

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

D'impresa. Studio sull'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/137954> since 2016-01-26T15:30:11Z

Publisher:

CCIAA di Vercelli

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)



Donne Imprenditrici

Studio sull'Imprenditorialità femminile nella Provincia di Vercelli

a cura di
Eraldo Olivetta



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali



REGIONE
PIEMONTE



PIEMONTE
LAVORO
UNIVERSITÀ
RICERCA

La ricerca di cui al presente volume è stata realizzata nell'ambito del *Progetto D'Impresa* ed ha usufruito del finanziamento del F.S.E. (P.O.R. Ob. 3 Regione Piemonte, Asse E, Misura E1, Linea di intervento 4.2).

Alla realizzazione delle quattro parti della pubblicazione hanno partecipato:

- Lella Bassignana (Parte prima)
- Eraldo Olivetta (Coordinamento e parte seconda)
- Stefano Spelta - 2ESSE (Parte terza)
- Jose Luis Chacòn - (Parte quarta)

Progetto grafico, Realizzazione redazionale a cura di: ELCOM SRL

Elaborazioni statistiche e grafiche parte seconda: Matteo Puxeddu e Eraldo Olivetta

LitocopyVercelli – finito di stampare 2004



D'IMPRESA

**STUDIO SULL'IMPRENDITORIALITÀ
FEMMINILE NELLA PROVINCIA DI
VERCELLI**

a cura di Eraldo Olivetta

INDICE

PRESENTAZIONI

INTRODUZIONE

- I PARTE PRIMA: Pari opportunità e imprenditorialità femminile
 - 1. Premessa
 - 2. Presentazione del progetto
 - 3. Storia delle pari opportunità.
 - 4. Agevolazioni per l'imprenditoria femminile
 - 5. Servizi offerti dall'Osservatorio
 - II PARTE SECONDA: L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli
 - 1. L'imprenditorialità femminile: alcune considerazioni dal punto di vista sociologico
 - 2. Presentazione dell'indagine
 - 2.1 Gli obiettivi della ricerca
 - 2.2 Le variabili studiate
 - 2.3 Il metodo adottato
 - 3. Il contesto di indagine: le aziende individuali a titolarità femminile nella provincia di Vercelli
 - 4. I risultati dell'indagine
 - 4.1 La ricerca mediante questionario
 - 4.1.1 Le caratteristiche del campione
 - 4.1.2 La motivazione dell'imprenditrice
 - 4.1.3 Le difficoltà incontrate
 - 4.1.4 L'informazione
 - 4.2 Un'ulteriore analisi: la ricerca mediante interviste
 - 4.2.1 La motivazione dell'imprenditrice
 - 4.2.2 Le difficoltà incontrate. Le difficoltà di genere
 - 4.2.3 L'impegno di lavoro e le esigenze di famiglia
 - 4.2.4 L'informazione
 - 5. Osservazioni conclusive
 - 6. Bibliografia
 - III PARTE TERZA: L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni - Analisi demografica
 - IV PARTE QUARTA: L'imprenditorialità femminile a Malaga (Spagna)- Studio di un caso
- ## CONCLUSIONI

Presentazioni

Tra i compiti istituzionali delle Camere di Commercio, vi è quello di promuovere lo sviluppo dell'economia della provincia di competenza.

In tale ambito, ogni anno la Giunta Camerale predispone, su proposta dei membri dei rispettivi settori economici, iniziative promozionali a sostegno delle imprese degli organismi territoriali che operano in tal senso. Tutte le iniziative devono comunque avere una ricaduta positiva sullo sviluppo globale del sistema imprenditoriale della provincia. In questo contesto si è inserito il Comitato per l'Imprenditorialità Femminile.

La Camera di Commercio di Vercelli, da sempre sensibile alle problematiche delle imprenditrici, è stata una delle prime a recepire il protocollo d'intesa, che istituiva i comitati.

Il Comitato per l'Imprenditorialità Femminile, si è costituito presso la Camera di Commercio di Vercelli il 28 ottobre 1999, sulla base del recepimento del protocollo d'intesa, siglato tra Unioncamere e Ministero delle Attività Produttive.

Il Comitato è costituito da tutte le rappresentanti del mondo imprenditoriale, associativo e sindacale della provincia.

L'Ente camerale ha messo a disposizione del Comitato la sua struttura, per organizzare i seminari a Vercelli e a Borgosesia sui temi: "Impresa è donna" e "Azioni positive per l'imprenditoria femminile".

