusio Ossola	31,2	33,5	31,7	33,9	37,0	38,4	38,9	52,9	52,6	54,6
Vercelli	35,1	37,0	36,8	36,9	39,6	36,8	36,8	56,3	54,1	56,7
Catalonia <sup>(7)</sup>			37,6	40,2	40,6	40,4	42,5	40,1	46,3	
Rhone-Alpes			44,3	45,9	46,8	47,3	45,8	47,0	48,3	
Paca <sup>(8)</sup>			36,2	37,3	37,4	38,3	40,6	40,3	38,4	
Piemonte			35,3	37,0	38,1	38,3	39,7	39,2	39,4	
<b>Piemonte</b>	<b>46,3</b>	<b>46,3</b>	<b>48,4</b>	<b>50,8</b>	<b>52,6</b>	<b>53,2</b>	<b>53,8</b>	<b>53,9</b>	<b>54,5</b>	<b>56,1</b>

Fonte: Eurostat e Istat

**2.2 L'OCCUPAZIONE FEMMINILE PIEMONTESE: UNA CRESCITA COMUNE A TUTTE LE PROVINCE**

La scomposizione dei dati a livello provinciale permette di ricavare un'ulteriore nota positiva: negli ultimi dieci anni, la crescita è stata continua e omogenea in tutti i territori piemontesi, nessuno escluso. Vi sono stati risultati migliori di altri (su tutti, la provincia di Cuneo che già nel 2006 è arrivata a sfiorare il 60%), ma le oscillazioni sono contenute, in un range di ampiezza pari ad appena 6 punti percentuale.

Nonostante i risultati fortemente positivi, il confronto con alcune regioni europee dell'arco alpino e del bacino mediterraneo (Catalonia, Paca e Rhône-Alpes)<sup>(9)</sup> e con il tasso di occupazione maschile piemontese mostra come esistano ancora margini di crescita per l'occupazione femminile in Piemonte.

Tab. 2.C

*Evoluzione del tasso di occupazione in Piemonte per genere*

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tasso di occupazione maschile	67,4	67,4	68,7	70,1	70,1	70,5	72,7	73,3	73,9	74,0
Tasso di occupazione femminile	46,3	46,3	48,4	50,8	52,6	53,2	53,8	53,9	54,5	56,1

Fonte: Istat

Anche in termini assoluti, l'occupazione femminile in Piemonte cresce più di quella maschile: negli ultimi dieci anni l'incremento di quasi 140mila lavoratrici ha fatto lievitare il totale a più di 800mila occupate<sup>(10)</sup>, che rappresentano l'8,7% delle unità lavorative femminili nazionali e il 42,5% dell'occupazione regionale totale (nel 2005 era del 41,9%).

Il confronto fra i dati relativi all'occupazione femminile nelle diverse province piemontesi mostra rapporti di forza sostanzialmente in linea con il peso economico-produttivo delle singole realtà locali, con Torino che conta poco più della metà delle donne occupate in regione, Cuneo che raggiunge quasi il 14%, Alessandria il 9,2% e tutte le altre a seguire.

Il dato interessante emerge dal confronto fra l'occupazione femminile e quella totale all'interno dei diversi territori. La fotografia regionale è estremamente omogenea: si va dal massimo di 43,2 donne ogni 100 persone in provincia di Torino (subito seguita da Vercelli, con 43 su 100) al minimo di 41,3 donne su 100 persone registrato ad Alessandria.

<sup>(6)</sup> Come si legge sul sito dell'Osservatorio regionale del mercato del lavoro della Regione Piemonte, dal 2004 l'Istat ha avviato una nuova serie statistica con dati non più confrontabili con i precedenti. L'Istat ha ricostruito una serie storica omogenea a partire dal 1993, diffondendo a livello regionale i dati articolati per genere e condizione. Tuttavia, non è ancora stata resa disponibile una serie con articolazione provinciale: pertanto, in tabella sono riportati, nella penultima riga, i valori ottenuti in base alla classificazione precedente (comparabili al dettaglio provinciale fino al 2003). Nell'ultima riga, invece, si ha il dato ricostruito con i nuovi criteri di classificazione (paragonabile al dettaglio provinciale a partire dal 2004).

<sup>(7)</sup> Qui il confronto fra regioni europee, di fonte Eurostat, è sui tassi di occupazione calcolati sull'intera popolazione di età superiore ai 15 anni.

<sup>(8)</sup> Provenza-Alpi-Costa Azzurra.

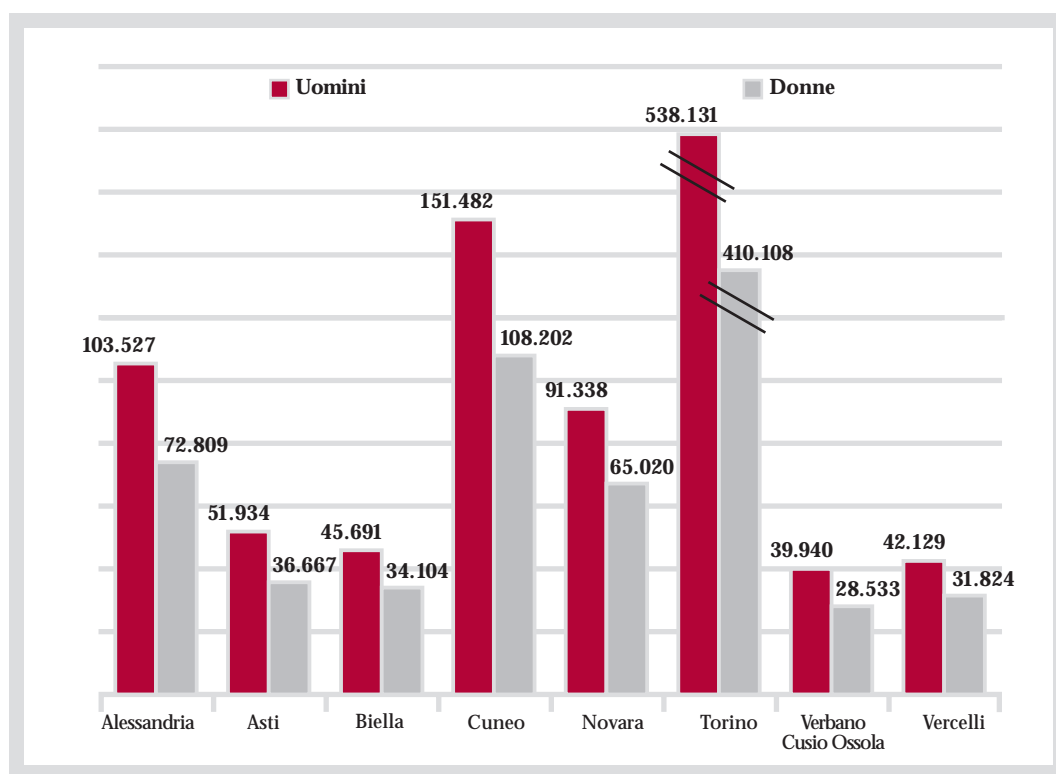
<sup>(9)</sup> Nella lettura di questi confronti (relativi alla popolazione di età superiore ai 15 anni) occorre tenere conto del maggior peso relativo che, in Piemonte, hanno gli ultra 64enni rispetto alle tre regioni europee analizzate.

<sup>(10)</sup> Il dato puntuale è pari a 804mila (dati Istat relativi al II semestre 2007).

<sup>(11)</sup> I dati riguardanti la provincia di Torino sono riportati fedelmente, ma raffigurati "tagliati" essendo fuori scala rispetto alle altre province.

Figura 2.1

Occupati per genere e provincia di appartenenza in Piemonte Anno 2006<sup>(11)</sup>



Fonte: Istat, Rilevazione forze di lavoro

### 2.3 IL LAVORO AUTONOMO IN PIEMONTE

La prima scomposizione che si può operare, per meglio analizzare l'occupazione femminile, è quella relativa alla distinzione tra lavoro dipendente e indipendente.

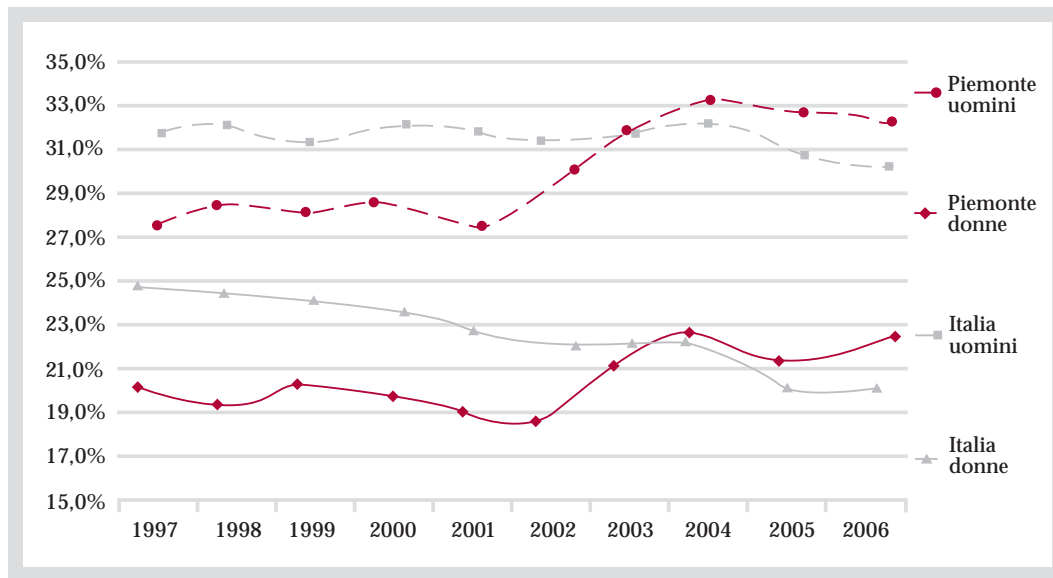
Su 787mila occupate censite dall'Istat nel 2006, il 22% svolgeva un lavoro indipendente, contro il 32% degli uomini.

Negli ultimi dieci anni, gli occupati piemontesi, dopo un periodo di flessione, si sono spostati sempre più verso forme di lavoro indipendente: il loro peso relativo rispetto al totale è complessivamente aumentato dal 24,5% del 1997 al 28% del 2006. Il trend è stato più marcatamente maschile che femminile: tra le donne si è registrato, infatti, un incremento di 2 punti percentuale, positivo ma più modesto rispetto al dato relativo agli uomini (+4%).

La tendenza piemontese verso le forme di lavoro autonomo risulta ancora più interessante se la si compara al contesto nazionale, dove negli ultimi dieci anni si è riscontrata una contrazione del peso dei lavoratori indipendenti sul totale, sia per gli uomini (passati dal 31,6% al 30,2%) che per le donne (passate dal 22,5% al 20,4%). Siamo di fronte a un dato inequivocabile: negli ultimi anni, in Piemonte, il lavoro autonomo ha coinvolto una percentuale di persone maggiore che nel resto d'Italia, permettendo prima il raggiungimento (nel corso del 2003 per gli uomini, l'anno successivo per le donne) e poi il superamento dei valori nazionali. In merito agli ultimi due anni, si può inoltre notare che, mentre la quota di lavoratori autonomi sul totale si contrae per gli uomini piemontesi, tra le donne aumentano le lavoratrici indipendenti sia in percentuale rispetto alle dipendenti (passando dal 21,3% del 2005 al 21,8% nel 2006), sia in valore assoluto (da 163mila circa a 172mila).

Figura 2.2

*Incidenza percentuale dei lavoratori indipendenti sul totale di categoria in Piemonte e in Italia*



Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

## 2.4 LE SCELTE CONTRATTUALI: DIFFERENZE DI GENERE<sup>(12)</sup>

Nel 2006, il 12,5% degli 1,85 milioni di occupati in Piemonte aveva un contratto di lavoro a tempo parziale. Di questi 232mila, ben 191mila (l'82,5%) erano donne. Anche misurando il peso dei part time sul totale degli occupati per genere, emerge chiaramente come le donne siano più coinvolte da questa forma contrattuale: si riscontra questo tipo di rapporto di lavoro per 1 donna su 4, contro un tasso maschile inferiore al 4%.

Le ragioni che determinano questo divario si possono spiegare attraverso i dati dell'Osservatorio regionale del mercato del lavoro e dell'Istat.

La maggioranza delle donne (il 54,2%, contro il 46,9% degli uomini) che ha questo tipo di contratto lo cerca volontariamente perché non vuole un lavoro a tempo pieno. La motivazione principale è la compatibilità con la cura dei figli o di altri familiari (il 51,8% contro l'1,6% degli uomini), che prevale sull'esigenza di avere più tempo libero (il 20,6% contro il 35,3 degli uomini). Scomponendo i risultati per classi di età, emerge inoltre come la cura dei figli o dei familiari interessi soprattutto le donne fra i 35 e i 49 anni (il 64,8% di questa classe sceglie questa risposta), e le 25-34enni (56,5%). Il fattore principale che spinge le 15-24enni a occupare solo una parte del proprio tempo con attività di lavoro è invece l'esigenza di dedicarsi agli studi o alla formazione professionale (74,5%); infine, per le donne che hanno più di 50 anni, prevale la voglia di avere più tempo libero (44,2%). È interessante, poi, notare come la distribuzione delle risposte per titolo di studio delle intervistate che scelgono il part time per occuparsi della famiglia restituisca una fotografia abbastanza omogenea fra le diverse classi, con scostamenti solo di minima entità rispetto alla media del 51,8% sopra citata. Fanno eccezione le lavoratrici in possesso della sola licenza elementare, per le quali la motivazione principale alla base del part time è l'esigenza di disporre di maggiore tempo libero. Questo dato si può facilmente spiegare con il fatto che la maggioranza di loro ha più di 50 anni.

In sintesi, la cura dei figli o di altri familiari è la ragione principale che spinge 1 donna su 3 a preferire un contratto di lavoro a tempo parziale, scelta che non dipende dall'investimento fatto in termini di anni di istruzione.

<sup>(12)</sup> Tutti i dati esposti in questo paragrafo, ove non diversamente specificato, sono di fonte Osservatorio regionale del mercato del lavoro.



D'altra parte, i datori di lavoro giocano sicuramente un ruolo non marginale, se si pensa che ben il 45,8% delle donne con un contratto part time dichiara di averlo sottoscritto per non aver trovato un lavoro a tempo pieno. Esiste una correlazione fra classe di età e possibilità di trovare un impiego a tempo pieno: più la donna è giovane, più è forte l'influenza delle reali opportunità di mercato sulle sue scelte. Se si prendono in esame le ultra 50enni, infatti, meno del 32% dichiara di non aver trovato lavoro a tempo pieno, mentre per le 25-34enni e le 15-24enni questa alternativa supera quella della scelta volontaria (registrando un 48,4% nel primo caso e un 50,7% nel secondo).

Tab. 2.D

*I lavoratori part time in Piemonte Anno 2006*

	Uomini		Donne	
	Full time	Part time	Full time	Part time
2005 (valori assoluti in migliaia)	1.025,5	37,1	588,2	178,0
Totale occupati	1.063		766	
2006 (valori assoluti in migliaia)	1.023,5	40,7	596,0	191,2
<b>Totale occupati</b>	<b>1.064</b>		<b>787</b>	
<b>Scelta part time (sul totale degli occupati part time, in % dei rispondenti)</b>				
Non vuole lavoro a tempo pieno	46,9%		54,2%	
Non ha trovato lavoro a tempo pieno	53,1%		45,8%	
Altri motivi	16,6%		10,3%	
<b>Totale</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>	
<b>Motivo part time (sul totale di coloro che hanno scelto volontariamente il part time, in % dei rispondenti)</b>				
Studia o segue corsi di formazione professionale	20,5%		6,4%	
Problemi di salute	8,3%		1,9%	
Cura dei figli o di altri familiari	1,6%		51,8%	
Altri motivi familiari	6,8%		0,1%	
Svolge secondo lavoro	11,8%		2,2%	
Per avere più tempo libero	35,3%		20,6%	
Altri motivi	15,7%		4,7%	
<b>Totale</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>	

Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

Una delle possibili letture è che le generazioni più giovani si stiano immettendo in un mercato del lavoro che richiede sempre più spesso questo tipo di contratto invece di quello a tempo pieno. A conferma di ciò, si riscontra la medesima scomposizione per gli uomini, le cui scelte sono influenzate da un minor numero di variabili: i rispondenti maschi che non hanno trovato un lavoro a tempo pieno sono il 53% nella fascia d'età 15-24 anni (perfettamente in linea rispetto alla media generale del 53,1%) e il 59% nella fascia d'età 24-34 anni.

Dal punto di vista dinamico, si registra, infine, una continua crescita del lavoro part time per le donne, in termini sia assoluti sia relativi. Nel 1999, poco più di 14 donne occupate su 100 avevano un contratto di questo tipo, mentre nel 2003 erano già salite a 16 e, nel 2006, hanno raggiunto il 24%. Per quanto riguarda gli uomini, si registra una crescita dell'incidenza dei contratti a tempo parziale sul totale decisamente più contenuta: dal 2,5% sul totale degli occupati del 1999 si è giunti al 3,8% nel 2006.

Per altre tipologie di contratto, le differenze fra i generi non sono così marcate.

Se si analizzano, ad esempio, le assunzioni in Piemonte nel 2004<sup>(13)</sup> e si confronta l'incidenza femminile sul totale dei lavoratori interinali (pari al 46,1%) o degli assunti a tempo determinato (sempre il 46,1%), emerge come questi dati risultino simili alla quota di donne sul totale delle procedure di assunzione: 45%. Se si osservano, poi, i dati disponibili per gli anni successivi (2005 e 2006), scomposti tra le province piemontesi, si evidenzia come sostanzialmente la situazione non muti nel tempo.

<sup>(13)</sup> Riportiamo il dato 2004, non essendo ancora disponibile il dato completo regionale per gli anni successivi.

## 2.5 LE DIFFERENZE DI GENERE NEI COMPARTI PRODUTTIVI

Passando ad analizzare i settori di impiego, le differenze di genere diventano più evidenti: basti osservare che le attività connesse al commercio, al turismo e ai servizi alle imprese e alle persone impiegano oltre il 75% delle donne occupate. Il terziario è un settore d'importanza storica per l'occupazione femminile piemontese, e si sta ulteriormente affermando: rispetto a dieci anni fa, garantisce 150mila posti di lavoro in più alle donne, avendo assorbito più lavoratrici di quante non abbiano contribuito alla crescita complessiva dell'occupazione femminile nello stesso periodo di tempo.

Nell'ambito dei servizi, nel corso del 2000 le lavoratrici piemontesi hanno superato gli uomini anche in valore assoluto, e nel 2006 la differenza è arrivata a ben 50mila unità a favore delle donne. Nel resto d'Italia la situazione è leggermente diversa: nonostante la concentrazione femminile nel terziario sia maggiore (80%), il sorpasso degli uomini in termini assoluti non si è ancora verificato.

Gli altri due settori di riferimento, agricoltura e industria, si spartiscono il rimanente 25% di occupazione femminile piemontese, con andamenti assoluti e relativi differenti. Negli ultimi cinque-dieci anni si è verificata una generale ripresa dell'occupazione nel settore agricolo, a vantaggio soprattutto degli uomini: le donne, che nel 1997 rappresentavano il 37% degli occupati nel settore primario, sono scese al 30% nel 2006. Un altro comparto dove la crescita è stata appannaggio prevalentemente, se non esclusivamente, maschile, è quello delle costruzioni, dove le donne sono passate dal 12 al 7% sul totale degli occupati. Per quanto riguarda l'industria in Piemonte, la flessione che le ha fatto perdere 40mila posti di lavoro in dieci anni ha colpito sia l'occupazione femminile che quella maschile, ma la prima in modo relativamente più forte. Se nel 1997 si contavano, infatti, quasi 30 donne ogni 100 posti di lavoro nelle imprese manifatturiere della regione, nel 2006 questo rapporto si riduce a 25 su 100.

Tab. 2.E

*L'occupazione piemontese per comparto produttivo e genere  
Anno 2006 (dati in migliaia di occupati)*

	Uomini	Donne	Totale
Agricoltura	47	21	68
Industria	494	170	664
industria in senso stretto	365	160	525
costruzioni	129	10	139
Servizi	522	596	1.119
commercio	148	119	267
alberghi e ristoranti	34	38	72
trasporti e comunicazioni	67	29	96
servizi alle imprese	94	96	190
istruzione e sanità	58	170	228
altri servizi	121	143	266
<b>Totale</b>	<b>1.064</b>	<b>787</b>	<b>1.851</b>

Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

Nel riportare le variazioni del peso delle donne nei diversi comparti produttivi non si possono non richiamare fenomeni quali, ad esempio, l'outsourcing, che ha evidentemente implicato lo scorporo di divisioni e mansioni più prettamente femminili; confrontando la ripartizione del lavoro di uomini e donne per settore merceologico, si deve tuttavia constatare che i primi godono di un equilibrio di gran lunga maggiore, segno che nel sistema produttivo regionale e nazionale esistono ancora barriere all'ingresso in alcuni rami della produzione e dei servizi.

<sup>(14)</sup> Per valori di stock si intendono quelli misurati in un dato istante di tempo (ad esempio, 31 dicembre 2006); al contrario, i valori di flusso sono quelli misurati in un intervallo di tempo (ad esempio, la variazione dell'occupazione femminile nell'ultimo anno).

Per approfondire queste considerazioni, si può fare riferimento all'indagine condotta da Unioncamere italiana (Sistema informativo Excelsior) in merito alle assunzioni previste per il 2007. Si noti che i dati presenti nella tabella 2.F sono significativamente diversi da quelli sin qui commentati: se finora sono stati analizzati valori di stock<sup>(14)</sup> e relative variazioni, senza alcun giudizio di merito, qui ci si concentrerà su informazioni di flusso relative all'anno 2007 ancora in corso. Verrà inoltre introdotta nell'analisi una variabile discrezionale: si è infatti chiesto ai responsabili d'azienda quale genere ritengono più adatto per svolgere una determinata professione. Il risultato è un dato importante, perché indica quante opportunità ha una donna rispetto a un uomo di essere assunta in un determinato settore o territorio, al di là delle preferenze e capacità che può avere.

In prima battuta, si ritiene che un uomo sia più adatto a ricoprire la posizione offerta nel 42% delle assunzioni previste in Italia per l'anno in corso. La preferenza per gli uomini supera anche la quota che possiamo definire "di indifferenza" (39,5%), mentre le donne sono favorite in meno di 1 caso su 5.