Tra gli altri corsi e seminari organizzati dall'Ente, si ricorda anche il corso di formazione in e-commerce rivolto a donne imprenditrici.

Presentazioni

La Camera di Commercio di Vercelli, ha istituito al suo interno, l'Ufficio Studi e Statistica, che cura indagini e ricerche statistiche relative all'economia locale e ai diversi settori.

Elabora trimestralmente e annualmente la relazione sulla situazione; fornisce assistenza agli operatori economici, agli studenti, ai ricercatori, per il reperimento del materiale bibliografico su tematiche economiche e sociali.

L'ufficio mette a disposizione del pubblico l'intera gamma della statistica ufficiale ISTAT; fra le informazioni più significative si evidenziano:

- indice dei prezzi al consumo, direttamente consultabile anche sul sito ISTAT, unitamente alle principali indagine suddivise per settore d'interesse (popolazione, lavoro, statistiche socio-economiche);
- forze di lavoro;
- popolazione residente e bilancio demografico;
- censimenti generali della Popolazione, dell'Agricoltura, dell'Industria, Commercio e Servizi;
- consistenza delle Imprese: statistiche territoriali e di settore.

Si forniscono inoltre informazioni ai fini dell'adeguamento dei canoni di locazione e della rivalutazione monetaria.

Questo ufficio ha collaborato con il Comitato nella elaborazione dei dati della 1° borsa di studio: "Le scelte delle donne del terzo millennio".

Con il progetto Excelsior 2002 sono disponibili i dati previsionali sui fabbisogni occupazionali, relativi alla provincia di Vercelli per l'anno 2002. Le professionalità richieste dalle imprese rappresentano una dettagliata fonte

Presentazioni

statistica per la conoscenza del mercato del lavoro e delle caratteristiche associate alle assunzioni previste (tipo di figura, titolo di studio, conoscenze professionali, ecc.).

Nel 1975 la Camera di Commercio di Vercelli ha istituito il Laboratorio Chimico-Merceologico-Metrico che ha iniziato la prima attività nel 1976 ed è stato voluto dall'Ente camerale al fine di mettere a disposizione degli Enti, delle Associazioni, delle Ditte, degli Operatori di Borsa e del pubblico in genere, uno strumento operativo di grande importanza nell'attuale dinamica economica.

L'ufficio Eurosportello offre un servizio informativo sulle iniziative in ambito comunitario di interesse per le imprese. In particolare, l'ufficio è in grado di fornire all'utenza: Informazioni su iniziative europee, bandi sui programmi comunitari, direttive e regolamenti attuativi della legislazione comunitaria; Informazioni su fondi strutturali e cofinanziamenti leggi stato membro; Richieste e offerte di collaborazioni all'estero; Elenchi di nominativi di imprese italiane importatrici ed esportatrici; Elenchi di nominativi di imprese della Comunità Europea per settore di attività e parametri bidimensionali; La possibilità di consultare del materiale sulle norme tecniche UNI in merito a qualità, sicurezza e ambiente; Informazioni in materia doganale.

Oltre al servizio di Eurosportello, è stato recentemente attivato lo "Sportello per l'Internazionalizzazione" che, tramite l'utilizzo di particolari banche dati, fornisce all'utenza informazioni su oltre 370.000 aziende

Presentazioni

europee, sulle norme tecniche UNI e sulle procedure per gli investimenti all'estero.

Il Presidente Camera di Commercio

Comm. GianCarlo Verri

Presentazioni

Il Comitato per l'Imprenditorialità Femminile, si costituisce presso la Camera di Commercio di Vercelli il 28 ottobre 1999, sulla base del recepimento del protocollo d'intesa, siglato tra Unioncamere e Ministero delle Attività Produttive.

Il Comitato di Vercelli è stato tra i primi ad essere costituito. E' composto dalle rappresentanti delle Associazioni, dei sindacati e dell'ABI.

Il Comitato si è costituito con lo scopo di diffondere e divulgare l'utilizzo della Legge 215/92: "Azioni positive per l'imprenditoria femminile"

Questa legge, che è l'unica specificatamente per le donne, eroga contributi a fondo perduto per le piccole imprese a **"prevalente partecipazione femminile" per "l'avvio di nuove attività o per progetti aziendali innovativi"**

Tuttavia il Comitato non poteva limitare i suoi compiti solo a questo.