La situazione cambia poco confrontando la media italiana con quella delle regioni del nord ovest, mentre si riscontrano differenze maggiori con il sud e le isole. Sembra poi esistere una forte correlazione negativa fra preferenza di genere e classe dimensionale dell'impresa: la prima si riduce all'aumentare della seconda, fino ad arrivare a un tasso di indifferenza pari al 75% nelle grandi imprese.

Analizzando i diversi settori produttivi si notano differenze marcate e di diverso segno. L'industria delle costruzioni, ad esempio, si esprime in maniera quasi unanime a favore del genere maschile (il 90% delle risposte), seguita da comparti come l'industria dei metalli (79,7%), quella dei minerali non metalliferi (71,9%) e quella del legno (68,8%). L'unico settore manifatturiero in cui le preferenze femminili superano quelle maschili è il tessile, con percentuali di risposte rispettivamente pari al 44,9% e 26,1%. Proprio il dettaglio di questo comparto è di supporto alla comprensione del fenomeno nel complesso: analizzando il sotto-settore dei componenti e delle apparecchiature elettroniche tessili, emerge infatti che le preferenze si invertono nuovamente a favore degli uomini, che totalizzano il 31%, contro il 10% delle donne. Uno dei fattori discriminanti sembra, quindi, essere la presenza di mansioni che implicano l'uso di apparecchiature o l'applicazione delle relative conoscenze tecniche: dove queste variabili presentano valori elevati, le preferenze vanno a netto vantaggio degli uomini. Un'altra variabile rilevante sembra essere quella della forza fisica necessaria in settori come le costruzioni, la lavorazione dei metalli, del legno, etc. Fatte queste considerazioni, non appare strano constatare come per una donna sia più facile trovare un impiego nel settore dei servizi, che presenta una situazione sostanzialmente paritetica.

Non mancano alcune eccezioni a vantaggio delle donne in sotto-settori come gli studi professionali (dove si registra il 54,5% delle preferenze), l'istruzione (38,7%) e i servizi alla persona (31,8%). D'altro canto, si riscontrano percentuali elevate di preferenza per gli uomini, sebbene inferiori a quelle osservate per i comparti più prettamente "maschili", anche nel terziario, ad esempio nella riparazione di autoveicoli e motocicli (67,8%), o nei trasporti e attività postali (52,2%).

I settori dove il tasso di indifferenza è più elevato sono l'industria farmaceutica<sup>(15)</sup> (84%), i servizi finanziari (79,9%), l'informatica e telecomunicazioni (70,4%) e i servizi avanzati alle imprese (66,3%).

Incrociando, infine, l'indicazione quantitativa sul numero di assunzioni previste con le rilevazioni in merito alla preferenza di genere, si osserva come, su circa 2,8 milioni di assunzioni previste per il 2007 in tutta Italia, in ben 1,2 milioni di casi si preferirebbero addetti uomini, contro il mezzo milione di donne. Per il restante milione di casi, non vi sarebbero preferenze di genere a guidare la scelta dei datori di lavoro.

<sup>(15)</sup> L'industria farmaceutica, che non compare esplicitamente nella tabella 2.F, è compresa nel settore delle industrie chimiche e petrolifere.

*Assunzioni previste dalle imprese in Italia per il 2007 e segnalazioni del genere ritenuto più adatto allo svolgimento della professione, per settore di attività, ripartizione territoriale e classe dimensionale*

Tab. 2.F

	Totale assunzioni 2007 (valori assoluti)	Di cui (% su totale assunzioni)		
		uomini	donne	ugualmente adatti
<b>Totale</b>	<b>839.460</b>	<b>42,3</b>	<b>18,2</b>	<b>39,5</b>
<b>Industria</b>	<b>329.140</b>	<b>68,8</b>	<b>10,8</b>	<b>20,4</b>
industria in senso stretto	206.210	55,8	15,1	29,1
estrazione di minerali	2.470	68,0	2,8	29,2
industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	25.380	39,2	24,6	36,2
industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature	25.260	26,1	44,9	28,9
industrie del legno e del mobile	15.620	68,8	11,1	20,1
industrie della carta, della stampa ed editoria	8.010	47,9	18,2	33,9
industrie chimiche e petrolifere	9.630	43,2	8,9	47,9
industrie della gomma e delle materie plastiche	9.350	61,6	11,1	27,3
industrie dei minerali non metalliferi	9.580	71,9	10,1	18,0
industrie dei metalli	41.230	79,7	5,0	15,3
industrie meccaniche e dei mezzi di trasporto	34.620	61,7	5,5	32,8
industrie elettriche, elettroniche, ottiche e medicali	18.590	44,6	13,6	41,8
di cui: componenti e apparecchiature elettroniche	3.410	31,5	10,1	58,4
ind. beni per la casa, tempo libero e altre manifatturiere	3.470	40,2	21,2	38,6
produzione e distribuzione di energia, gas e acqua	2.990	48,8	5,4	45,8
costruzioni	122.930	90,6	3,7	5,8
<b>Servizi</b>	<b>510.320</b>	<b>25,2</b>	<b>23,0</b>	<b>51,9</b>
commercio al dettaglio	76.190	19,2	25,3	55,5
commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli	17.070	67,8	14,0	18,3
commercio all'ingrosso	35.360	48,4	17,1	34,6
alberghi, ristoranti e servizi turistici	105.700	21,3	30,7	48,0
trasporti e attività postali	52.660	52,2	6,1	41,7
informatica e telecomunicazioni	22.390	16,5	13,1	70,4
servizi avanzati alle imprese	36.230	18,6	15,1	66,3
credito, assicurazioni e servizi finanziari	24.440	11,7	8,4	79,9
servizi operativi alle imprese e alle persone	52.330	21,1	25,4	53,5
istruzione e servizi formativi privati	7.670	10,9	38,7	50,3
sanità e servizi sanitari privati	34.760	4,4	29,4	66,3
altri servizi alle persone	34.220	20,6	31,8	47,6
studi professionali	11.290	12,0	54,5	33,5
Nord ovest	236.260	37,7	18,8	43,5
Nord est	205.090	38,7	20,7	40,6
Centro	173.530	38,6	18,7	42,7
Sud e isole	224.580	53,1	15,0	31,9
1-9 dipendenti	353.230	53,8	23,2	23,0
10-49 dipendenti	168.040	51,2	18,5	30,4
50-249 dipendenti	127.690	37,9	13,4	48,7
250-499 dipendenti	45.580	24,8	13,7	61,5
500 dipendenti e oltre	144.920	13,1	11,4	75,5

Fonte: Unioncamere nazionale e Ministero del Lavoro, Sistema informativo Excelsior, 2007

Si tratta di risultati che stridono con quanto si è verificato di recente nel mercato del lavoro nazionale, dove il peso delle donne rispetto al totale degli occupati è rimasto pressoché invariato negli ultimi dieci anni. La tabella non va quindi letta come un'indicazione di squilibri futuri, ma come un segnale forte dell'esistenza di settori in cui si continua a preferire (anche solo potenzialmente) un genere rispetto all'altro e, più frequentemente, gli uomini rispetto alle donne, il che può costituire una barriera.

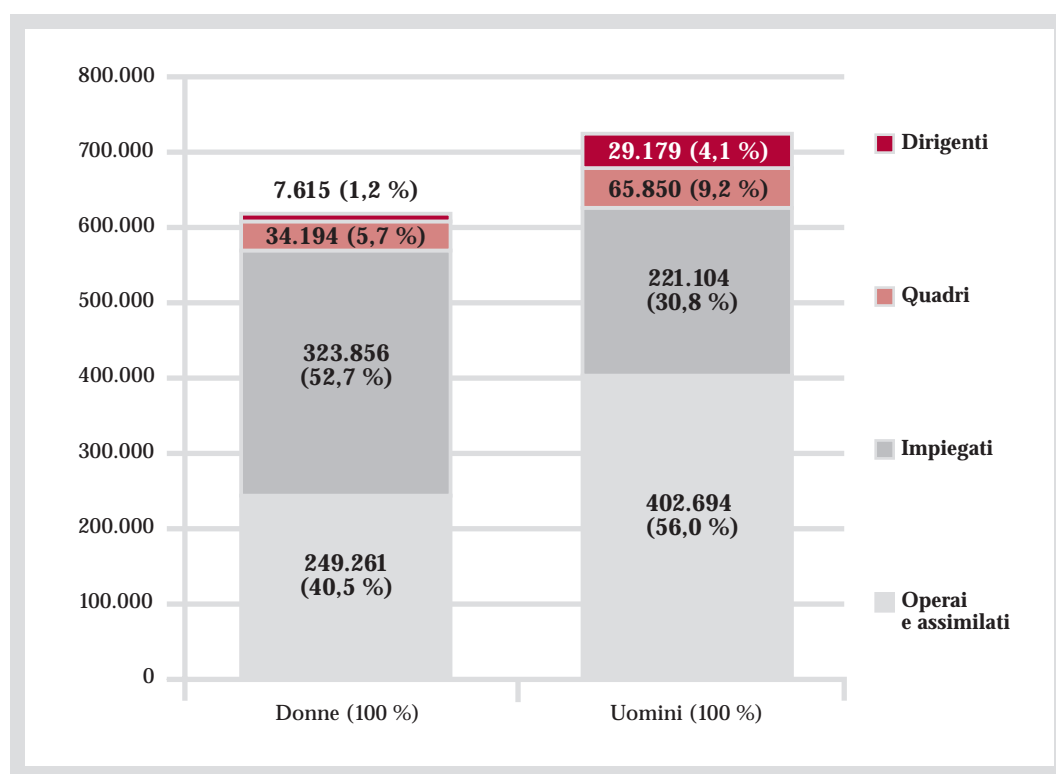
Tali tendenze appaiono ormai consolidate, tanto più che, anche per quanto riguarda le assunzioni previste tra i giovani al di sotto dei 30 anni, si osservano valori medi sulle preferenze in linea con la totalità del campione (giovani e non) per tutte le scomposizioni proposte. Anche per i minori di 30 anni, ad esempio, il tasso di indifferenza è pari al 41,2%, solo leggermente superiore al 39,5% rilevato complessivamente.

## 2.6 FARE CARRIERA RIMANE UN'IMPRESA

Osservando i dati sulla scomposizione per posizione, genere e settore dell'occupazione dipendente in Piemonte, si nota come le donne rappresentino solo 1 su 5 dei quasi 37mila dirigenti, sebbene costituiscano ormai il 46% del totale dei dipendenti.

Per quanto riguarda la figura di quadro, la situazione migliora, ma anche in questo caso la forza lavoro femminile è ancora sotto-rappresentata (1 su 3).

Figura 2.3 *Occupati dipendenti in Piemonte per genere e posizione professionale Anno 2006*



Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

Le donne dirigenti o quadri in Piemonte sono meno del 7% del totale delle occupate, a fronte del 13,2% per gli uomini; sono invece concentrate per oltre la metà in ruoli impiegatizi: 6 impiegati su 10 sono donne (proporzione che si inverte per quanto riguarda il ruolo di operai e assimilati). Gli squilibri maggiori si registrano nel comparto agricolo, dove le poche posizioni dirigenziali sono esclusivamente maschili, e nel settore manifatturiero, dove su 100 dirigenti solo 6 sono donne. Nel terziario, infine, nonostante la preponderanza consolidata dei soggetti femminili (quasi il 60% degli occupati in questo settore), le donne riescono a ricoprire cariche dirigenziali solo in 1 caso su 4, e arrivano a posizioni di quadro in 4 casi su 10.

*Occupati dipendenti in Piemonte per genere, posizione e settore di attività  
Anno 2006*

Tab. 2.6

	Agricoltura		Industria		Altre attività		Totale	
	donne	uomini	donne	uomini	donne	uomini	donne	uomini
Dirigenti	0	218	514	8.153	7.100	20.808	7.614	29.179
Quadri	0	311	3.368	19.703	30.826	45.836	34.194	65.850
Impiegati	1.033	845	56.728	75.832	266.095	144.427	323.856	221.104
Operai e assimilati	2.848	8.540	85.797	277.260	160.616	116.894	249.261	402.694
<b>Totale</b>	<b>3.881</b>	<b>9.914</b>	<b>146.407</b>	<b>380.948</b>	<b>464.637</b>	<b>327.965</b>	<b>614.925</b>	<b>718.827</b>

Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

## 2.7 LA DISOCCUPAZIONE FEMMINILE IN PIEMONTE

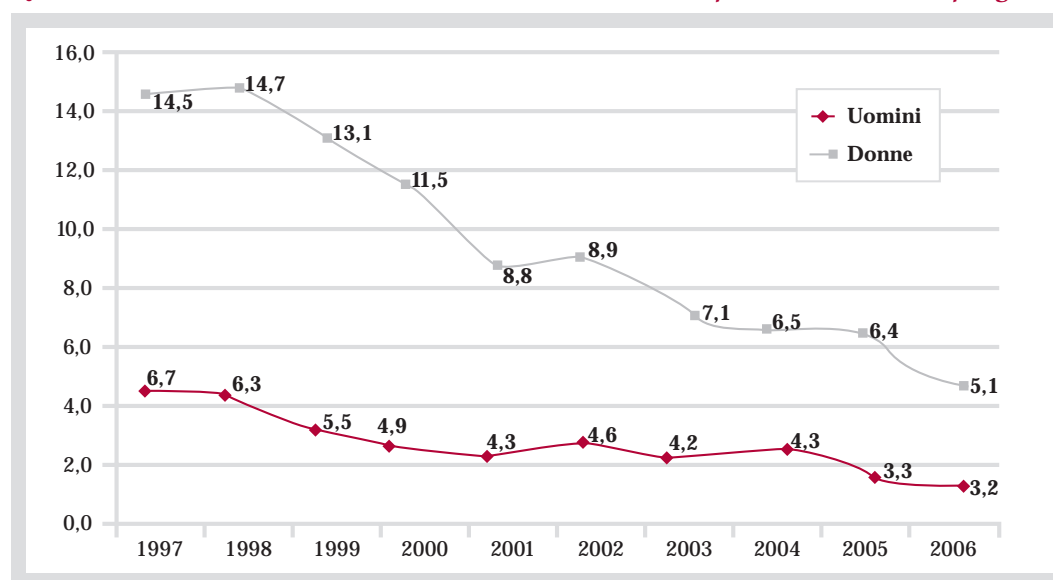
Spostando l'attenzione sui soggetti che sono ancora in cerca di un lavoro, emerge che le donne rappresentano il 54% del totale dei disoccupati piemontesi, e sono circa 40mila, superando gli uomini sia in termini relativi che assoluti. Per quanto riguarda il confronto con il resto del territorio nazionale, il tasso di disoccupazione femminile in Piemonte (pari al 5,1% delle forze di lavoro femminili) colloca la regione in linea con il dato relativo al nord Italia, compreso fra il 4,3% dell'Emilia Romagna e il 6,5% del Veneto. Se si confrontano i tassi di disoccupazione distinti per genere, si osserva come il Piemonte sia una delle regioni settentrionali con il minor differenziale fra uomini e donne, pari ad appena l'1,8% contro il 3,1% del 2005: in tutto il centro-nord, solo l'Emilia Romagna con l'1,7% e la Valle d'Aosta (1,5%) possono vantare tassi migliori. Anche sotto questo aspetto, la posizione delle diverse province piemontesi è omogenea: si va dal 3,8% di disoccupazione femminile in provincia di Cuneo al 6,4% di Biella e Novara.

Un dato negativo emerge in merito alla disoccupazione giovanile tra le donne: con un tasso pari al 17,8%, il Piemonte si colloca in coda alla classifica del nord Italia, sebbene in 11 delle restanti regioni della penisola si riscontrino situazioni peggiori.

La stato della disoccupazione femminile in Piemonte è migliorato negli ultimi anni, diminuendo, in media, di quasi 1 punto percentuale all'anno e riducendo la differenza rispetto a quello maschile da quasi 8 punti a meno di 2. In un solo anno, dal 2005 al 2006, le donne in cerca di occupazione sono diminuite del 20%, quota pari a oltre 11mila persone.

Figura 2.4

*Tasso di disoccupazione in Piemonte per genere*



Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat



# 3

## LE IMPRESE DELLE DONNE IN PIEMONTE

### 3.1 I NUMERI DELLE IMPRESE FEMMINILI IN PIEMONTE

Prima di presentare i risultati del questionario sottoposto a più di 500 imprenditrici, è opportuno dedicare un capitolo all'inquadramento qualitativo e quantitativo di questo universo, passando poi all'analisi dei suoi aspetti più specifici.

Nel 2006, le imprese piemontesi guidate da donne sfiorano le 100mila unità: 2.200 in più rispetto a tre anni prima. Il Piemonte è la quarta regione italiana per numero di aziende femminili<sup>(16)</sup>, preceduta soltanto da Lombardia, Campania e Sicilia, posizionandosi meglio di contesti produttivi importanti quali il Lazio, il Veneto e l'Emilia Romagna.

Tra le imprese piemontesi, 1 su 4 può definirsi "femminile"<sup>(17)</sup>: una proporzione non distante dalla media del nord ovest (24,8%) e rimasta sostanzialmente immutata negli ultimi tre anni. Le regioni in cui le imprese femminili hanno un peso relativo maggiore sono il Molise con il 32%, la Basilicata (29,6%) e l'Abruzzo (28,5%). La prima regione del nord Italia è la Liguria con il 26,24%, mentre l'ultima è l'Emilia Romagna (20,9%). La differenza fra nord e sud Italia appare evidente, e si può spiegare considerando due fattori: il marcato dinamismo delle donne (occupate o in cerca di lavoro) al sud, e la più debole tendenza all'aggregazione delle imprese femminili rispetto a quelle maschili, che dà origine a un maggior numero di ditte individuali e, in media, di piccole dimensioni.

Negli ultimi tre anni, il maggior incremento di imprese femminili si è registrato proprio nelle regioni meridionali: in Calabria, Sardegna e Campania si sono rilevati aumenti compresi fra il 6,4% e il 7,9%, ben superiori alla media italiana (+3,2%). Il Piemonte, con un tasso del 2,2%, è la seconda delle regioni settentrionali, dopo la Lombardia (+4%). Nel complesso, questi dati ritraggono una situazione nazionale positiva, a conferma della continua crescita del fenomeno dell'imprenditoria femminile.

È poi interessante notare la coincidenza fra la percentuale di imprese femminili in Piemonte sul totale delle imprese femminili italiane (8,1%), e la quota rappresentata dalle aziende piemontesi nel loro complesso sulle nazionali (pari all'8%); coincidenza a cui si aggiunge quella del peso del Pil regionale sul totale italiano, pari all'8%<sup>(18)</sup>.

Scomponendo il dato piemontese a livello provinciale, si ottiene una distribuzione simile a quelle dell'occupazione femminile e del valore aggiunto. Torino concentra poco più della metà del Pil e dell'occupazione regionale, ma in termini di imprese femminili scende al di sotto del 50%, a favore di Cuneo (17,8%), Alessandria (11,7%) e Asti (6,4%). Nel capoluogo regionale si registra invece il massimo tasso di crescita di ditte femminili negli ultimi tre anni (4,1%, contro una media regionale del 2,2%).

<sup>(16)</sup> Per la definizione puntuale di impresa femminile si rimanda al paragrafo A1 in appendice.

<sup>(17)</sup> Il dato puntuale nel 2006 è pari al 24,17% sul totale delle imprese piemontesi.

<sup>(18)</sup> I dati sul Pil sono di fonte Istat e si riferiscono al 2005.

*Imprese attive e imprese femminili per regione e area geografica  
(dati al 31 dicembre 2006)*

Tab. 3.A

	Imprese attive			Saldo imprese		Peso % sul totale Italia	
	totale	imprese femminili	% imprese femminili sul totale 2006	totale	imprese femminili	totale	imprese femminili
Abruzzo	131.594	37.553	28,54%	515	224	2,6%	3,0%
Basilicata	55.726	16.503	29,61%	-218	-164	1,1%	1,3%
Calabria	156.321	39.719	25,41%	1.891	903	3,0%	3,2%
Campania	459.486	130.773	28,46%	3.205	2.604	8,9%	10,6%
Emilia Romagna	427.935	85.989	20,09%	2.710	663	8,3%	7,0%
Friuli Venezia Giulia	102.397	25.128	24,54%	-59	13	2,0%	2,0%
Lazio	370.423	98.738	26,66%	7.617	2.519	7,2%	8,0%
Liguria	139.715	36.657	26,24%	910	286	2,7%	3,0%
Lombardia	808.519	165.798	20,51%	10.119	3.145	15,7%	13,4%
Marche	159.368	37.853	23,75%	975	433	3,1%	3,1%
Molise	33.143	10.606	32,00%	-188	-117	0,6%	0,9%
Piemonte	413.648	99.990	24,17%	2.431	513	8,0%	8,1%
Puglia	341.508	83.531	24,46%	-2.644	-253	6,6%	6,8%
Sardegna	149.375	36.279	24,29%	1.952	704	2,9%	2,9%
Sicilia	395.144	101.447	25,67%	4.129	1.922	7,7%	8,2%
Toscana	357.390	85.353	23,88%	3.188	911	6,9%	6,9%
Trentino Alto Adige	102.056	20.649	20,23%	566	128	2,0%	1,7%
Umbria	82.381	21.559	26,17%	170	123	1,6%	1,7%
Valle d'Aosta	12.728	3.353	26,34%	-32	-8	0,2%	0,3%
Veneto	459.421	97.441	21,21%	2.543	1.258	8,9%	7,9%
<b>Nord ovest</b>	<b>1.374.610</b>	<b>305.798</b>	<b>22,25%</b>	<b>13.428</b>	<b>3.936</b>	<b>26,6%</b>	<b>24,8%</b>
<b>Nord est</b>	<b>1.091.809</b>	<b>229.207</b>	<b>20,99%</b>	<b>5.760</b>	<b>2.062</b>	<b>21,2%</b>	<b>18,6%</b>
<b>Centro</b>	<b>969.562</b>	<b>243.503</b>	<b>25,11%</b>	<b>11.950</b>	<b>3.986</b>	<b>18,8%</b>	<b>19,7%</b>
<b>Sud e isole</b>	<b>1.722.297</b>	<b>456.411</b>	<b>26,50%</b>	<b>8.642</b>	<b>5.823</b>	<b>33,4%</b>	<b>37,0%</b>
<b>Italia</b>	<b>5.158.278</b>	<b>1.234.919</b>	<b>23,94%</b>	<b>39.780</b>	<b>15.807</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazioni Retecamere su Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere e InfoCamere

Nel 2006, con 1.851 imprese attive in più rispetto al 2003, Torino realizza ben l'87,4% dell'incremento regionale. Seconda per crescita è Alessandria (+3,8% nello stesso triennio, pari al 20,1% dell'incremento totale), seguita da Vercelli (+1,8%) e Novara (1,3%). Biella (+0,2%), Asti (-0,4%) e Cuneo (-0,9%) rimangono pressoché stabili. La provincia con la riduzione più significativa è il Verbano Cusio Ossola, che subisce una contrazione del 4%, pari a 124 aziende attive in meno nel 2006 rispetto al 2003.

*Le imprese femminili in Piemonte per provincia di appartenenza e peso, e confronto con la ripartizione dell'occupazione*

Tab. 3.B

	Imprese femminili attive			Occupazione femminile	Valore aggiunto
	valori assoluti		valori %		
	2003	2006	2006	2006	2005
Alessandria	11.273	11.699	11,7%	9,2%	9,9%
Asti	6.441	6.417	6,4%	4,7%	4,8%
Biella	4.008	4.016	4,0%	4,3%	4,2%
Cuneo	17.940	17.775	17,8%	13,7%	14,0%
Novara	6.288	6.369	6,4%	8,3%	8,3%
Torino	45.072	46.923	47,0%	52,1%	51,7%
Verbano Cusio Ossola	3.091	2.967	3,0%	3,6%	3,1%
Vercelli	3.681	3.747	3,8%	4,0%	4,0%
<b>Piemonte</b>	<b>97.794</b>	<b>99.913</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

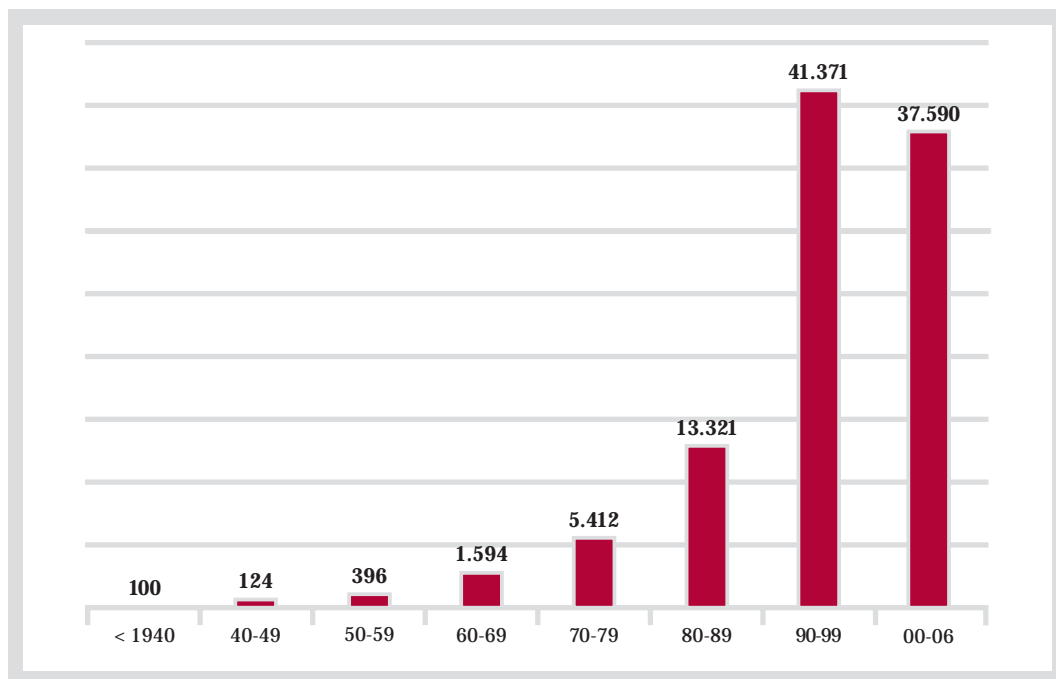


### 3.2 UN FENOMENO IN PIENA EVOLUZIONE

Nell'analizzare il fenomeno dell'imprenditoria femminile, piemontese e italiana, bisogna tenere conto di un dato fondamentale: il carattere relativamente recente del fenomeno, specialmente a confronto con il resto dell'universo imprenditoriale.

Figura 3.1

*Le imprese femminili attive in Piemonte per periodo di nascita*



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

La figura 3.1 mostra come la realtà dell'imprenditoria femminile abbia preso forma e consistenza durante gli anni Novanta. Le imprese attive ancora oggi nate precedentemente a quel decennio sono appena il 21% del totale (sia in Piemonte che in Italia), mentre più di 1 ditta su 3 è nata negli ultimi sette anni: il 37,6% delle imprese attive in Piemonte e il 39,6% di quelle italiane sono di fondazione più recente del 1999<sup>(19)</sup>.

<sup>(19)</sup> La rilevazione, di fonte InfoCamere, Stock View, si ferma al 2006.

Per interpretare tale dato, occorre tenere conto di più fattori. Innanzitutto, la maggior parte delle imprese considerate è una ditta individuale e quindi spesso ha vita più breve dell'impegno dell'imprenditrice, oppure decade ai fini burocratici pur sopravvivendo alla fine della carriera della donna. In secondo luogo, è evidente l'impatto che ha avuto il legislatore nazionale: la legge n. 215, che prevede agevolazioni per l'imprenditoria femminile e il finanziamento dell'avvio di un'impresa, risale al 25 febbraio del 1992.

Il dettaglio provinciale restituisce una lettura meno omogenea di quella osservata per altre variabili. Suddividendo le imprese iscritte al 2006 fra quelle nate prima o dopo il 1990 emerge come le province con il maggior numero di imprese femminili longeve siano, nell'ordine, il Verbano Cusio Ossola (dove già prima del 1990 era attivo il 28,8% delle ditte ancora iscritte oggi), Biella con il 28,6%, Novara (26,5%) e Vercelli (24,5%).

Tab. 3.C

*Scomposizione percentuale delle imprese femminili attive in Piemonte per periodo di nascita  
(fatto 100 il totale provinciale e quello regionale)*

	1940	1940-1949	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2006	Totale
Alessandria	0,1%	0,1%	0,4%	1,8%	5,1%	11,9%	44,9%	35,8%	100,0%
Asti	0,0%	0,0%	0,2%	1,0%	4,6%	9,8%	50,8%	33,6%	100,0%
Biella	0,3%	0,2%	1,0%	3,4%	7,7%	15,9%	39,7%	31,7%	100,0%
Cuneo	0,0%	0,0%	0,2%	0,9%	3,9%	10,8%	53,6%	30,6%	100,0%
Novara	0,2%	0,3%	0,5%	1,8%	6,9%	16,9%	31,6%	41,9%	100,0%
Torino	0,1%	0,2%	0,5%	1,6%	5,5%	14,0%	36,9%	41,2%	100,0%
Vco	0,1%	0,1%	0,4%	2,6%	7,2%	18,4%	33,8%	37,3%	100,0%
Vercelli	0,1%	0,1%	0,2%	1,9%	6,9%	15,3%	37,0%	38,4%	100,0%
<b>Piemonte</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,6%</b>	<b>5,4%</b>	<b>13,3%</b>	<b>41,4%</b>	<b>37,6%</b>	<b>100,0%</b>
Alessandria	6,0%	7,3%	10,9%	13,1%	11,1%	10,4%	12,7%	11,1%	11,7%
Asti	1,0%	0,0%	2,8%	3,8%	5,5%	4,7%	7,9%	5,7%	6,4%
Biella	14,0%	6,5%	10,1%	8,7%	5,7%	4,8%	3,9%	3,4%	4,0%
Cuneo	4,0%	4,0%	7,3%	10,5%	12,8%	14,4%	23,0%	14,5%	17,8%
Novara	11,0%	12,9%	8,3%	7,2%	8,1%	8,1%	4,9%	7,1%	6,4%
Torino	58,0%	62,9%	55,1%	47,5%	48,0%	49,2%	41,9%	51,4%	47,0%
Vco	4,0%	3,2%	3,3%	4,8%	3,9%	4,1%	2,4%	2,9%	3,0%
Vercelli	2,0%	3,2%	2,3%	4,4%	4,7%	4,3%	3,4%	3,8%	3,8%
<b>Piemonte</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Tutte e quattro si trovano al di sopra della media regionale, pari al 21%, così come la provincia di Torino (21,9%). Maggiori concentrazioni di ditte attive più giovani si trovano, invece, nelle province di Asti (dove l'84,4% delle imprese è nata dopo il 1989) e Cuneo (84,1%), seguite da Alessandria (80,7%).

La lettura di questi dati si presta a differenti interpretazioni. Le province con un'alta percentuale di ditte longeve sono quelle in cui l'imprenditoria femminile ha avuto uno sviluppo relativamente precoce e ha goduto di uno stato di salute tale da permettere a queste aziende di rimanere in vita fino ad oggi. Questa buona performance potrebbe essere riconducibile a forme giuridico-organizzative diverse dalla ditta individuale che, come si è visto, comporta una maggiore dinamicità nei processi di cessazione e nuova iscrizione delle imprese. Il rovescio della medaglia potrebbe essere rappresentato da una minore dinamicità, a partire dagli anni Novanta, del tessuto imprenditoriale femminile nei territori in analisi rispetto al resto della regione: il minor numero di iscrizioni dal 1990 in poi si riflette in un incremento ponderale delle ditte più longeve sul totale di quelle attive nel 2006.

Se si analizza, infine, l'andamento delle iscrizioni negli ultimi 15-16 anni, emergono ulteriori dati interessanti: Asti e Cuneo hanno vissuto una vera e propria esplosione del fenomeno dell'imprenditoria femminile nel corso degli anni Novanta (più di 1 ditta su 2 è nata in questo periodo), mentre Torino e Novara, seguite a distanza ravvicinata da Vercelli, sono le province più dinamiche negli ultimi sette anni (più di 2 imprese su 5 sono nate dopo il 2000).

### 3.3 LA NATURA GIURIDICA DELLE IMPRESE

Come si è accennato sopra, per completare l'analisi del dinamismo e della longevità delle imprese nei diversi territori della penisola, occorre prendere in considerazione anche la natura giuridica da esse assunta. I dati di stock sono inequivocabili: poco meno del 70% delle aziende femminili piemontesi è un'impresa individuale, il 24% è una società di persone, il 5% è una società di capitali, mentre il rimanente 1% è ripartito, in proporzione decrescente, fra cooperative, consorzi e altre forme. Tale ripartizione si allinea sostanzialmente con la media italiana, dove le imprese individuali superano il 71% del totale, le società di persone pesano meno che in Piemonte (19,5%) e le società di capitali leggermente di più (8%).

La tabella 3.D conferma come al sud le imprese individuali giochino un ruolo da protagonista, ben più forte rispetto al resto del Paese, con un peso sul totale delle unità attive che supera l'83%, a eccezione della Campania col 71,3% e della Sardegna (75,7%). Le società di persone sono invece più frequenti al nord, con percentuali superiori alla media nazionale (19,5%) in tutte le regioni, salvo il Friuli Venezia Giulia. Il Trentino Alto Adige conta più di 28 società di persone ogni 100 imprese, la Lombardia il 28,2% e il Veneto il 25,7%; al quarto posto si colloca il Piemonte, con un 24,1%.

Tab. 3.D *Imprese femminili italiane attive per regione e per natura giuridica*

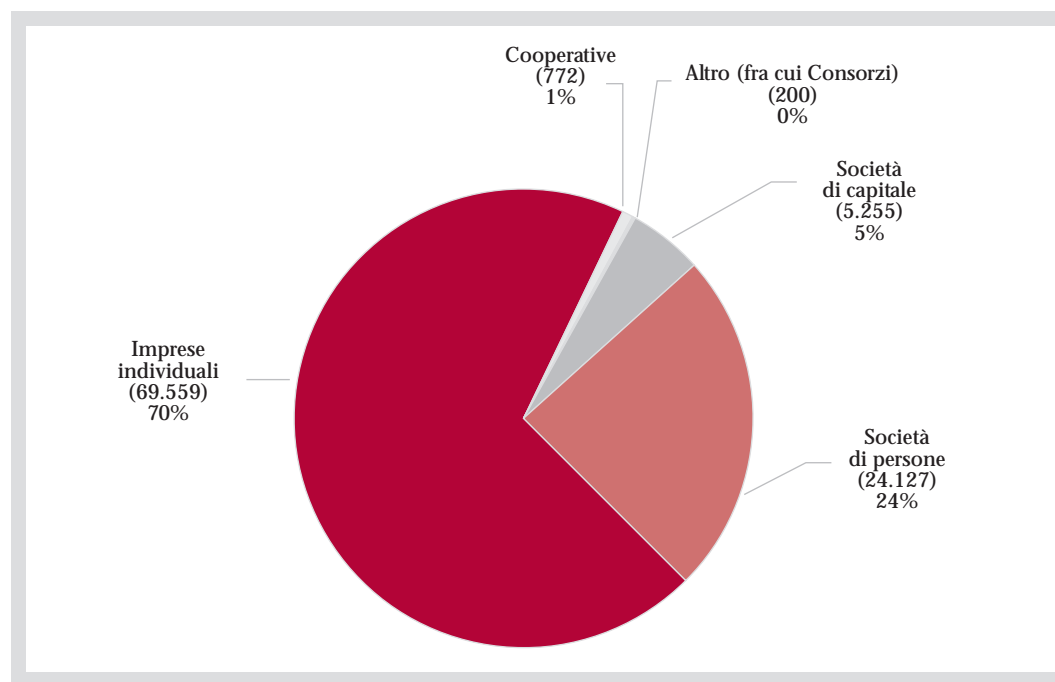
	Società di capitali	Società di persone	Imprese individuali	Cooperative	Consorzi e altre forme	Totale
Abruzzo	2.047	5.440	29.520	428	46	37.481
Basilicata	491	1.103	14.702	282	39	16.617
Calabria	1.610	4.221	33.292	431	85	39.639
Campania	10.282	27.188	90.704	1.451	302	129.927
Emilia Romagna	7.632	18.487	58.677	725	204	85.725
Friuli Venezia Giulia	1.676	4.330	18.865	178	55	25.104
Lazio	10.186	12.343	73.544	1.176	293	97.542
Liguria	2.130	8.410	25.659	300	61	36.560
Lombardia	23.361	46.363	92.719	1.518	508	164.469
Marche	2.596	7.458	27.212	294	50	37.610
Molise	360	791	9.357	113	11	10.632
Piemonte	5.255	24.127	69.559	772	200	99.913
Puglia	4.758	8.241	69.822	1.179	159	84.159
Sardegna	2.289	5.655	27.368	749	84	36.145
Sicilia	4.815	10.019	83.027	1.832	355	100.048
Toscana	7.392	19.740	56.791	666	189	84.778
Trentino Alto Adige	709	5.847	13.812	113	65	20.546
Umbria	1.337	4.321	15.549	210	35	21.452
Valle d'Aosta	145	782	2.393	46	6	3.372
Veneto	7.810	24.892	63.437	532	144	96.815
<b>Totale</b>	<b>96.881</b>	<b>239.758</b>	<b>876.009</b>	<b>12.995</b>	<b>2.891</b>	<b>1.228.534</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Per quanto riguarda la forma organizzativa tendenzialmente più strutturata, ovvero la società di capitali, si riscontra una minore omogeneità all'interno delle macro regioni individuabili sul territorio nazionale. La Lombardia è indiscutibilmente la regione in cui si concentra la massima parte delle Spa, Sapa ed Srl. italiane: ben 1 su 4 ha sede qui. La regione lombarda si colloca in prima posizione anche per quota di società di capitali sul complesso delle imprese regionali (14%); seguono Lazio (10,4%), Emilia Romagna (8,9%) e Toscana (8,7%).

Figura 3.2

## Le imprese femminili piemontesi per natura giuridica Anno 2006



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

In Piemonte, emergono alcune differenze fra le realtà provinciali.

Il 57,7% delle società di capitali ha sede in provincia di Torino<sup>(20)</sup>, dove tuttavia solo 6,5 imprese su 100 presentano questa forma giuridica. Le società di capitali hanno un peso percentuale maggiore rispetto al dato medio regionale<sup>(21)</sup> a Novara (1 impresa su 10) e nel Verbano Cusio Ossola (che sfiora il 6%). Biella spicca per il numero di società di persone (il 38,3% sul totale), distanziando persino Torino (28%). Le restanti province sono caratterizzate dalla cospicua presenza di ditte individuali sul totale delle imprese, con un ventaglio che si apre tra l'80,7% di Asti e il 72% di Alessandria, passando per il 76,5% di Vercelli e il 79,9% di Cuneo.

I dati sono fortemente influenzati dal peso dei diversi comparti merceologici nei singoli territori, poiché spesso si riscontra una forte correlazione fra settore e natura giuridica scelta. Le imprese individuali rappresentano, ad esempio, la quasi totalità delle aziende nel settore agricolo, per scendere al 60% in quello manifatturiero; nelle costruzioni prevalgono, invece, le società di persone, mentre nei servizi le quote variano in misura significativa a seconda del sotto-settore.

La distribuzione delle imprese femminili secondo la forma giuridica riflette anche la natura recente del fenomeno, che ha consentito a migliaia di donne di accedere per la prima volta all'attività autonoma dando vita a ditte individuali, che adesso mutano in forme più complesse.

<sup>(20)</sup> Si ricorda che a Torino è localizzato il 47% del totale delle imprese piemontesi.

<sup>(21)</sup> Pari a 5,3 società di capitali su 100 imprese femminili attive al 2006.

Tab. 3.E

## Le imprese piemontesi per natura giuridica Anno 2006

	Società di capitali	Società di persone	Imprese individuali	Altre forme	Totale
Imprese femminili	5,3%	24,1%	69,6%	1,0%	100,0%
Totale imprese	12,7%	26,8%	58,4%	2,1%	100,0%

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Confrontando la distribuzione delle imprese femminili per natura giuridica con il totale delle unità attive in Piemonte, si conferma il maggiore squilibrio delle prime rispetto ad un universo più maturo e strutturato. Le osservazioni dinamiche portano però a ribadire l'idea che questo ritardo organizzativo sia dovuto principalmente a ragioni anagrafiche. Innanzitutto, osservando la scomposizione per data di nascita e forma giuridica delle imprese femminili italiane, emerge come il boom degli ultimi 15-16 anni sia stato trainato principalmente dalle imprese individuali, le quali hanno effettivamente rappresentato la forma tipica per l'accesso al mondo imprenditoriale nel caso di migliaia di donne. Si noti come, già a partire dal 2000, le società di capitali rappresentino però il 10% delle nuove iscrizioni, quasi il doppio del 5,2% registrato nel decennio precedente. Il Piemonte segue la tendenza nazionale: il 51,4% delle società di capitali ancora oggi attive risale a dopo il 1999, a confronto con un dato medio sul totale regionale pari al 37,6%. L'andamento delle iscrizioni e del numero di imprese attive negli ultimi tre anni in Piemonte conferma l'aumento delle società di capitali: dal 2004 al 2006 le aziende femminili piemontesi nel loro complesso si sono incrementate del 2,5%, con le società di persona che mostrano una dinamica in linea con tale media, le ditte individuali sostanzialmente stabili (+0,5%) e le società di capitali in crescita del 39,2%. Sebbene tutte le province abbiano contribuito a tale incremento, è da segnalare come Cuneo (+75%) abbia recuperato parte dello svantaggio sul resto della regione<sup>(22)</sup>.

<sup>(22)</sup> Nel 2006, Cuneo contava l'8% delle società di capitali sull'intera regione, a dispetto di un valore aggiunto pari al 14% sul totale del Piemonte.

### 3.4 IL DIMENSIONAMENTO DELLE IMPRESE: UNA SCALA ANCORA LIMITATA

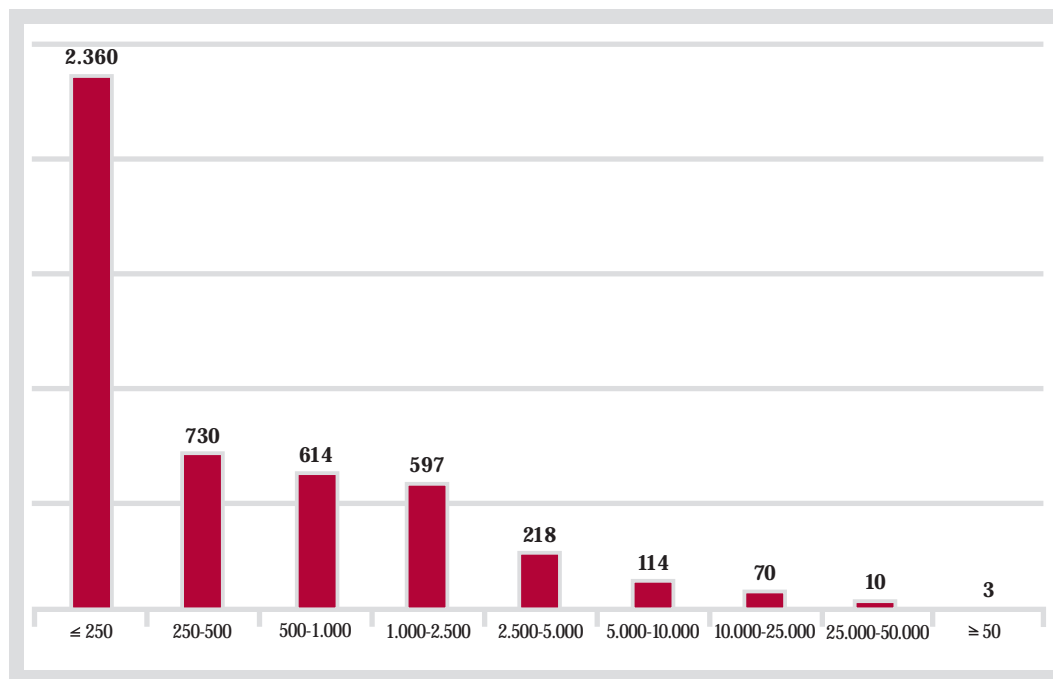
Misurare la grandezza delle imprese attraverso i dati sul valore della produzione di fonte InfoCamere è un esercizio utile, ma occorre ricordare che si tratta di un'informazione opzionale, salvo per le società di capitali: non è un caso che, nel 2006, a fare dichiarazioni in questo senso siano state soltanto 4.721 aziende piemontesi su quasi 100mila. Un primo segnale di conforto è rappresentato, tuttavia, dal fatto che tale valore è già superiore del 20% rispetto a quanto emerso dal primo Osservatorio sull'imprenditoria femminile (dati 2003).

Nonostante l'autoselezione del campione, emerge una fotografia che, in linea con quanto osservato per l'anno 2003, mostra chiaramente come 1 impresa su 2 non superi i 250mila euro di fatturato, e poco più di 1 su 5 superi il milione di euro, mentre appena 3 in tutto il Piemonte fatturano più di 50 milioni.

A conferma di quanto affermato nel paragrafo precedente, questi dati indicano inconfutabilmente come le imprese femminili siano ancora di piccole dimensioni, con riferimento al fatturato. È, questo, un fattore del quale tenere conto nell'analisi del fenomeno e nel sostegno a questo tipo di imprese.

Figura 3.3

*Le imprese femminili in Piemonte per valore della produzione  
Anno 2006 (dati in migliaia di euro)*



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

### 3.5 LE IMPRESE FEMMINILI PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Si è osservato come il 75% dell'occupazione femminile in Piemonte sia concentrato nel settore dei servizi (lo stesso dato raggiunge addirittura l'80% a livello nazionale), il 21% nel manifatturiero e il restante nel comparto agricolo. Si analizzerà ora la ripartizione delle imprese femminili per settore di attività, in Italia e in Piemonte.

Tab. 3.F

*Le imprese femminili in Piemonte e in Italia per settore Anno 2006*

	Italia	Piemonte	% sul totale Italia	% sul totale Piemonte	Variazione 2006/2003 Italia	Variazione 2006/2003 Piemonte
Agricoltura, caccia e silvicoltura	275.343	20.850	22,4%	20,9%	-2,5%	-5,2%
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	1.374	11	0,1%	0,0%	1,6%	22,2%
Estrazione di minerali	452	28	0,0%	0,0%	-8,3%	-12,5%
Attività manifatturiere	127.406	8.866	10,4%	8,9%	-1,3%	0,0%
Produzione e distribuzione energia elettrica, gas, etc.	223	16	0,0%	0,0%	20,5%	23,1%
Costruzioni	40.556	2.697	3,3%	2,7%	15,1%	24,2%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione beni	388.652	30.053	31,6%	30,1%	2,9%	2,4%
Alberghi e ristoranti	86.139	6.400	7,0%	6,4%	6,3%	6,3%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	22.367	1.564	1,8%	1,6%	17,5%	28,0%
Intermediazione monetaria e finanziaria	23.415	2.314	1,9%	2,3%	6,0%	2,3%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca	131.646	15.558	10,7%	15,6%	12,0%	9,2%
Istruzione	5.802	380	0,5%	0,4%	7,0%	5,0%
Sanità e altri servizi sociali	9.402	599	0,8%	0,6%	21,4%	17,0%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	109.969	10.165	9,0%	10,2%	5,6%	2,4%
Imprese non classificate	5.776	412	0,5%	0,4%	-20,8%	-48,6%
<b>Totale</b>	<b>1.228.534</b>	<b>99.913</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,2%</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

La tabella 3.F mostra una distribuzione dell'imprenditoria femminile piemontese e italiana non ancora omogenea fra i diversi settori merceologici, ma con alcune differenze rispetto alla distribuzione dell'occupazione.

<sup>(23)</sup> *Alberghi e ristoranti.*

Come si è visto in precedenza per quest'ultima, anche per le imprese femminili si nota una concentrazione a livello nazionale nel settore terziario (quasi 2 su 3), seguito dal settore agricolo (più di 1 su 5) e, da ultimo, dall'industria in senso lato (con circa il 14%). Analizzando i comparti più nel dettaglio, emergono i primati del commercio (con il 31,6% delle imprese femminili) e dell'agricoltura (24,4%); più in basso lungo la classifica si collocano i servizi connessi ad attività immobiliari, noleggino, informatica e ricerca (10,7%), le attività manifatturiere (10,4%), le attività turistiche<sup>(23)</sup> (7%) e le costruzioni (3,3%). I restanti comparti rappresentano una quota inferiore al 2% del totale.

La realtà piemontese è sostanzialmente in linea con quella nazionale. Le maggiori differenze riguardano il settore delle attività immobiliari, noleggino, informatica e ricerca che, rispetto alla media italiana, pesano un 5% in più sul totale delle imprese femminili. Gli altri scostamenti sono tutti entro un raggio di 1,6 punti percentuale: i maggiori si rilevano nel comparto delle costruzioni (-1,6%) e in quelli dell'agricoltura e delle attività manifatturiere (-1,5%).

Anche l'analisi più approfondita del settore del commercio restituisce grandezze analoghe in Piemonte e in Italia: le imprese femminili appartenenti a questo settore sono concentrate nel commercio al dettaglio (il 78% in Italia e il 77,8% in Piemonte), e all'ingrosso (il 17,8% in Italia e il 18,2% in Piemonte), mentre si riscontrano valori residuali nella manutenzione e riparazione di autovetture e motocicli (il 4,2% in Italia e il 4,0% in Piemonte).

Emergono, invece, differenze più marcate all'interno del contesto piemontese, come riportato nella tabella 3.G. Spiccano, infatti, realtà territoriali dove le imprese agricole superano il 30% del totale provinciale delle imprese femminili (il 32,5% ad Alessandria, il 45,1% a Cuneo e il 45,3% ad Asti), mentre altre sono più legate al settore manifatturiero (il 14% a Novara e il 13,6% a Biella, rispetto a una media regionale del 9%).

In altre province prevale, invece, il comparto commerciale (in provincia di Torino e Vercelli 1 impresa su 3 è impiegata in questo settore) o quello turistico (nel Verbano Cusio Ossola le aziende attive nel settore hanno un peso superiore al doppio della media regionale: sono il 14,2% del totale di imprese, contro il 6,4%).

<sup>(24)</sup> *La tabella riporta solo i settori di maggior rilievo, escludendo quelli con un numero di aziende femminili piemontesi inferiore a 2.500 unità (intermediazione monetaria e finanziaria, trasporti, sanità e altri servizi sociali, etc.) in modo da facilitare la lettura dei fenomeni più significativi.*

Tab. 3.G

*Le imprese femminili piemontesi per settore di attività Anno 2006<sup>(24)</sup>*

	Agricoltura, caccia e silvicoltura	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio	Alberghi e ristoranti	Attività immobiliari noleggino, informatica, ricerca	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Totale
Alessandria	3.804	1.032	332	3.028	668	1.206	1.133	11.699
Asti	2.909	386	107	1.478	292	564	481	6.417
Biella	356	545	89	1.122	274	876	518	4.016
Cuneo	8.011	982	378	3.758	966	1.608	1.447	17.775
Novara	478	895	218	2.030	527	929	890	6.369
Torino	4.355	4.322	1.412	16.334	2.923	9.735	4.806	46.923
Verbano Cusio Ossola	337	318	87	969	420	304	376	2.967
Vercelli	600	386	74	1.334	330	336	514	3.747
<b>Totale</b>	<b>20.850</b>	<b>8.866</b>	<b>2.697</b>	<b>30.053</b>	<b>6.400</b>	<b>15.558</b>	<b>10.165</b>	<b>99.913</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Per valutare l'entità di questi dati, è necessario confrontarli con quelli relativi al complesso delle imprese italiane divise per attività merceologiche. Dalla tabella 3.H si evince che l'incidenza media delle imprese femminili sul totale in Italia è pari al 24% circa, e che i settori che superano tale soglia sono, innanzitutto, i servizi pubblici e sociali con il 48,8%, la sanità (48,8%), il turismo, l'istruzione e l'agricoltura (compresi fra il 30% e il 33%). Notando che questi dati ricalcano in gran parte le concentrazioni già osservate nella distribuzione dell'occupazione per genere (si veda il capitolo precedente), si può pertanto affermare che questi sono i settori più prettamente femminili. All'estremo opposto, vi sono comparti dove la presenza di imprese "in rosa" è limitata: le costruzioni (con il 5% di imprese femminili sul totale), la produzione e distribuzione di energia elettrica, acqua, gas (7,2%) e l'estrazione dei minerali (10,8%). Situazioni più equilibrate si osservano in numerosi comparti del terziario: le percentuali si attestano al 27,3% nel commercio, al 24,3% nelle attività immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca, al 23,1% nel comparto dell'intermediazione monetaria e finanziaria. Anche tra le attività manifatturiere le quote sono analoghe: 1 impresa su 5 è femminile, a dispetto di quanto si era visto per l'occupazione delle donne, relativamente debole in questo settore.

<sup>(25)</sup> I valori totali differiscono leggermente da quelli precedentemente osservati, ad esempio nella tabella 3.A, poiché questi si riferiscono al settembre 2006.

Tab. 3.H

Le imprese femminili e totali in Italia per settore Anno 2006 <sup>(25)</sup>

	Imprese totali	Imprese femminili	Imprese femminili sul totale	Imprese totali	Imprese femminili
Agricoltura, caccia e silvicoltura	942.422	275.343	29,2%	18,3%	22,4%
Pesca, piscicoltura	11.635	1.374	11,8%	0,2%	0,1%
Estrazione di minerali	4.179	452	10,8%	0,1%	0,0%
Attività manifatturiere	638.326	127.406	20,0%	12,4%	10,4%
Produzione e distribuzione energia elettrica, gas, etc.	3.117	223	7,2%	0,1%	0,0%
Costruzioni	743.727	40.556	5,5%	14,4%	3,3%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione beni	1.424.929	388.652	27,3%	27,6%	31,6%
Alberghi e ristoranti	258.573	86.139	33,3%	5,0%	7,0%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	194.563	22.367	11,5%	3,8%	1,8%
Intermediazione monetaria e finanziaria	101.150	23.415	23,1%	2,0%	1,9%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca	542.575	131.646	24,3%	10,5%	10,7%
Pubblica amministrazione e difesa, assicurazioni sociali obbligatorie	73	9	12,3%	0,0%	0,0%
Istruzione	17.880	5.802	32,4%	0,3%	0,5%
Sanità e altri servizi sociali	23.039	9.402	40,8%	0,4%	0,8%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	225.375	109.969	48,8%	4,4%	9,0%
Servizi domestici presso famiglie	8	3	37,5%	0,0%	0,0%
Imprese non classificate	27.233	5.776	21,2%	0,5%	0,5%
<b>Totale</b>	<b>5.158.804</b>	<b>1.228.534</b>	<b>23,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

È quindi chiaro che vi sono, sia in Italia che in Piemonte, disparità nella ripartizione delle imprese femminili fra i vari settori merceologici, dovute all'esistenza di attività economiche in cui le donne trovano più facile aprire e mantenere viva un'azienda. Questo dato si può ricondurre a diversi fattori che verranno approfonditi nel capitolo dedicato all'indagine sul campo, ma si può già ipotizzare che dipenda dal bagaglio tecnico di conoscenze delle imprenditrici e dall'esistenza di barriere finanziarie più o meno impegnative.

Alla luce di quanto appena osservato, è interessante notare le eventuali differenze fra la situazione del 2006 e quella del 2003. In questi tre anni, in Piemonte, alcuni tassi di concentrazione relativi all'imprenditoria femminile in determinati settori si sono



confermati o rafforzati: nel campo dell'estrazione dei minerali, le imprese femminili si sono ulteriormente ridotte, ad esempio, del 12,5%, mentre in comparti tipicamente più femminili come l'istruzione e le attività immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca hanno vissuto incrementi rispettivamente pari al 5% e al 9%. Non mancano, poi, realtà in cui le variazioni della presenza femminile hanno ridotto le differenze rispetto alla media complessiva: diminuiscono le donne imprenditrici nell'agricoltura (-5%), mentre aumentano in comparti tradizionalmente maschili come le costruzioni (+24,2%) e i trasporti (+28%).

La dinamica a livello nazionale si presenta molto simile: se si confrontano gli andamenti dei diversi settori economici classificati dall'Istat, non vi è alcuna differenza di segno tra Piemonte e Italia. L'unico elemento di scostamento è rappresentato dall'intensità dei movimenti registrati: a livello regionale crescono con maggiore slancio comparti come le costruzioni e i trasporti (10 punti percentuale in più rispetto al totale nazionale), mentre la sanità e gli intermediari finanziari vivono una crescita più lenta rispetto alla media, nell'ordine del 4%.

### 3.6 UN SOTTOINSIEME IN FORTE CRESCITA: LAVORATRICI E IMPRENDITRICI STRANIERE

Non può mancare un cenno all'occupazione e all'imprenditoria dei residenti stranieri, che rappresentano uno dei maggiori fenomeni socio-economici degli ultimi anni.

In Piemonte, la popolazione di origine straniera ha ormai superato le 230mila unità, il 51% delle quali vive nella provincia di Torino, fortemente concentrata nel capoluogo: il 33% delle presenze straniere (poco meno di 77mila unità)<sup>(26)</sup> ha infatti stabilito qui la sua residenza. Il peso degli stranieri sulla popolazione torinese totale è cresciuto da meno del 2% nel 1995 all'8,5% attuale. Si tratta, mediamente, di individui giovani, attivi e istruiti: il 75% ha un'età compresa fra i 20 e i 65 anni, con un tasso di attività che sfiora il 74% (contro il 67% degli italiani)<sup>(27)</sup> e, nel 50% dei casi, con almeno una qualifica professionale o un titolo di istruzione superiore.

I soli lavoratori extracomunitari nel 2006 sono già 113mila, 11mila in più rispetto all'anno precedente, e pesano circa il 6,5% rispetto all'occupazione totale. Per rendersi conto della portata della crescita che si sta realizzando, basti pensare che la quota di occupazione che si è aggiunta nell'ultimo anno supera, da sola, il dato di stock di dieci anni fa, quando il totale degli occupati extracomunitari si aggirava attorno alle 10mila unità.

Questi dati sono il risultato di almeno due ordini di eventi: un intenso flusso migratorio che ha portato in Piemonte migliaia di stranieri in cerca di occupazione, e le successive leggi nazionali che hanno via via regolarizzato queste persone, facendole quindi emergere nelle statistiche.

Il lavoro rimane la prima causa che spinge gli stranieri a stabilirsi in Piemonte: nel 2006, il 65% dei permessi di soggiorno è stato rilasciato, infatti, a fini lavorativi.

Diversi indici - ad esempio quello di mascolinità<sup>(28)</sup>, che nel 1991 valeva 199 ma che ormai è sostanzialmente pari a 100 - mostrano come il fenomeno migratorio stia assumendo caratteri sempre più stabili. Se i primi arrivati erano soprattutto uomini in cerca di un lavoro dipendente, ora le donne rappresentano una parte della popolazione straniera sostanzialmente paritaria, e cominciano anch'esse a cercare un'occupazione. In Piemonte, le lavoratrici extracomunitarie sono più di 42mila, rappresentando il 37% dell'occupazione straniera totale e il 5,7% dell'occupazione femminile regionale. La crescita degli ultimi anni, anche in questo caso, è stupefacente: nel 1997, le extracomunitarie occupate in Piemonte erano poco più di un migliaio e pesavano meno del 10% sul totale della forza lavoro straniera.

<sup>(26)</sup> Dati Istat, 31 dicembre 2006.

<sup>(27)</sup> Dati Istat e Osservatorio regionale del mercato del lavoro.

<sup>(28)</sup> Questo indice misura il numero di uomini presenti ogni 100 donne. Oggi il numero di uomini e di donne stranieri in Piemonte è sostanzialmente pari, mentre nel 1991 si avevano 199 uomini ogni 100 donne di origine straniera.

Nel 2006, il loro tasso di occupazione ha raggiunto il 51,6%: pur essendo ancora inferiore a quello delle italiane (56,2%) - mentre gli uomini stranieri superano di 10 punti gli italiani (83,2 contro 72,9%) -, le donne extracomunitarie occupate o in cerca di occupazione sono in crescita. Le prime sono aumentate di 5mila unità nel 2005 (+13,5%), le seconde sono cresciute di poco meno di 800 unità. Le disoccupate extracomunitarie sono quindi 5mila, dando origine ad un tasso di disoccupazione pari al 10%<sup>(29)</sup>.

La scomposizione del numero delle lavoratrici extra-comunitarie per comparti produttivi restituisce una distribuzione che ricalca in gran parte quella osservata nel Capitolo I, ma con squilibri ulteriormente accentuati. Anche le donne extra-comunitarie si concentrano nel settore terziario (78%), preferendolo a primario (3,4%) e al secondario (18,3%).

All'interno dei servizi si segnala una particolare concentrazione nei servizi alle famiglie (ben il 44% delle occupate extra-comunitarie, contro il 5,3% delle italiane e comunitarie) e nel turismo (11% del totale contro il 4,4% del resto dell'occupazione femminile).

Una caratteristica forte dell'occupazione femminile extracomunitaria è la sua natura "dipendente". Le lavoratrici dipendenti sul totale delle occupate sono infatti il 90%, contro una media del 77,5% per le italiane e le straniere provenienti da Paesi Ue. Gli uomini extracomunitari che svolgono una professione autonoma sono leggermente più consistenti in termini relativi (il 17%), ma anch'essi si assestano su livelli inferiori alla media degli italiani e dei comunitari, tra i quali 1 su 3 è un lavoratore autonomo.

<sup>(29)</sup> Anche i dati sull'occupazione esposti in questo paragrafo sono di fonte Osservatorio regionale del mercato del lavoro.

3

*Occupati per cittadinanza, settore, comparto di attività e genere in Piemonte Anno 2006 (dati in migliaia)*

Tab. 3.1

	Extracomunitari			Italiani e comunitari (Ue 25)		
	uomini	donne	totale	uomini	donne	totale
Agricoltura	4.158	1.456	5.614	43.266	19.564	62.830
Industria	49.168	7.747	56.915	445.105	162.070	607.175
industria in senso stretto	22.665	7.538	30.202	342.769	152.154	494.923
costruzioni	26.504	209	26.713	102.336	9.916	112.252
Terziario	17.844	33.067	50.910	504.630	563.364	1.067.994
commercio	4.971	1.796	6.767	142.955	116.891	259.847
alberghi e ristoranti	3.990	4.732	8.723	30.043	33.117	63.160
trasporti e comunicazioni	2.800	252	3.052	64.162	29.046	93.207
servizi alle imprese	2.015	3.391	5.405	91.882	93.062	184.944
istruzione e sanità	495	3.764	4.259	57.728	166.134	223.862
servizi alle famiglie	2.548	18.539	21.087	9.540	39.117	48.658
altri servizi	1.025	593	1.618	108.320	85.996	194.316
<b>Totale</b>	<b>71.170</b>	<b>42.269</b>	<b>113.440</b>	<b>993.002</b>	<b>744.998</b>	<b>1.738.000</b>
Dipendenti	58.917	37.740	96.657	659.910	577.186	1.237.096
Indipendenti	12.253	4.530	16.783	333.091	167.812	500.903

Fonte: elaborazioni Osservatorio regionale del mercato del lavoro su dati Istat

Rispetto al lavoro autonomo, sia gli uomini che le donne provenienti da Paesi extra-Ue accusano, quindi, un ritardo; mentre i primi lo stanno, tuttavia, riducendo (nell'ultimo anno, ogni 10 nuovi lavoratori extracomunitari, 4 sono autonomi), le seconde rallentano la loro crescita: nel 2006 le lavoratrici autonome sono persino diminuite in valore assoluto, di quasi 1.400 unità, a dispetto di una crescita delle italiane e comunitarie che ha sfiorato le 11mila unità.

Con i ricongiungimenti familiari, l'acquisto di case, un tasso di fecondità maggiore rispetto alla popolazione storica e la crescente frequentazione degli istituti scolastici da parte dei figli, il fenomeno migratorio si radica. I lavoratori stranieri sono ora pronti a investire e promuovere le proprie attività. Gli imprenditori extracomunitari<sup>(30)</sup> in Piemonte nel 2006 sono 30mila, il 6,5% del totale regionale. Rispetto a due anni fa, sono il 29% in più.

<sup>(30)</sup> Si fa qui riferimento non alle imprese, ma alle figure imprenditoriali: titolari, soci o amministratori di impresa.

<sup>(31)</sup> Alberghi e ristoranti.

<sup>(32)</sup> Il dato relativo al peso sull'Italia non cambia se si prendono in considerazione le donne straniere, comunitarie o extracomunitarie.

In provincia di Torino, nel 2007, sui 56mila titolari di ditte individuali "giovani" (iscritte a partire dal 2000) che risultano agli elenchi camerali, 10mila sono di origine straniera (pari a poco meno del 18% del totale). Si tratta, quindi, di un fenomeno di crescita importante, che coinvolge tutti i settori produttivi ad eccezione di alcuni comparti ad alta intensità di capitale: fabbricazione di autoveicoli, macchine per ufficio, industrie tessili, etc.

I settori maggiormente rilevanti sono quelli del commercio (con 9mila imprenditori), delle costruzioni (8.300) e del turismo<sup>(31)</sup> (1.800), che negli ultimi 3 anni sono cresciuti rispettivamente secondo tassi del 33%, del 50% e del 25%.

Nel 2006, le imprenditrici di origine straniera in Piemonte sono 8.200, il 4,5% del totale. Se si considerano soltanto le extracomunitarie (5.800), si può affermare che vi è una donna ogni 5 imprenditori provenienti da Paesi extra-Ue. Confrontando il numero di imprenditrici straniere<sup>(32)</sup> presenti in Piemonte con il resto d'Italia, si ritrova ancora lo stesso 8% che caratterizza il peso del Piemonte per tutte le grandezze economiche precedentemente viste (occupazione femminile, Pil, imprese femminili). Il Piemonte è la sesta regione per numero di imprenditrici straniere dopo Lombardia, Toscana, Veneto, Lazio ed Emilia Romagna, come si osserva nella tabella 3.L.

All'interno del territorio regionale, queste 5.800 imprenditrici si distribuiscono nelle diverse province in maniera sostanzialmente analoga alle italiane. Solo Torino fa eccezione perché, mentre è sede di metà delle imprenditrici (straniere e non) di tutta la regione, raggiunge livelli di concentrazione ancora superiori se si considerano solo quelle non italiane, di origine comunitaria (il 53,6%) o extra-Ue (60%).

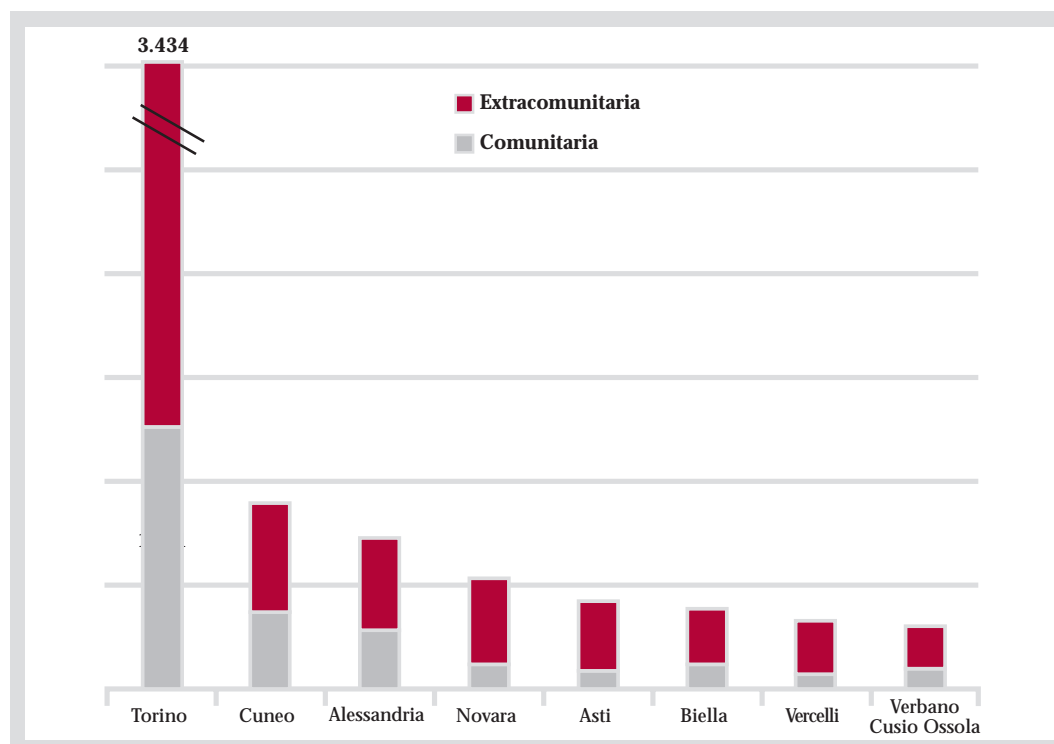
Per quanto riguarda, infine, i settori produttivi, un'extracomunitaria su tre è attiva nel commercio (il 35% sul totale delle imprenditrici extra-Ue). Gli unici altri due settori in cui è presente una concentrazione maggiore rispetto all'universo imprenditoriale femminile complessivo sono il turismo e i trasporti.

I settori in cui le imprenditrici extracomunitarie sono relativamente ancora poco presenti sono, invece, l'agricoltura e le attività immobiliari, il noleggio, l'informatica e la ricerca. La distribuzione delle straniere provenienti da Paesi Ue è invece del tutto simile a quella del resto dell'universo analizzato.

Tab. 3.L *Imprenditrici per cittadinanza e regione di residenza in Italia Anno 2006*

	Comunitaria	Extracomunitaria	Italiana	Non classificata	Totale
Lombardia	4.775	13.951	331.308	5.420	355.454
Toscana	2.764	7.273	149.655	316	160.008
Veneto	2.266	6.898	174.919	2.472	186.555
Lazio	2.186	6.464	131.220	210	140.080
Emilia Romagna	2.553	6.406	176.493	557	186.009
Piemonte	2.391	5.819	183.444	630	192.284
Campania	1.968	5.135	177.040	756	184.899
Sicilia	2.153	3.328	128.181	669	134.331
Abruzzo	1.099	2.809	49.370	187	53.465
Friuli Venezia Giulia	1.109	2.609	41.775	118	45.611
Marche	1.014	2.514	61.404	85	65.017
Liguria	1.120	2.265	62.324	709	66.418
Puglia	1.285	2.203	103.447	986	107.921
Calabria	700	1.717	48.565	384	51.366
Umbria	757	1.237	35.843	360	38.197
Trentino Alto Adige	1.260	905	35.882	261	38.308
Sardegna	916	904	52.497	229	54.546
Molise	292	452	12.725	39	13.508
Basilicata	194	430	20.439	12	21.075
Valle d'Aosta	99	147	6.090	19	6.355
<b>Totale</b>	<b>30.901</b>	<b>73.466</b>	<b>1.982.621</b>	<b>14.419</b>	<b>2.101.407</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Figura 3.4 *Imprenditrici per cittadinanza e provincia di residenza in Piemonte*<sup>(33)</sup> Anno 2006

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

<sup>(33)</sup> I dati riguardanti la provincia di Torino sono riportati fedelmente, ma raffigurati "tagliati" essendo fuori scala rispetto alle altre province.

3

Tab. 3.M

*Imprenditrici per cittadinanza e settore di attività in Piemonte Anno 2006*

	Comunitaria	Extracomun.	Scomposiz. extracomun.	Italiana	Totale	Scomposiz. % totale
Agricoltura	195	269	4,6%	22.603	23.072	12,0%
Pesca	0	1	0,0%	17	18	0,0%
Estrazione di minerali	1	2	0,0%	160	166	0,1%
Attività manifatturiere	270	682	11,7%	22.452	23.534	12,2%
Produzione e distribuzione energia elettrica, gas e acqua	2	3	0,1%	222	227	0,1%
Costruzioni	92	230	4,0%	6.570	6.934	3,6%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione beni	548	2.044	35,1%	45.924	48.670	25,3%
Alberghi e ristoranti	241	702	12,1%	13.858	14.837	7,7%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	84	269	4,6%	3.422	3.782	2,0%
Intermediazione monetaria e finanziaria	36	79	1,4%	4.100	4.232	2,2%
Attività immobiliare, noleggio, informatica, ricerca	654	1.015	17,4%	45.809	47.684	24,8%
Pubblica amministrazione e difesa, assicurazione sociale obbligatoria	0	0	0,0%	2	2	0,0%
Istruzione	33	36	0,6%	1.088	1.159	0,6%
Sanità e altri servizi sociali	33	88	1,5%	1.829	1.954	1,0%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	183	349	6,0%	14.088	14.639	7,6%
Imprese non classificate	19	50	0,9%	1.300	1.374	0,7%
<b>Totale</b>	<b>2.391</b>	<b>5.819</b>	<b>100,0%</b>	<b>183.444</b>	<b>192.284</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Si segnala, infine, che, viste le caratteristiche dell'imprenditoria femminile (aziende che, in maggioranza, contano meno di 5 dipendenti e fatturano meno di 200mila euro), il tema dell'internazionalizzazione non è stato ritenuto un argomento da analizzare in maniera approfondita. Non a caso, alla domanda "Se dipendesse da lei, che tipo di finanziamenti promuoverebbe?" solo 2 imprenditrici su 485 hanno segnalato i finanziamenti per l'internazionalizzazione (erano consentite fino a tre risposte).



# 4

## LE IMPRENDITRICI CRESCONO, SI STRUTTURANO E HANNO SUCCESSO

### 4.1 LA STRUTTURA DEL QUESTIONARIO E IL CAMPIONE INTERVISTATO

Giunto alla sua seconda edizione, l'Osservatorio sull'imprenditoria femminile in Piemonte riprende le mosse dai dati emersi nella prima ricerca del 2004-2005, permettendo così di evidenziare cambiamenti strutturali o variazioni intercorse negli ultimi tre anni.

Il nuovo questionario si è articolato in due sezioni, per un totale di 25 domande. La prima parte è incentrata sul percorso che ha portato l'imprenditrice a dare il via alla propria attività: dalle motivazioni alle prime problematiche, passando per la pianificazione ex ante. Nella seconda, si è chiesto alle intervistate di formulare un giudizio complessivo sulla loro esperienza e sulla propria azienda in particolare, prendendone in esame i principali punti di forza.

Lo scopo del questionario non è stato solo quello di conoscere i soggetti e la loro attività, ma anche di ricavare indicazioni utili e concrete per le politiche di sostegno pubbliche. Uno dei temi cardine è quello della conciliazione fra famiglia e lavoro, partendo dall'analisi del profilo dell'imprenditrice stessa. Inoltre, anche quest'anno ci si è focalizzati sulla formazione dell'imprenditrice, intesa non soltanto come background ma anche come strumento di aggiornamento delle conoscenze tramite la formazione continua, misurandone l'utilizzo e rilevando le preferenze in termini di temi proposti da strutture pubbliche e private.

Si è anche chiesto alle intervistate di indicare gli strumenti più adatti a risolvere le problematiche incontrate in un particolare momento della vita dell'impresa e di specificare quali sostegni potrebbero costituire un impulso allo sviluppo. A questo riguardo, uno dei focus principali si è incentrato sull'esigenza di accedere al credito.

Le risposte al questionario sono state poi arricchite con i dati delle strutture pubbliche, in modo da rendere più snella e qualitativamente migliore l'intervista, e allo stesso tempo non disperdere il patrimonio di informazioni già acquisite. Accostare i due set di dati ha permesso di incrociare le risposte raccolte tramite il questionario con variabili quali la provincia di provenienza, la natura giuridica dell'impresa, il settore merceologico o la data di inizio dell'attività. Si sono così delineati alcuni profili, articolando la lettura dei dati in base a contesti territoriali, giuridici, merceologici e anagrafici diversi.

Per ottenere tale risultato è stato necessario prendere alcuni accorgimenti, durante le fasi di progettazione dell'inchiesta e di campionamento. Nell'ambito di una rilevazione casuale delle imprese intervistate telefonicamente, sono state infatti fissate varie quote minime in modo da garantire la rappresentatività di soggetti o categorie numericamente più deboli, i quali sarebbero stati, altrimenti, scarsamente visibili. Infine, poiché dividere il campione nei settori produttivi che l'Istat propone sarebbe stato dispersivo, si è optato per un raggruppamento in quattro macro-categorie: agricoltura e pesca, industria, commercio e settore alberghiero, altri servizi (alla persona, alle imprese, etc.)<sup>(1)</sup>.

*<sup>(1)</sup> Per il dettaglio del raggruppamento proposto si veda l'allegato in appendice A2.*

## 4.2 IL PROFILO DELLE INTERVISTATE

Il primo dato che emerge dall'indagine è che il 60% delle intervistate ha figli minori a carico: tre anni fa questa percentuale si fermava al 40%, mentre oggi più di 1 imprenditrice su 2 dedica almeno una parte della propria giornata a figli minori. Si tratta di un'informazione fondamentale, che indica non solo un allargamento della base dell'imprenditoria femminile, ma anche un allineamento del Piemonte alle regioni europee dove, negli ultimi anni, si è più volte riscontrata una correlazione positiva fra l'aumento della fertilità e quello del tasso di occupazione tra le donne. Peraltro, tale dato si pone in linea non soltanto con l'ampliamento dell'occupazione femminile piemontese - in particolar modo di quella autonoma - ma anche con il recupero di fertilità registrato negli ultimi anni sia a livello nazionale che regionale.

Ad un crescente numero di mamme imprenditrici non corrisponde, però, un'analogo aumento nella fruizione di servizi pubblici o privati di baby-sitting, asili o scuole materne: meno del 10% ricorre a servizi di questo genere. Questa apparente contraddizione può essere in effetti la spia di due tendenze: innanzitutto, sebbene i figli delle imprenditrici siano minorenni, buona parte di essi è già sostanzialmente autonoma<sup>(2)</sup>; in secondo luogo,

*<sup>(2)</sup> Ovvero non necessita di particolari cure o assistenza ausiliaria: si pensi ai figli agli ultimi anni delle scuole medie o già iscritti alle superiori.*

si fa ampiamente ricorso all'aiuto dei nonni o di altri parenti. La conferma alla prima ipotesi viene dall'analisi delle età delle rispondenti che dedicano una parte della giornata alla cura dei figli (e del nucleo familiare allargato): la media si attesta attorno ai 48 anni. Nella fascia d'età dai 38 ai 57 anni si colloca ben il 60% delle madri, che diventano il 75% se si allarga il range fino a comprendere le 60enni; parallelamente, meno di 1 su 5 è sotto i 38 anni. Tale stratificazione per età pare verificare l'ipotesi precedente: è infatti sufficiente metterla in relazione con l'età media alla quale, in Italia, si ha il primo figlio (pari a 29 anni nel 2003, mentre prima degli anni Novanta era intorno ai 25 anni) e con il numero medio di figli per donna (1,25 nel 2001, contro l'1,60 del 1981). La maggior parte delle imprenditrici, dunque, ha sì figli minorenni, ma abbastanza grandi da non richiedere un elevato investimento in termini di ore di cura.

La conferma alla seconda ipotesi sull'assistenza fornita dai nonni si può invece trovare nelle risposte alla domanda "A quali persone del suo nucleo familiare (anche allargato) dedica una parte della sua giornata tipo?", riportate nella tabella 4.A: meno di 6 imprenditrici su 100 si devono occupare della cura di anziani, segno che gran parte delle rispondenti ha genitori autosufficienti che, almeno potenzialmente, sono in grado di prendersi cura dei nipoti.

*A quali persone del suo nucleo familiare (anche allargato) dedica una parte della sua giornata tipo?*

Tab 4.A

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Figli minori	300	57,9%
Anziani o disabili	28	5,4%
Marito o convivente	251	48,5%
Nipoti	5	1,0%
Nessuno	113	21,8%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>

Almeno la metà delle imprenditrici convive o è sposata felicemente: sono infatti solo 4 le imprenditrici (su 518) che segnalano un deterioramento del rapporto di coppia a causa della propria attività.

Un'altra dinamica positiva registrata in questi tre anni riguarda l'aumento della scolarità media delle imprenditrici, e l'attenzione crescente che esse dimostrano nei confronti della formazione continua. Il numero di coloro che possiedono almeno un diploma di scuola superiore è aumentato di 3 punti percentuale rispetto al 2004, arrivando a sfiorare il 60% del campione. Essendosi poi aggiunto un ulteriore 4% di donne in possesso di qualifica professionale, nel complesso si ha un 7% in più di imprenditrici con un titolo di studio superiore alla licenza media rispetto a tre anni fa. Questa dinamica non stupisce per almeno due ordini di ragioni: il continuo e deciso aumento della scolarità media in Piemonte, in particolare di quella femminile, e il fatto che l'incremento registrato è avvenuto grazie alle nuove generazioni, che presentano tassi di scolarità considerevolmente migliori rispetto al passato. Via via che si affacciano al mondo dell'imprenditoria donne giovani, è inevitabile che il peso delle diplomate o laureate cresca.

<sup>(3)</sup> Le somme per colonna possono risultare non perfettamente uguali a 100 a causa di approssimazioni al primo numero decimale.

Tab 4.B

*Qual è il suo titolo di studio?<sup>(3)</sup>*

	2007		2004
	valori assoluti	% delle rispondenti	% delle rispondenti
Titolo post laurea (master, dottorato, etc.)	1	0,2%	0,1%
Laurea	40	7,8%	10,4%
Diploma di scuola superiore	256	49,6%	44,1%
Qualifica professionale	21	4,1%	n.r. <sup>(4)</sup>
Scuola media, elementare o inferiore	198	38,4%	45,3%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>516</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

<sup>(4)</sup> Non rilevato nella precedente indagine.

Dal questionario emerge anche come le donne imprenditrici siano soggetti attivi anche fuori dell'attività imprenditoriale: la metà di loro è iscritta a un'associazione di categoria, e di queste la quasi totalità partecipa alle attività proposte, usufruendo dei servizi messi a disposizione.

Il dato appare ancor più incoraggiante se lo si confronta con quello relativo al 2004, quando oltre il 60% non aveva mai frequentato associazioni di categoria.

Tab 4.C

Per la sua attività frequenta un'associazione di categoria?

	2007		2004
	valori assoluti	% delle rispondenti	% delle rispondenti
Iscritta e partecipa/utilizza i servizi	221	43,0%	8,5%
Partecipa/utilizza i servizi sporadicamente	26	5,1%	28,7%
Solo per aprire/avviare l'attività	4	0,8%	1,2%
Mai stata iscritta	263	51,2%	61,6%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>514</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### 4.3 LA MOLLA PER INIZIARE: IL DESIDERIO DI AUTOAFFERMAZIONE

Una delle prime domande a cui si è cercato di dare risposta riguarda la motivazione che spinge le donne, occupate o meno, a intraprendere l'attività imprenditoriale.

La figura 4.1 illustra come quasi 1 rispondente su 2 abbia scelto di mettersi in proprio per la volontà di passare a un lavoro indipendente, in linea con la tendenza già osservata nelle statistiche dell'Istat.

In Piemonte, nell'ultimo decennio, le lavoratrici autonome sono aumentate non solo in valore assoluto ma anche in relazione all'occupazione totale, guadagnando 2 punti percentuale. Non a caso, se si incrociano le risposte del questionario con la data di inizio attività dell'impresa, la motivazione "passare a un lavoro indipendente" cresce proporzionalmente all'anno di iscrizione al Registro imprese: le unità nate dal 2000 in poi presentano percentuali superiori al 52%, mentre quelle meno recenti non superano mai il 45%.

Pesando le diverse risposte, il desiderio di autonomia prevale nettamente sia sull'incentivo economico (15,1%), sia sulla volontà di realizzare un'idea (23,5%), sia su quella di continuare l'attività familiare (24,7%). Rispetto a tre anni fa si notano numerose differenze: nel 2004, la volontà di veder realizzata un'idea imprenditoriale superava la voglia di indipendenza, mentre ad inserirsi nel solco dell'attività familiare era più di 1 imprenditrice su 3.

Questa constatazione rappresenta un segnale di dinamicità: la base imprenditoriale si sta allargando a soggetti che non hanno una tradizione familiare alle spalle.

Un'altra tendenza, coerente con questi risultati e già osservata nella scorsa edizione, è quella che vede gli imprenditori di seconda generazione innovare il prodotto, o l'attività in genere, una volta assunta la direzione dell'azienda di famiglia.

Ancora una nota positiva è costituita dalla spinta rappresentata dal corso di studi e dalla formazione: il 6% delle intervistate ha dato questa risposta e, sebbene tale valore possa apparire limitato, occorre tenere conto del fatto che la stessa percentuale, tre anni fa, era praticamente nulla. È raddoppiata, poi, la quota di coloro che sono spinte dal desiderio (o dalla necessità) di migliorare le proprie condizioni economiche: nel 2004 era pari all'8% appena.

### 4.4 LA FAMIGLIA DELLE IMPRENDITRICI SI ALLARGA

A conferma di quanto osservato nel paragrafo precedente a proposito dell'allargamento del bacino imprenditoriale a nuovi strati di popolazione, le risposte alla domanda riguardante l'origine dell'impresa indicano che meno di 1 imprenditrice su 5 ha ereditato la propria attività, contro il 31% di tre anni fa.





Figura 4.1 Perché si è messa in proprio? (risposte multiple, % sulle 518 rispondenti)

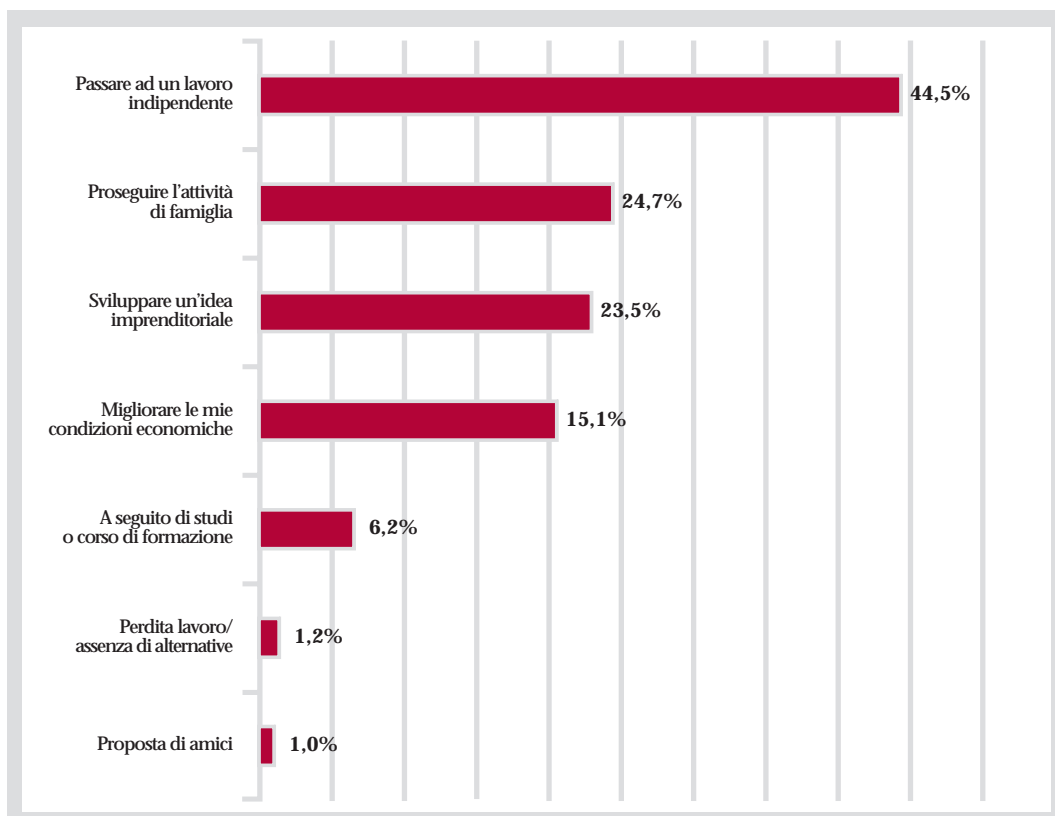
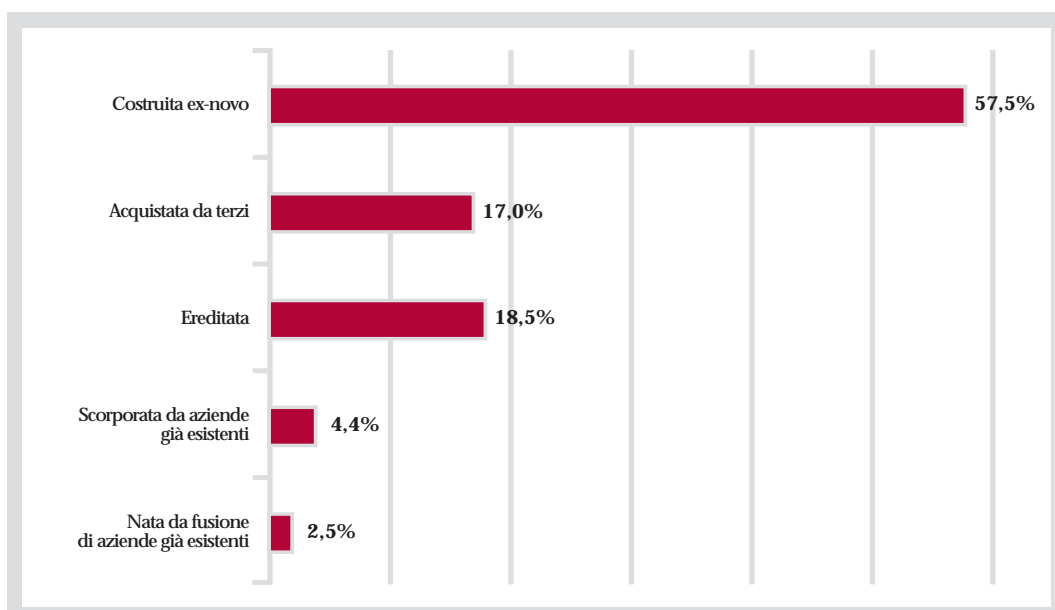


Figura 4.2 La sua impresa è stata... (1 sola risposta, % sulle 518 rispondenti)



Questa tendenza è confermata dalla scomposizione delle risposte per anno di nascita delle imprese: fra le 151 aziende fondate dal 2000 in poi, solo 16 sono state ereditate. Parallelamente, cresce la quota delle start up, dal 43% del 2004 all'attuale 57,5%.

Si riduce dal 21 al 17% l'acquisto di attività da terzi, mentre aumenta leggermente la percentuale di società scorporate da aziende già esistenti (il 4,4% contro il 3,5% del 2004, ma l'ampiezza di quest'ultima dinamica è in gran parte nascosta dal dato di stock: in realtà, delle 23 aziende spin off, ben 11 sono nate dopo il 1999).

Il fenomeno delle fusioni aziendali si limita ancora a soli 13 casi su 518, e sembrerebbe interessare le realtà con almeno una quindicina d'anni di storia alle spalle: ditte mature, quindi, che per crescere si fondono con altre.

Scendendo nel dettaglio degli altri profili, si ha la conferma di quanto anticipato nello scorso capitolo: il modo più semplice per entrare nel mercato è costituire un'impresa individuale (2 imprese nate ex novo su 5 hanno scelto questa opzione).

Tab. 4.D

*La sua impresa è stata... (scomposizione delle risposte fatto 100 il totale di ogni provincia)*

	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Verbano Cusio Ossola	Vercelli	Totale
Costituita ex novo	37,8%	40,0%	49,1%	68,5%	53,7%	61,8%	68,1%	58,8%	57,5%
Acquistata da terzi	8,1%	5,7%	30,2%	13,0%	16,7%	16,7%	14,9%	29,4%	17,0%
Ereditata	43,2%	48,6%	7,5%	11,1%	25,9%	16,7%	4,3%	8,8%	18,5%
Scorporata da aziende già esistenti (spin off)	2,7%	0,0%	11,3%	1,9%	0,0%	3,9%	12,8%	2,9%	4,4%
Nata dalla fusione di aziende già esistenti	8,1%	5,7%	1,9%	5,6%	3,7%	1,0%	0,0%	0,0%	2,5%
Altro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Le province piemontesi presentano situazioni molto diverse fra loro. Cuneo e il Verbano Cusio Ossola detengono il record di imprese femminili fondate ex novo, sfiorando il 70% del totale provinciale. All'opposto, ad Alessandria e Asti più di 2 imprese su 5 sono state ereditate, mentre Biella e Vercelli si distinguono per percentuale di aziende acquistate sul totale (quasi 1 su 3). Ancora il Verbano Cusio Ossola detiene il primato delle ditte nate dallo scorporo di realtà già esistenti (circa il 13%, quasi il triplo rispetto alla media regionale). Le fusioni si realizzano, infine, soprattutto ad Alessandria (8%), Asti e Cuneo (rispettivamente 5,7% e 5,6%).

I dati appena osservati sono in gran parte influenzati dalle caratteristiche merceologiche delle aziende: è chiaro, quindi, che ogni provincia mostrerà peculiarità diverse a seconda o dei settori produttivi più rilevanti. Le aziende agricole sono, per la maggior parte, ereditate (il 54,3% dei casi), mentre nel comparto manifatturiero e industriale si comincia generalmente ex novo (il 71,6% dei casi); infine, il commercio e i servizi sono i comparti in cui avvengono i maggiori acquisti (1 su 4).

#### 4.5 UN INIZIO "IMPULSIVO": QUATTRO IMPRENDITRICI SU CINQUE NON COMPIONO ALCUNA ANALISI EX ANTE

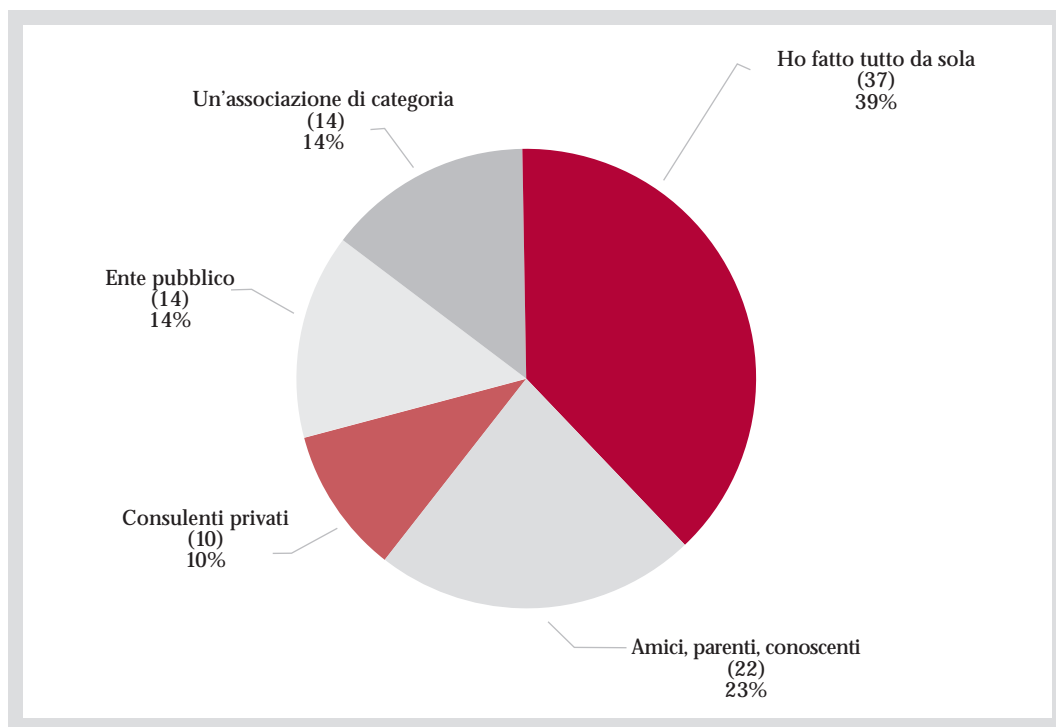
Si è già sottolineato come l'esigenza di iniziare un'attività autonoma prevalga su quella di sviluppare una propria idea imprenditoriale. A questa informazione se ne aggiunge un'altra: la maggior parte delle imprenditrici (l'82% del campione) non compie alcuna analisi del mercato o delle proprie capacità<sup>(5)</sup> prima di dare vita al progetto e, anche quando lo fa, in 2 casi su 5 si affida principalmente alle proprie conoscenze oppure, in quasi un quarto dei casi, chiede aiuto semplicemente ad amici, parenti o conoscenti.

<sup>(5)</sup> La domanda è stata così formulata: "Prima di iniziare la sua attività, ha effettuato una valutazione delle sue capacità professionali e un'analisi del mercato?".



Figura 4.3

*A chi si è rivolta per l'analisi di mercato prima di iniziare l'attività?  
(valori assoluti e % sulle 97 rispondenti che hanno svolto l'analisi)*



La sfera della consulenza che potremmo definire “di prossimità” (composta da amici, parenti e familiari) è predominante rispetto alle altre: fanno ricorso a consulenti privati o pubblici (enti pubblici e associazioni di categoria) soltanto 2 neo-imprenditrici su 5, quota che scende ad appena il 7,3% se si considera il dato in rapporto alla totalità del campione intervistato, includendo anche coloro che non hanno compiuto alcuna analisi. L'ostacolo non sembra essere la scarsa conoscenza delle strutture o di figure professionali che possono fornire un supporto (solo 3 rispondenti su 518 hanno infatti segnalato questa difficoltà), quanto la limitata sensibilità ex ante rispetto a una pianificazione dell'attività. La scarsa analiticità con cui è affrontata la fase precedente al varo dell'impresa accomuna in maniera omogenea tutta la regione, senza difformità rilevanti fra le singole province.

La situazione è comunque migliorata rispetto al 2004, quando si rivolgeva a consulenti, enti e associazioni di categoria solo il 3,2% del campione, meno della metà di oggi. Gli sforzi delle associazioni di categoria e degli enti pubblici sono quindi stati ripagati: le società nate dal 2000 in poi consultano queste strutture prime di iniziare l'attività in 12 casi su 100, percentuale che arriva al 50% se si restringe l'osservazione a coloro che svolgono uno studio preliminare.

Il dato generale resta tuttavia limitato, se si considerano insieme anche l'alto numero di ditte individuali, nelle quali non si può fare affidamento sull'esperienza o sulle competenze dei soci, e di imprese nate ex novo, senza familiari o altre figure che conoscano il funzionamento della ditta, le caratteristiche del mercato e le relative conoscenze indispensabili ad affrontarlo.

#### 4.6 GLI OSTACOLI DA SUPERARE: BUROCRAZIA, REPERIMENTO DEL CAPITALE E CONCILIAZIONE

Se la preparazione ex ante è generalmente scarsa, purtroppo non si può dire lo stesso delle difficoltà incontrate al momento di avviare l'attività. La quota di imprenditrici che non hanno incontrato alcun ostacolo si riduce al 18% sul totale delle 499 rispondenti. Per le altre 408, le complicazioni maggiori sono rappresentate dalla burocrazia, che attanaglia quasi 1 intervistata su 2, e dal reperimento del capitale, problema che coinvolge quasi un quarto dell'intero campione.

È importante rilevare come anche la sfera personale si presenti sostanzialmente al secondo posto tra gli ostacoli, con sole 3 risposte in meno rispetto al reperimento dei capitali: si può dire che la conciliazione tra i diversi ambiti in cui le imprenditrici sono impegnate ha un peso equivalente a una questione cardinale quale il finanziamento dell'attività.

4

*Quali difficoltà ha incontrato nell'avviamento della sua attività?  
(risposte multiple)*

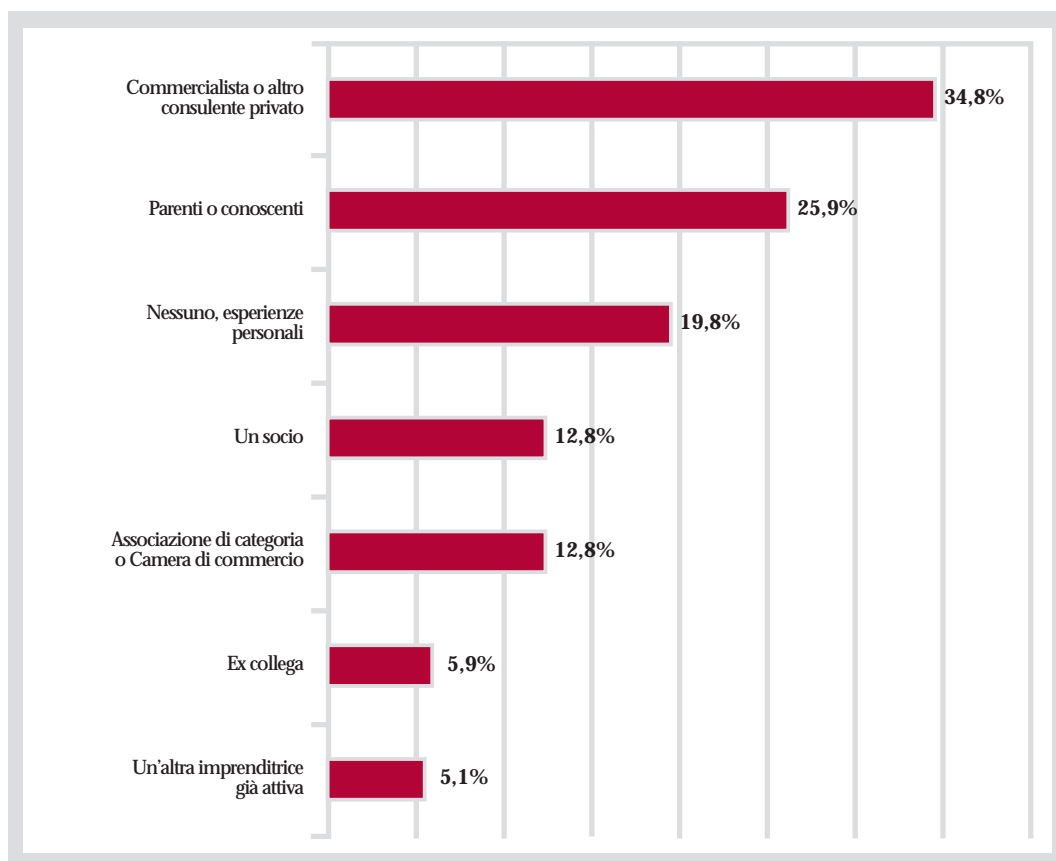
Tab 4.E

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sul totale del campione che incontra difficoltà
Complessità burocratiche	172	34,5%	42,2%
Reperimento del capitale	118	23,6%	28,9%
Conciliazione del lavoro con le esigenze familiari	115	23,0%	28,2%
Resistenze dell'ambiente circostante (amici, familiari, parenti, etc.)	60	12,0%	14,7%
Nella gestione dell'impresa	52	10,4%	12,7%
Poca conoscenza del mercato (reperimento clienti, fornitori, comunicazione)	16	3,2%	3,9%
Nel trovare soci	11	2,2%	2,7%
Reperimento dei locali per svolgere attività	3	0,6%	0,7%
Nessuna difficoltà	91	18,2%	
<b>Totale rispondenti</b>	<b>408</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Sono meno pressanti, invece, tematiche quali la gestione dell'impresa o la conoscenza del mercato: quindi, sebbene le problematiche di tipo burocratico e finanziario si amplifichino, si conferma l'ordine delle difficoltà riscontrate nella precedente edizione. Dopo aver incontrato i primi ostacoli lungo il percorso imprenditoriale, le intervistate iniziano a cambiare interlocutori e a rivolgersi sempre più spesso a soggetti esterni per ottenere consigli. La percentuale delle autodidatte scende sotto il 20%, mentre la figura del consulente privato diventa di primaria importanza per affrontare quelle faccende di carattere burocratico con le quali si scontra un gran numero di imprenditrici. L'influenza della sfera della consulenza "di prossimità" continua ad essere rilevante per 1 imprenditrice su 4, ma aumenta sensibilmente l'attenzione per le associazioni di categoria o Camere di commercio, con il 12,8%.

Da segnalare anche l'importanza che assume la figura del socio (12,8%) e il fenomeno emergente dell'appoggio da parte di un'altra imprenditrice o collega, al quale peraltro si ispirano progetti come il mentoring promosso dalla Regione Piemonte e da Unioncamere Piemonte.

Figura 4.4 *I consigli di quali soggetti si sono rivelati particolarmente utili nei primi 18 mesi della sua attività? (risposte multiple, % sulle 506 rispondenti)*



## 4.7 LA FORMAZIONE

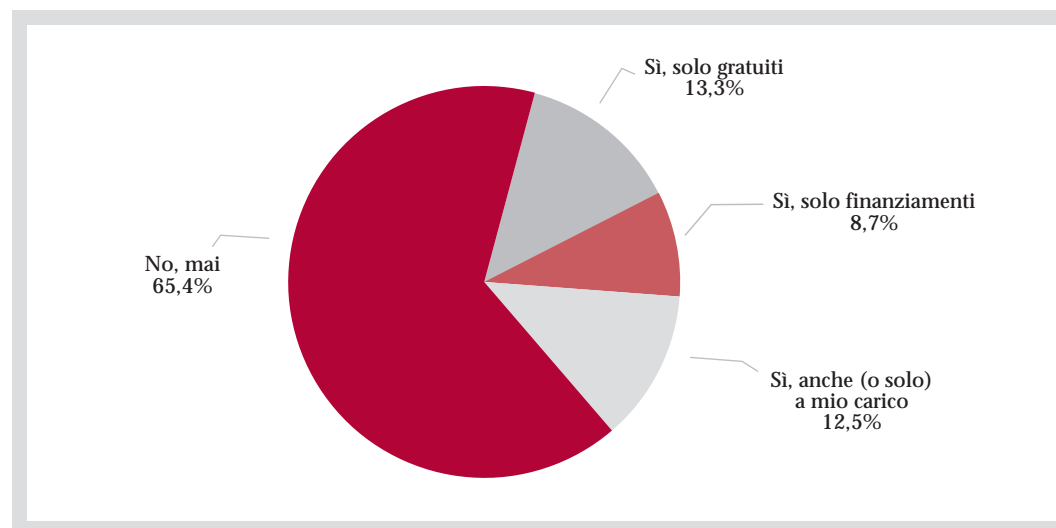
Se le imprenditrici reagiscono alle prime difficoltà attivando diversi canali e ricorrendo anche a quelli sottovalutati prima dell'avvio dell'attività, un'altra risorsa alla quale attinge un numero crescente di soggetti è la formazione permanente, per aggiornare o rafforzare le proprie conoscenze. Un'imprenditrice su 3 dichiara, infatti, di aver seguito corsi di formazione negli ultimi tre anni: un dato ancor più positivo se si considera che, nel 2004, era solo 1 intervistata su 5 ad aver frequentato questo tipo di corsi.

Approfondendo l'analisi, si evidenzia come le imprenditrici più assidue nella frequentazione di corsi di formazione siano quelle la cui ditta è nata negli anni Novanta, con oltre il 40% del campione che risponde affermativamente alla domanda. Una possibile interpretazione può essere legata al fatto che coloro che hanno avviato un'azienda nel corso degli anni Novanta, quando l'imprenditoria ha iniziato ad accogliere strati di popolazione sempre più istruiti, iniziano a sentire, dopo 10 o 15 anni, l'esigenza di aggiornare o ampliare le proprie conoscenze.

Le società più sensibili alla formazione sembrano le cooperative (3 su 4 hanno frequentato corsi negli ultimi tre anni), seguite dalle società di capitali (poco meno di 1 su 2), dalle società di persone (1 su 3) e, in ultima posizione, dalle ditte individuali (solamente 1 su 4). Vi è dunque una correlazione fra l'investimento in formazione e la forma giuridica: le società che si basano su una sola persona hanno evidentemente maggiori difficoltà a trovare il tempo per attività non strettamente legate al mestiere. Non esiste invece alcun rapporto tra la forma giuridica e la scelta fra corsi sovvenzionati (totalmente o in parte) oppure a carico dell'impresa, ad eccezione delle società di capitali, che in almeno 1 caso su 2 sembrano iscriversi solo a corsi gratuiti.

*Negli ultimi tre anni lei o il personale della sua impresa ha frequentato corsi di formazione durati almeno qualche settimana? (1 sola risposta, % sulle 518 rispondenti)*

Figura 4.5



Vi è un ulteriore sintomo dell'accresciuta sensibilità per la formazione intesa come strumento d'impresa. Nel 2004 era stato già proposto alle intervistate un catalogo di possibili corsi di formazione, chiedendo loro di scegliere le materie che avrebbero voluto approfondire, e si erano riscontrate non poche difficoltà nell'individuare specifiche aree di interesse in tal senso; una domanda ad hoc aveva poi rivelato come poco meno di 2 imprenditrici su 3 mostrassero un interesse scarso nei confronti della formazione in quanto tale. Oggi questa quota si è ridotta a due rispondenti su cinque: la parte restante vorrebbe partecipare a corsi di marketing, comunicazione, materie tecniche che riguardano il mestiere intrapreso o di utilità trasversale (informatica, ragioneria, lingue). Appare ancora poco sentita l'esigenza di apprendere nozioni più in ambiti quali la gestione del personale, la sicurezza, l'ambiente, la qualità e la finanza, nessuno dei quali attira più di 1 imprenditrice su 10.

*Immagini di avere davanti a sé un catalogo di corsi di formazione: quali riterrebbe più adatti per sé o per il personale della sua impresa? (% delle rispondenti che esprimono almeno una preferenza)*

Tab. 4.F

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Comunicazione e marketing	84	26,9%
Formazione tecnica	83	26,6%
Informatica	79	25,3%
Ragioneria e contabilità	73	23,4%
Lingue estere	66	21,2%
Gestione del personale	29	9,3%
Sicurezza	26	8,3%
Ambiente	25	8,0%
Qualità	22	7,1%
Finanza	19	6,1%
<b>Totale rispondenti che esprimono (almeno) una preferenza</b>	<b>312</b>	<b>100%</b>
Non ne sento il bisogno (neppure di altre materie)	197	38,7% del campione totale

<sup>(6)</sup> Secondo la nuova classificazione europea, le micro imprese sono quelle che non superano i 10 addetti e i 2 milioni di euro di fatturato, mentre le piccole imprese sono quelle che non superano i 50 addetti e i 10 milioni di euro.

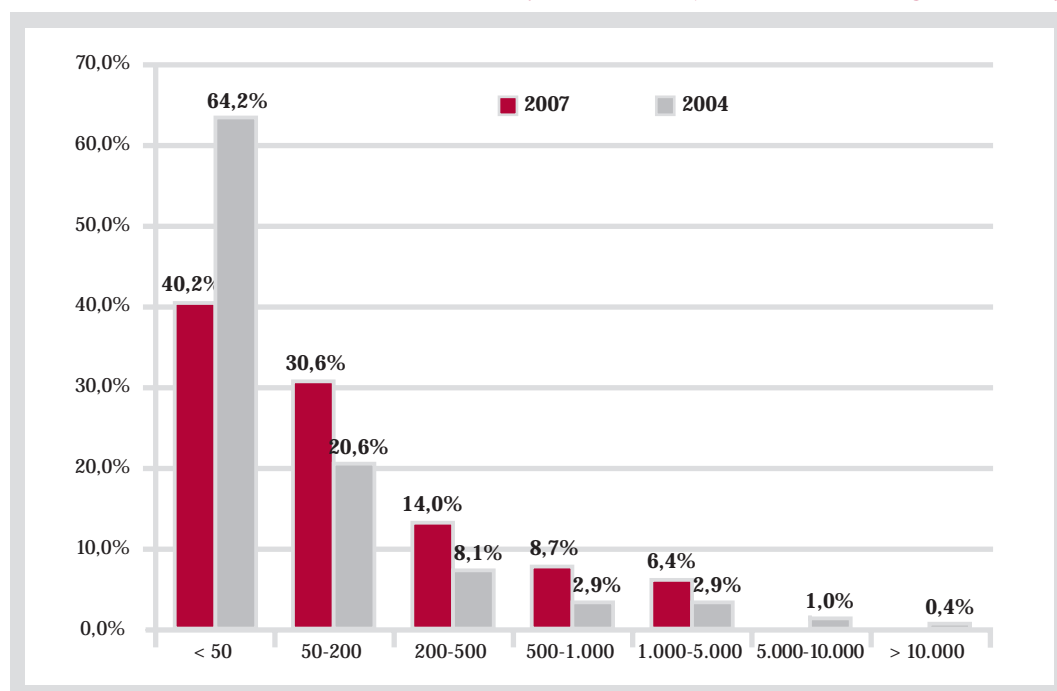
#### 4.8 IL PROFILO DELLE IMPRENDITRICI: PICCOLE, SODDISFATTE, DI SUCCESSO

Dopo aver visto come le imprese femminili nascono e affrontano le prime difficoltà, se ne studierà ora il profilo, i punti di forza e i risultati, per individuare i maggiori ostacoli al loro sviluppo e il modo migliore per superarli.

Le domande in merito al dimensionamento delle imprese restituiscono un quadro coerente con quanto osservato nel capitolo precedente: le imprese femminili sono per la stragrande maggioranza piccole, quando non "micro", in termini sia di fatturato che di occupazione<sup>(6)</sup>. Il 70,8% delle imprese che hanno risposto alla domanda indicano un fatturato annuo che non supera i 200mila euro; l'84,8% non supera il mezzo milione, e nessuna impresa fattura più di 5 milioni di euro.

Figura 4.6

*Qual è il fatturato della sua attività?  
(% sulle 343 rispondenti, dati in migliaia di euro)*



Tale distribuzione rappresenta un notevole miglioramento rispetto al 2004, quando la scomposizione del campione era marcatamente più sbilanciata su valori inferiori: solo il 15,3% delle imprese (contro il 29,1% attuale) superava i 200mila euro di fatturato, e non più del 7,2% aveva un giro d'affari superiore al mezzo milione (contro il 15,1% del 2007). Anche i dati relativi al numero di occupati confermano la medesima tendenza: circa il 90% delle imprese impiega meno di 10 addetti (fra dipendenti, collaboratori, soci, etc.), e solo 12 su 503 rispondenti danno lavoro a più di 50 persone. Anche in questo caso, la crescita rispetto al 2004 è sensibile, in particolare per quanto riguarda le classi di minori dimensioni: l'occupazione è aumentata, infatti, soprattutto nelle micro e piccole imprese. Le aziende che impiegano da 6 a 10 persone sono quasi raddoppiate (sul totale dei rispondenti), così come quelle che contano più di 10 lavoratori: attualmente pesano il 9% del totale, contro il 4% rilevato nel 2004.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione, trattandosi in maggioranza di aziende con meno di 5 dipendenti o collaboratori e un fatturato sotto i 200mila euro, non è stato

ritenuto un tema da analizzare in maniera approfondita. Alla domanda "Se dipendesse da lei che tipo di finanziamenti promuoverebbe?" (che consentiva fino a 3 risposte), solo 2 imprenditrici su 485 hanno infatti segnalato i finanziamenti per l'internazionalizzazione.

Tab 4.G *Quanti addetti lavorano nella sua azienda, lei compresa (tra dipendenti, collaboratori, soci, etc.)? (% sulle 503 rispondenti)*

	2007	2004
1 - 5	81,7%	91,0%
6 - 10	9,1%	5,0%
11 - 20	5,0%	2,4%
21 - 50	2,6%	1,1%
> 50	1,6%	0,6%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

È importante notare che più di 1 impresa rispondente su 2 occupa esclusivamente donne: questo dato è influenzato sicuramente dal peso che hanno sul campione le ditte individuali (46%), visto che le altre aziende incluse nella statistica impiegano, per la maggior parte, più uomini che donne.

Tab 4.H *Fatto 100 il totale delle persone che lavorano nella sua azienda, qual è la percentuale di donne impiegate?*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
1% - 25%	18	4%
26% - 50%	108	22%
51% - 75%	56	11%
76% - 99%	34	7%
100%	280	56%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>

Definiti i contorni quantitativi della fotografia delle imprese femminili in Piemonte, si cercherà ora di valutare il grado di soddisfazione delle imprenditrici e i risultati conseguiti dalle loro aziende. Oltre l'80% delle intervistate dichiara che rifarebbe la propria scelta: si conferma dunque la percentuale rilevata tre anni fa, segno che le aspettative (autonomia, sviluppo di un'idea propria, maggiore disponibilità economica) nei confronti dell'attività imprenditoriale sono state, in gran parte, ripagate.

Questa soddisfazione generalizzata è in gran parte coerente con il successo economico dichiarato da molte imprese: l'83,2% ha visto il proprio fatturato aumentare negli ultimi tre anni, e meno del 17% ha accusato una flessione. La metà di queste ultime (pari all'8,5% del totale) lamenta, tuttavia, una riduzione decisa del proprio giro d'affari, superiore al 10%.

Il successo sembra derivare soprattutto da una particolare attenzione per i clienti, improntata al servizio e all'assistenza nel 38,6% dei casi; altri punti di forza sono le caratteristiche innovative del prodotto o servizio offerto e le competenze delle imprenditrici stesse, che con il 18,6% precedono, seppur di poco, la competitività sui prezzi.

Non sembrano invece ancora adeguatamente sfruttati strumenti come il marketing, i canali commerciali, la comunicazione, etc. Le intervistate appaiono tuttavia consapevoli di tali carenze, e non a caso chiedono con decisione l'attivazione di corsi di formazione ad hoc.





Figura 4.7

Rifarebbe la scelta di diventare imprenditrice? (% sulle 504 rispondenti)

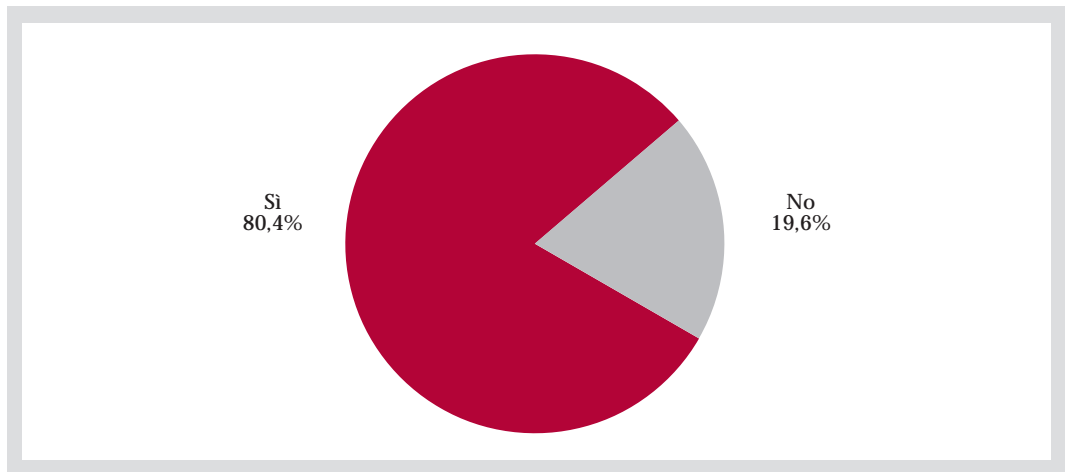
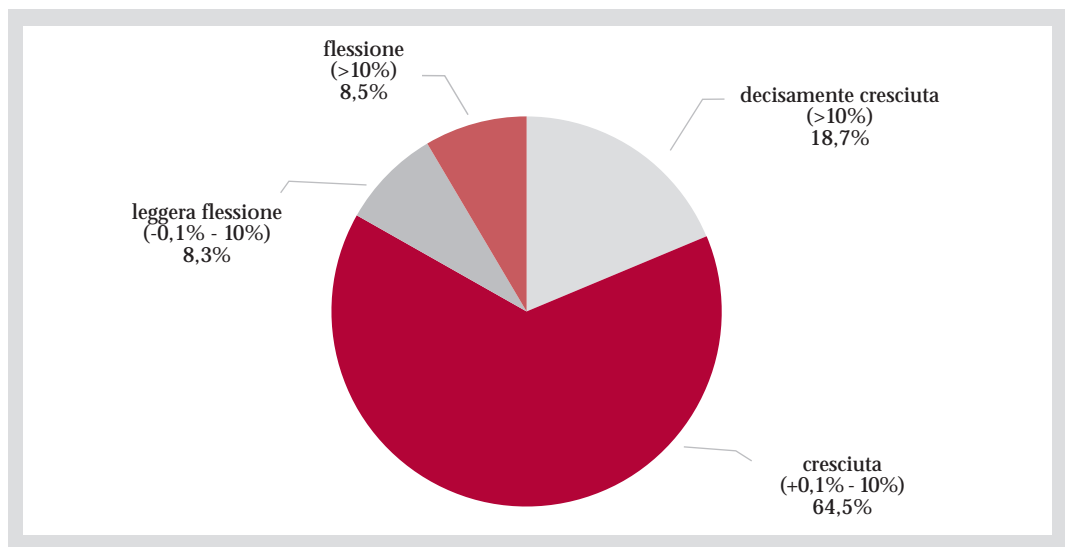


Figura 4.8

In media, negli ultimi tre anni, come è variato il fatturato della sua impresa? (% sulle 518 rispondenti)

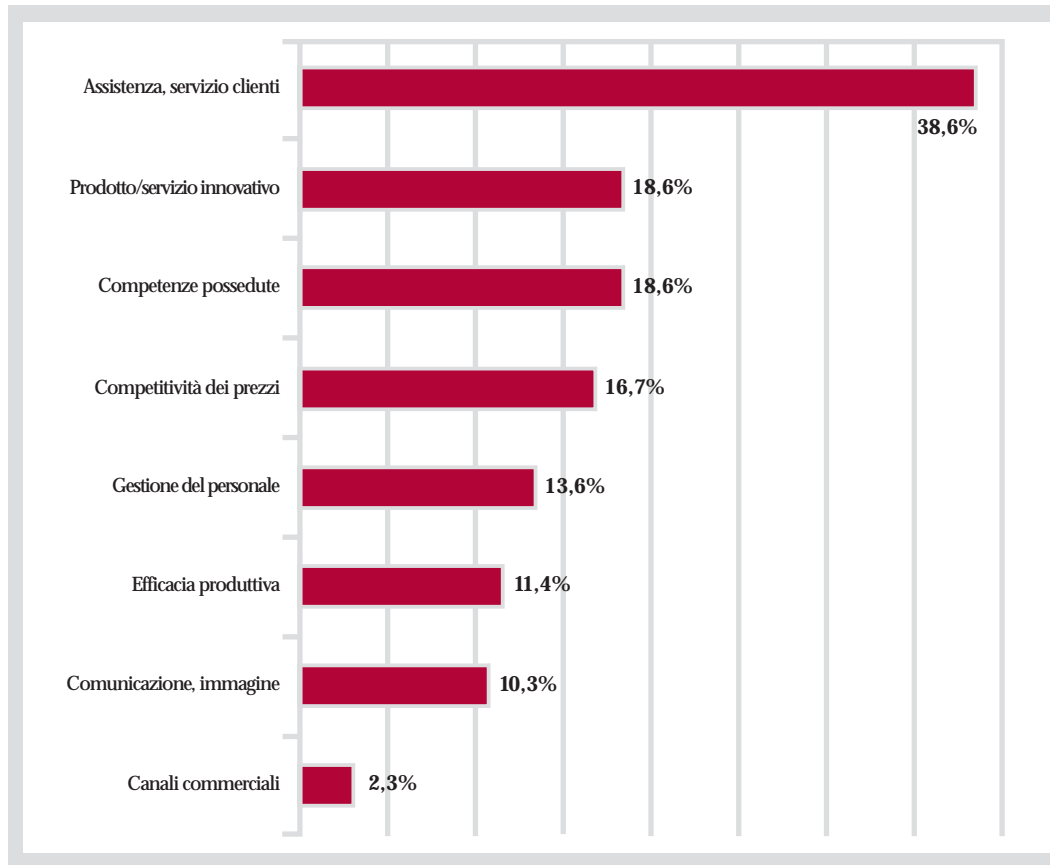


Analizzando le risposte dei diversi comparti produttivi, diventa evidente che ciascuno applica logiche tipiche del proprio mestiere: così, il commercio esalta il servizio e l'assistenza clienti (1 su 2 ne fa un punto di forza), mentre il manifatturiero punta sull'innovazione e sull'efficienza produttiva (il 25%, contro una media pari all'11%). Il settore agricolo e l'industria sono attenti al processo produttivo, mentre nei servizi contano le competenze (per più di 1 impresa su 4) e il marketing (che registra in questo comparto un tasso superiore alla media di circa 7 punti percentuale). Le aziende nate dopo il 2000 sembrano meno sensibili alla comunicazione che non all'innovazione e alla competitività sui prezzi, rispetto alle quali risultano, dal questionario, valori superiori alla media di 6-10 punti percentuale.

Ci troviamo dunque di fronte a un campione di imprese di dimensioni limitate ma in crescita, sostenute nell'aumento - sia in termini di fatturato che di occupazione - anche dal successo degli ultimi tre anni. Questa situazione è chiaramente motivante e contribuisce alla soddisfazione della stragrande maggioranza delle intervistate.

Figura 4.9

*Quali ritiene che siano i fattori di successo della sua impresa?  
(fino a 2 risposte, % sulle 484 rispondenti)*



4

#### 4.9 CONCILIAZIONE E ACCESSO AL CREDITO

Quali sono i fattori che possono sostenere la crescita dell'imprenditoria femminile? E quali gli ostacoli da rimuovere, nella vita delle imprenditrici e delle loro attività?

Il questionario comprendeva una domanda diretta e chiara in questo senso, con varie modalità di risposta tese ad individuare e misurare eventuali problematiche. I risultati, tutti coerenti fra loro, confermano il quadro generale: la conciliazione con le esigenze e i tempi della vita privata e l'accesso al credito rappresentano ancora le due forti briglie che frenano la crescita delle imprese femminili, quando non ne inibiscono la nascita stessa.

Sono questi, infatti, gli ostacoli più sentiti, sia nell'avvio dell'attività - anche se, come si è osservato in precedenza, questo momento è complicato soprattutto dalla burocrazia - che nelle fasi successive, superando altri aspetti come la gestione del personale, il possesso di conoscenze tecniche, e fattori economico-congiunturali, compreso l'accesso a clienti e a mercati italiani o esteri. Un altro elemento da non sottovalutare è poi la reperibilità di personale qualificato, specialmente se si pensa alla dimensione media delle imprese femminili.

*Quali sono i principali ostacoli allo sviluppo della vostra attività?  
(% sulle 328 rispondenti che segnalano almeno un problema)*

Tab. 4.1

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Conciliazione	88	26,8%
Accesso al credito	68	20,7%
Reperimento personale qualificato	67	20,4%
Scarsità di tempo (per pianificazione)	43	13,1%
Conoscenze tecniche o manageriali	38	11,6%
Difficoltà nel delegare	27	8,2%
Difficoltà economiche (concorrenza, congiuntura)	24	7,3%
Reperimento consulenti validi e fidati	17	5,2%
Accesso a clienti e mercati italiani	14	4,3%
Reperimento nuovi soci	10	3,0%
Accesso a clienti e mercati esteri	4	1,2%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>328</b>	<b>100,0%</b>
Nessuno in particolare, sono soddisfatta di quel che ho	167	33,7%

## LA CONCILIAZIONE

È sufficiente confrontare le risposte raccolte nel 2004 e nel 2007 per concludere inequivocabilmente che la famiglia delle imprenditrici si è allargata: le neo-imprenditrici che danno il via a una società anche senza il supporto di un'eredità familiare sono sempre più numerose, e vi sono sempre più madri che si dedicano a un'attività autonoma.

È significativo notare come alcune proporzioni si siano invertite rispetto al 2004, quando il 70% delle rispondenti ammetteva che la condizione imprenditoriale le lasciava sempre meno tempo per sé stessa, e il 51% per la cura della famiglia: oggi il 68,3% sente ancora di dover trascurare la famiglia per via dell'attività, ma il problema di trovare il tempo per la cura di sé è sentito da una parte minore di intervistate, pari al 59%.

Nel paragrafo 4.2, osservando l'anagrafica dalle rispondenti e il ricorso a servizi per la conciliazione della vita privata con quella professionale, si era constatata una forte correlazione fra lo status di imprenditrice e alcune fasce d'età, ipotizzando che l'accesso all'imprenditoria e il conseguente impegno fossero fortemente influenzati dalla situazione familiare. Ora è possibile verificare tale ipotesi.

Come si è evidenziato, nel momento in cui le donne avviano la propria attività, la conciliazione rappresenta il secondo problema maggiore (a pari merito con l'accesso al credito), dopo gli ostacoli posti dalla burocrazia. In seguito, diventa il freno principale alla piena realizzazione dei progetti imprenditoriali e allo sviluppo dell'attività.

La famiglia conferma il suo duplice aspetto, già osservato nel primo rapporto. Essa è infatti occasione di impiego, autonomia e auto-realizzazione (nel 18,5% dei casi), quando non ispirazione ed eredità materiale (24%), e vede confermato il suo ruolo di "consulente": già nel 2004 si era riscontrato come 1 imprenditrice su 4 facesse ricorso ai parenti più stretti per consigli e pareri utili per la sua attività, e oggi è sempre il 25% circa a rivolgersi a persone interne al proprio nucleo sia in fase di analisi ex ante sia nei 18 mesi successivi. Allo stesso tempo, però, il 12% dichiara che l'ambiente circostante, formato da parenti e conoscenti, è stato uno dei maggiori ostacoli iniziali. Tale quota è confermata anche dall'analisi per data di inizio attività: le imprese più giovani rispondono esattamente allo stesso modo di quelle meno recenti.

Dunque, se è vero che vi sono più mamme imprenditrici, questo non sembra coincidere con un alleviamento dei compiti e delle responsabilità, o con un maggior ricorso ad alcuni dei servizi disponibili per le donne che devono conciliare la famiglia e il lavoro.

Sembra piuttosto emergere una maggiore determinazione da parte di queste ultime nel perseguire un lavoro autonomo, tendenza che appare comune in tutto il Piemonte, indipendentemente dal contesto territoriale.

**L'ACCESSO AL CREDITO<sup>(7)</sup>**

Il tema dell'accesso al credito è un oggetto d'indagine delicato, ma le numerose domande del questionario sull'argomento permettono di definire un quadro abbastanza preciso.

Partendo da coloro che non indicano alcun problema nei rapporti con gli istituti di credito e nella fruizione dei loro servizi, il 22,7% (116 rispondenti su 510) dichiara di aver finanziato l'avvio della propria società grazie al credito bancario; in seguito, la percentuale di imprenditrici che non si sono scontrate con problemi di accesso al credito nei primi 18 mesi di attività raggiunge addirittura il 50%.

Per la restante parte, ben il 48% del campione dichiara di non aver attivato linee di credito bancario, nella quasi totalità perché non ne ha avuto bisogno; solo 10 intervistate affermano di non averne ottenute pur avendone avuto necessità. Dunque, salvo qualche sporadico caso, la situazione sembrerebbe positiva, ma dalle risposte fornite ad altre domande emerge un quadro meno roseo.

Partendo dal finanziamento dell'avvio dell'azienda, il 60% ricorre a mezzi propri o della famiglia (per il 26%); poco più di 1 impresa su 5 chiede aiuto alle banche, mentre il quarto canale per importanza è rappresentato dalle agevolazioni pubbliche.

Come interpretare lo scarso ricorso al finanziamento da parte delle banche per lo start up? L'utilizzo minimale del credito potrebbe essere un segnale non dell'effettiva assenza di necessità, bensì dell'esistenza di difficoltà di qualche tipo: potrebbe trattarsi di un'attitudine negativa che porta le imprenditrici ad auto-escludersi, oppure dell'esigenza di ridimensionare i progetti di investimento.

Analizzando le risposte fornite a due domande, quella sulle difficoltà incontrate nella fase di avvio dell'attività e quella sugli ostacoli al successivo sviluppo, emerge come l'accesso al credito rivesta un ruolo principe: in fase di start up, solleva questo problema 1 azienda su 4 rispetto al totale del campione (il 29% di coloro che denunciano almeno una problematica) e, sebbene la situazione migliori una volta consolidata l'attività, 1 imprenditrice su 4 individua l'accesso al credito come uno dei maggiori ostacoli allo sviluppo anche dopo la fase di avvio, secondo solo al dilemma della conciliazione.

Le imprese nate più di recente costituiscono un caso interessante: sono quelle che fanno ricorso più spesso al sistema bancario durante il varo (1 su 3 contro una media del 22,7%), ma allo stesso tempo sono anche quelle che denunciano con maggior frequenza i problemi incontrati proprio nell'accedere al credito in questo delicato momento.

L'apparente incoerenza può avere almeno due spiegazioni: da una parte, occorre tenere conto del fatto che queste imprese ricordano ancora vividamente le recenti difficoltà iniziali; dall'altra, come si è osservato in precedenza, si tratta di realtà sempre più spesso svincolate dall'eredità familiare. La scomposizione delle risposte in merito alle esigenze di credito evidenzia che le imprese giovani che hanno indicato di non averne avuto bisogno sono solo 1 su 3, contro una media che sfiora il 50%.

Allo stesso modo, non sorprende constatare come a denunciare difficoltà nel rapporto con le banche all'inizio dell'esperienza imprenditoriale siano soprattutto le aziende del comparto manifatturiero, che è caratterizzato da esigenze di investimento tra le più alte.

Tra gli altri comparti in cui si segnala in modo significativo lo stesso problema, spiccano il settore del commercio e quello agricolo, dove l'accesso al credito risulta quasi al primo posto tra i freni allo sviluppo.

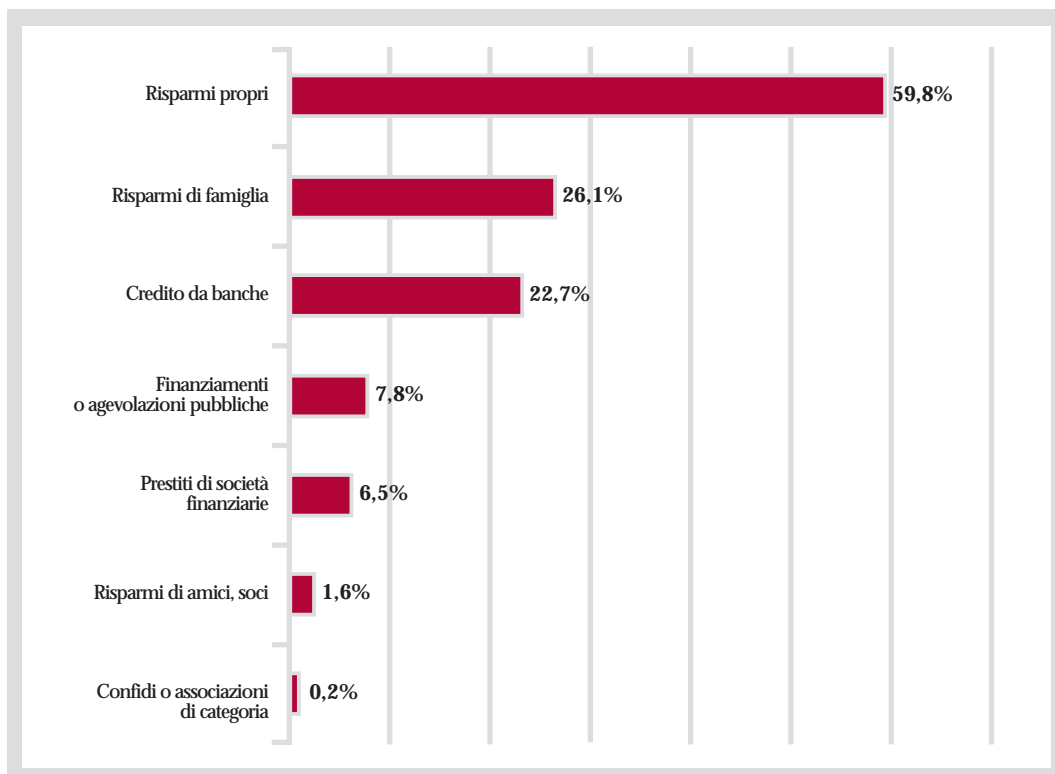
<sup>(7)</sup> Non è stata verificata la conoscenza, da parte delle imprenditrici, dell'accordo Basilea II, in parte per la natura riservata delle informazioni relative alle politiche di valutazione del merito creditizio, e in parte per il fatto che l'applicazione dell'accordo è stata posticipata di un anno (1° gennaio 2008) rispetto a quanto stabilito inizialmente.



4

Figura 4.10

*Come ha finanziato l'avvio della sua attività?  
(risposte multiple, % sulle 510 rispondenti)*

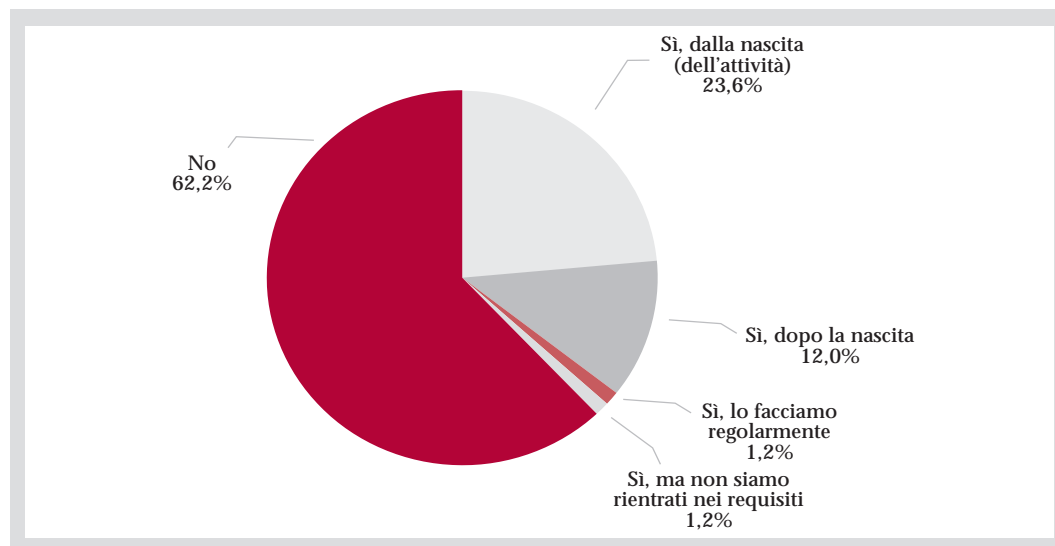


#### 4.10 LE AGEVOLAZIONI E LA FINANZA PUBBLICA

Un importante canale per il finanziamento delle imprese è quello pubblico. Parallelamente agli sforzi dell'amministrazione pubblica e delle associazioni di categoria nel proporre e affinare gli aiuti, di varia natura, alle imprenditrici (o potenziali tali), un numero crescente di soggetti fa infatti ricorso agli strumenti messi a disposizione: se nel 2004 erano già il 32% delle imprese, si è giunti a quota 38%. Questo tipo di aiuto è spesso fondamentale per l'avvio dell'impresa, ma viene cercato anche da aziende già attive sul mercato.

Figura 4.11

*La sua impresa ha mai richiesto finanziamenti o agevolazioni pubbliche?  
(% sulle 518 rispondenti)*



L'importanza crescente di questi strumenti è confermata dal fatto che oltre il 22% delle aziende nate dopo il 2003 ha fatto ricorso a questo canale in fase di avvio. Le imprese che usufruiscono maggiormente di questa possibilità nello stadio di start up sono quelle del settore commerciale, che presenta una domanda doppia rispetto alla media.

Chiedendo alle intervistate che tipo di finanziamenti promuoverebbero, se fossero al posto del decisore pubblico, si è rilevato che la loro preferenza ricadrebbe sui prestiti a tasso agevolato. Il resto della domanda, oltre che sui finanziamenti a fondo perduto, si ripartisce fra crediti di imposta (l'8% delle 485 rispondenti) e garanzie per facilitare il credito bancario (6,2%); i finanziamenti tesi all'assunzione di nuovo personale, all'innovazione, all'ampliamento locali e all'internazionalizzazione scivolano invece in fondo alla classifica.

Passando, infine, alle 316 rispondenti che non hanno mai chiesto finanziamenti o agevolazioni pubbliche, a farle desistere è stata più spesso la burocrazia necessaria (per più di 1 su 2) che non la scarsa aderenza delle misure alle proprie esigenze finanziarie (per il 25% di questo gruppo, ovvero il 15% sull'intero campione) o la non corrispondenza delle caratteristiche dell'impresa ai requisiti richiesti (per l'8,5%, pari al 5,2 del campione totale). Sarebbe invece superato il problema della mancanza di informazione, che ancora nel 2004 rappresentava il 15% dei motivi di rinuncia, mentre attualmente è stata la causa di una mancata domanda solo per 17 imprese.

<sup>(8)</sup> Qui le percentuali sono sotto-dimensionate rispetto al 2007, per via dell'alta quota percentuale di risposte "Altro".

4

Tab 4.L

*Perché non avete mai richiesto finanziamenti o agevolazioni pubbliche? (fino a 2 risposte)*

	2007			2004
	valori assoluti	% sulle 316 rispondenti	% sul totale del campione (518)	% delle rispondenti <sup>(8)</sup>
Troppa burocrazia per le richieste	176	55,7%	34,0%	6,8%
Non rispondono alle mie esigenze	79	25,0%	15,3%	22,3%
Non rientriamo mai nei requisiti	27	8,5%	5,2%	16,5%
Non ne ero a conoscenza	17	5,4%	3,3%	14,2%
Non ne avevo necessità	13	4,1%	2,5%	n.r.
Non abbiamo tempo di presentare la domanda	9	2,8%	1,7%	1,3%
Importi bassi	5	1,6%	1,0%	n.r.
Altro	0	0,0%	0,0%	39,8%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>	<b>62,90%</b>	<b>100%</b>



## DEFINIZIONE DI IMPRESA FEMMINILE

L'articolo 53 del Decreto legislativo 198/2006 fa riferimento all'articolo 2 della legge n. 215 del 1992 definendo le imprese femminili nel seguente modo:

*“Le società cooperative e le società di persone costituite in misura non inferiore al 60% da donne, le società di capitali le cui quote di partecipazione spettino in misura non inferiore ai 2/3 a donne e i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno i 2/3 da donne nonché le ditte individuali gestite da donne”.*

La Circolare n. 946342 del 5 dicembre 2005 del Ministero delle Attività Produttive, oggi Ministero dello Sviluppo Economico, agli articoli 1 e 2 ribadisce inoltre che possono definirsi “femminili”:

- le imprese individuali in cui il titolare sia una donna;
- le società di persone e le società cooperative in cui il numero di donne socie rappresenti almeno il 60% dei componenti la compagine sociale, indipendentemente dalle quote di capitale detenute;
- le società di capitali in cui le donne detengano almeno i 2/3 delle quote di capitale e costituiscano almeno i 2/3 del totale dei componenti dell'organo di amministrazione.



## AGGREGAZIONE DEI SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA ATECO\*

Macrosettore	Descrizione macrosettore	Settore Ateco	Descrizione settore Ateco
1	Agricoltura e pesca	A	Agricoltura, caccia e silvicoltura
		B	Pesca, piscicoltura e servizi connessi
2	Industria	C	Estrazione di minerali
		D	Attività manifatturiere
		E	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua
		F	Costruzioni
3	Commercio e settore alberghiero	G	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di beni personali e per la casa
		H	Alberghi e ristoranti
4		I	Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni
		J	Intermediazione monetaria e finanziaria
		K	Attività immobiliari, noleggio, informatica e ricerca
		L	Pubblica amministrazione
		M	Istruzione
		N	Sanità ed altri servizi sociali
		O	Altri servizi pubblici, sociali e personali
		P	Servizi domestici presso famiglie e convivenze

\* i macrosettori riportati in tabella sono stati aggregati da Step





## LE PRINCIPALI RISPOSTE AL QUESTIONARIO

Tab. A

*La sua impresa è stata (1 sola risposta):*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Costituita ex novo (start up)	298	57,5%
Acquistata da terzi	88	17,0%
Ereditata	96	18,5%
Scorporata da aziende già esistenti (spin off)	23	4,4%
Nata da fusione di aziende già esistenti	13	2,5%
Altro	0	0,0%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. B

*Perché si è messa in proprio? (fino a 3 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Per sviluppare una mia idea imprenditoriale	121	23,5%
Per proseguire l'attività di famiglia	127	24,7%
A seguito del percorso di studi o corso di formazione	32	6,2%
Per volontà di passare ad un lavoro indipendente	229	44,5%
Per la perdita del lavoro/assenza di alternative	6	1,2%
Per migliorare le mie condizioni economiche	78	15,1%
In seguito ad una proposta di amici/amiche	5	1,0%
Altro	2	0,4%
N.n.*	3	0,6%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>515</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

\*non sa rispondere.

*Prima di iniziare la sua attività ha fatto una valutazione delle sue capacità professionali ed un'analisi del mercato? (fino a 2 risposte)*

Tab. C

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sulle 91 rispondenti che hanno svolto un'analisi
No, non ne sentivo il bisogno (questa risposta esclude le altre)	424	81,9%	
No, non sapevo a chi rivolgermi (questa risposta esclude le altre)	3	0,6%	
Sì, grazie ad un'associazione di categoria	14	2,7%	40,7%
Sì, grazie a consulenti privati	10	1,9%	24,2%
Sì, grazie a un ente pubblico	14	2,7%	15,4%
Sì, grazie ad amici, parenti, conoscenti	22	4,2%	15,4%
Sì, ma ho fatto tutto da sola (questa risposta esclude le altre)	37	7,1%	11,0%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>		

*Quali difficoltà ha incontrato nell'avviamento della sua attività? (fino a 3 risposte)*

Tab. D

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sulle 408 rispondenti che segnalano difficoltà
Resistenze dell'ambiente circostante (amici, familiari, parenti, etc.)	60	12,0%	14,7%
Conciliazione del lavoro con le esigenze familiari	115	23,0%	28,2%
Reperimento del capitale	118	23,6%	28,9%
Trovare soci	11	2,2%	2,7%
Poca conoscenza del mercato (reperimento clienti, fornitori, comunicazione)	16	3,2%	3,9%
Gestione dell'impresa	52	10,4%	12,7%
Reperimento locali per svolgere attività	3	0,6%	0,7%
Complessità burocratiche	172	34,5%	42,2%
Nessuna difficoltà	91	18,2%	
Altro	2	0,4%	
<b>Totale rispondenti</b>	<b>499</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>		

*Quali pensa che siano i fattori di successo della sua azienda rispetto alla concorrenza? (fino a 2 risposte)*

Tab. E

	Valori assoluti	% delle rispondenti
La gestione del personale	66	13,6%
Un prodotto/servizio innovativo	90	18,6%
L'efficacia produttiva	55	11,4%
Assistenza, servizio clienti	187	38,6%
Comunicazione, immagine	50	10,3%
Canali commerciali	11	2,3%
Competitività dei prezzi	81	16,7%
Competenze possedute	90	18,6%
Altro	1	0,2%
N.n.	29	6,0%
N.r.*	5	1,0%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>484</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

\*non sa rispondere.

Tab. F

*Le verranno elencati ora alcuni problemi che altre imprenditrici intervistate hanno segnalato. Ha forse attraversato alcune di queste esperienze? (fino a 4 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Ho meno tempo per la famiglia	354	68,3%
Affronto dei costi in più per la gestione familiare	115	22,2%
Ho difficoltà ad imporre le mie decisioni ai miei addetti/sottoposti	14	2,7%
Dovessi affrontare un imprevisto non saprei a chi lasciare (anche per pochi mesi) la mia attività	17	3,3%
Non riesco ad ottenere i prestiti o finanziamenti che desidero	83	16,0%
Il mio rapporto di coppia si è deteriorato	4	0,8%
Ho sempre meno tempo per me stessa	304	58,7%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. G

*Rifarebbe la scelta di diventare imprenditrice?*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Sì	405	80,4%
No	99	19,6%
N.n.	14	2,8%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>504</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. H

*A quali persone del suo nucleo familiare (anche allargato) dedica una parte della sua giornata tipo? (risposte multiple)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Figli minori	300	57,9%
Cura anziani o disabili	28	5,4%
Marito, convivente	251	48,5%
Nipoti	5	1,0%
Nessuno	113	21,8%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. I

*Che tipo di servizi sta usando attualmente per la sua famiglia? (risposte multiple)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Baby sitting	12	2,3%
Asilo nido o scuola materna	40	7,7%
Colf, pulizie di casa	17	3,3%
Badante per anziani o disabili	0	0,0%
Altro	8	1,5%
Nessuno	453	87,5%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. J

*Qual è il suo titolo di studio?*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Titolo post laurea (master, dottorato, etc.)	1	0,2%
Laurea	40	7,8%
Diploma di scuola superiore	256	49,6%
Qualifica professionale	21	4,1%
Altro (inferiore)	198	38,4%
N.r.	2	0,4%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>516</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. K

*Negli ultimi tre anni lei o il personale della sua impresa ha frequentato corsi di formazione durati almeno qualche settimana? (1 sola risposta)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Sì, ma solo gratuiti	69	13,3%
Sì, ma solo finanziati	45	8,7%
Sì, anche (o solo) a carico mio (in tutto o in parte)	65	12,5%
No, mai negli ultimi anni	339	65,4%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. L

*Immagini di avere davanti a sé un catalogo di corsi di formazione. Quali riterrebbe più adatti per sé o per il personale della sua impresa (se le condizioni economiche fossero convenienti)? (fino a 4 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sulle 312 rispondenti che segnalano una preferenza
Nessuno	197	38,7%	26,9%
Comunicazione, marketing e tecniche di negoziazione.	84	16,5%	26,6%
Formazione tecnica	83	16,3%	25,3%
Informatica	79	15,5%	23,4%
Ragioneria, contabilità	73	14,3%	21,2%
Lingue estere	66	13,0%	9,3%
Gestione del personale	29	5,7%	8,3%
Sicurezza	26	5,1%	8,0%
Ambiente	25	4,9%	7,1%
Qualità	22	4,3%	6,1%
Finanza	19	3,7%	26,9%
N.n.	6	1,2%	
N.r	3	0,6%	
Altro	1	0,2%	

Tab. M

*Come ha finanziato lo start up della sua attività? (fino a 3 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Risparmi propri	305	59,8%
Risparmi di famiglia	133	26,1%
Risparmi di amici, soci	8	1,6%
Finanziamenti, agevolazioni pubbliche	40	7,8%
Credito da banche	116	22,7%
Prestiti di società finanziarie	33	6,5%
Aiutata da un confidi o da un'associazione di categoria	1	0,2%
Altro	1	0,2%
N.n.	2	0,4%
N.r.	6	1,2%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>510</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. N

*Nei primi 18 mesi di vita della sua attività, ha ottenuto accesso al credito bancario? (1 sola risposta)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Si, senza problemi	257	49,6%
Si, con qualche difficoltà	11	2,1%
No, non ne avevo bisogno	240	46,3%
No, ma ne avrei avuto bisogno	10	1,9%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. O

*Ha mai richiesto finanziamenti o agevolazioni pubbliche? (1 sola risposta)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Si, alla nascita dell'attività	122	23,6%
Si, dopo la nascita	62	12,0%
Si, lo facciamo regolarmente	6	1,2%
Si, ma non siamo rientrati nei requisiti	6	1,2%
No	322	62,2%
Altro	0	0,0%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. P

*Perché non ha mai richiesto finanziamenti o agevolazioni pubbliche? (fino a 2 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sulle rispondenti alla domanda sui finanziamenti
Non ne ero a conoscenza	17	5,4%	3,3%
Troppa burocrazia per le richieste	176	55,7%	34,0%
Importi bassi	5	1,6%	1,0%
Non rispondono alle mie esigenze	79	25,0%	15,3%
Non rientriamo mai nei requisiti	27	8,5%	5,2%
Non abbiamo tempo di presentare la domanda	9	2,8%	1,7%
Non ne avevo necessità	13	4,1%	2,5%
n.r.	6	1,9%	
<b>Totale rispondenti</b>	<b>316</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Totale intervistate</b>	<b>322</b>		

Tab. Q

*Se dipendesse da lei, che tipo di finanziamenti promuoverebbe? (fino a 3 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Contributi a fondo perduto	324	66,8%
Finanziamenti a tasso agevolato	149	30,7%
Crediti di imposta	39	8,0%
Garanzie per facilitare il credito bancario	30	6,2%
Finanziamenti per innovazione	17	3,5%
Finanziamenti per l'internazionalizzazione	2	0,4%
Finanziamenti per assumere personale	25	5,2%
Finanziamenti per ampliamento locali	11	2,3%
Altri tipi di finanziamento	2	0,4%
N.n.	30	6,2%
N.r.	3	0,6%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>485</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. R

*Quali sono i principali ostacoli allo sviluppo della sua attività? (fino a 5 risposte)*

	Valori assoluti	% delle rispondenti	% sulle 328 rispondenti che segnalano ostacoli
Conoscenze tecniche o manageriali	38	7,7%	11,6%
Conciliazione del lavoro con la vita familiare	88	17,8%	26,8%
Poco tempo da dedicare alla pianificazione e strategia imprenditoriale	43	8,7%	13,1%
Accesso al credito bancario	68	13,7%	20,7%
Reperimento consulenti validi e fidati	17	3,4%	5,2%
Reperimento nuovi soci	10	2,0%	3,0%
Difficoltà nel delegare alcune mie mansioni	27	5,5%	8,2%
Reperimento personale qualificato	67	13,5%	20,4%
Accesso a clienti e mercati italiani	9	1,8%	4,3%
Accesso a clienti e mercati esteri	4	0,8%	1,2%
Nessuno in particolare, sono soddisfatta di quello che ho	167	33,7%	50,9%
Altro	40	8,1%	%
N.n.	20	4,0%	
N.r.	3	0,6%	
<b>Totale rispondenti</b>	<b>495</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>		

Tab. S *Per la sua attività, ha frequentato o frequenta un'associazione di categoria?*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
Si sono iscritta e partecipo/utilizzo i servizi	221	43,0%
Sì, partecipo/utilizzo i servizi sporadicamente	26	5,1%
No, sono stata iscritta, ma solo per aprire/avviare l'attività	4	0,8%
Non sono mai stata iscritta	263	51,2%
Altro	0	0,0%
N.n.	2	0,4%
N.r.	2	0,4%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>514</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. T *I consigli di quale/i soggetto/i si sono rivelati particolarmente utili nei primi 18 mesi della sua attività? (fino a 3 risposte)*

	Risposte	In % delle rispondenti
Un socio	65	12,8%
Parenti o conoscenti	131	25,9%
Associazione di categoria	56	11,1%
Camera di commercio	9	1,8%
Un'altra imprenditrice già attiva	26	5,1%
Ex collega	30	5,9%
Commercialista o altro consulente privato	176	34,8%
Nessuno, esperienze personali	100	19,8%
N.r.	12	2,4%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>506</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. U *Qual è il fatturato della sua attività?*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
< 50.000 euro	138	40,2%
50.000 - 200.000 euro	87	30,6%
200.000 - 500.000 euro	42	14,0%
500.000 - 1 milione di euro	29	8,7%
1 - 5 milioni di euro	22	6,4%
5 - 10 milioni di euro	0	
> 10 milioni di euro	0	
N.n.	1	
N.r.	174	
<b>Totale rispondenti</b>	<b>343</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

Tab. V *In media, negli ultimi tre anni il fatturato della sua impresa:*

	Valori assoluti	% delle rispondenti
È decisamente cresciuto (> 10%)	97	18,7%
È cresciuto (+0,1%-10%)	334	64,5%
Ha subito una leggera flessione (-0,1%-10%)	43	8,3%
Ha subito una flessione (>10%)	44	8,5%
<b>Totale rispondenti</b>	<b>518</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale intervistate</b>	<b>518</b>	

**NOTE**







**NOTE**



*Ministero dello Sviluppo Economico*

REGIONE  
PIEMONTE