Si è quindi deciso di ridefinire il ruolo del Comitato sul territorio vercellese, come punto di riferimento per le imprenditrici, ma anche come strumento per creare nelle giovani quella mentalità imprenditoriale che potrebbe essere il mezzo vincente per questo territorio.

Ecco il raccordo con il mondo della scuola a partire dall'indagine: "Le scelte delle donne del terzo millennio" fatta per capire le tendenze delle donne: l'università, il lavoro dipendente, il lavoro autonomo e in quale settore e a seguire il Corso: "LE DONNE E L'IMPRESA" tenutosi sia a Vercelli che ad Alagna.

Presentazioni

Ecco la necessità dell'inserimento nel Comitato di una rappresentante del mondo della scuola e il sostegno a tutte quelle iniziative che possano far crescere la mentalità di fare impresa con una serie di iniziative.

Indirizzare le neo imprenditrici verso professionalità emergenti o mercati necessari, non è possibile se non si conosce la realtà imprenditoriale femminile del nostro territorio.

Da questa considerazione nasce l'idea di fare una ricerca approfondita sul N° delle imprese femminili nei settori economici produttivi del vercellese (agricoltura, industria, commercio, artigianato, terziario) e la loro evoluzione, anno di creazione, utilizzo dei finanziamenti, evoluzione produttiva e mortalità degli ultimi 10 anni

Il Comitato decide di partecipare, come istituzione di parità, al Bando del FSE – Obiettivo 3 – 2000/2006 Complemento di Programmazione del POR, misura E1: “Promozione della partecipazione femminile al mercato del lavoro” con il progetto: “Osservatorio D'Impresa. I percorsi dell'imprenditorialità femminile nel vercellese -

Il progetto è stato approvato e finanziato nel 2003 ed a oggi l'indagine, condotta da Formater, si sta concludendo e molte donne hanno visitato e contattato lo sportello.

Presentazioni

Il Comitato dell'Imprenditorialità Femminile di Vercelli, grazie alla Camera di Commercio, è l'unico Comitato a gestire direttamente questo progetto in queste fasi:

Partecipazione al 'Comitato Tecnico', organismo preposto al coordinamento delle azioni;

partecipazione all'attività di progettazione del progetto e di definizione della composizione della rete di partenariato;

diffusione delle buone prassi in materia di pari opportunità;

partecipazione, nell'ambito del proprio bacino territoriale di riferimento, all'attività di animazione degli attori socio-economici in un'ottica di mainstreaming;

gestione dei focus group di imprenditrici;

partecipazione all'organizzazione del convegno conclusivo a visibilità regionale;

Ma il Comitato è entrato anche a far parte del progetto In.C.E. organizzando uno stand nella Borsa Merci della Camera di Commercio - Vercelli 7 maggio 2004 in occasione della manifestazione "In.C.E." e l'organizzazione di un focus group:” **Women Entrepreneurship Committee of Vercelli Chamber of Commerce “PROJECT D'IMPRESA”** con i rappresentanti dei Paesi In.C.e. sempre presso la Camera di Commercio

Nell'ambito delle attività svolte, il Comitato per l'Imprenditoria Femminile, ha individuato nell'accesso al credito, la maggiore difficoltà riscontrata dalle imprenditrici.

Presentazioni

Pertanto, il Comitato per l'Imprenditoria Femminile con la Camera di Commercio, alcuni istituti bancari e i consorzi di garanzia, sulla base di una concertazione ha elaborato un progetto per facilitare l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento.

Il progetto prevede la promozione di una serie di servizi di informazione e assistenza alle imprenditrici, da attivare attraverso una stretta collaborazione tra i soggetti operanti sul territorio, e mira a creare disponibilità di risorse finanziarie a favore delle imprese femminili alle migliori condizioni, utilizzando altresì gli strumenti messi a disposizione dalla politica pubblica della garanzia;

Il servizio di assistenza alle imprenditrici, finalizzato ad una prima valutazione dell'iniziativa imprenditoriale e ad individuare i fabbisogni finanziari necessari alla sua realizzazione e ad assistere l'imprenditrice nella predisposizione del progetto di investimento e della documentazione richiesta per il finanziamento, verrà svolto dalla struttura creata dal progetto: l'OSSERVATORIO D'IMPRESA.

Il Presidente
Comitato Imprenditoria Femminile di Vercelli
Dott.ssa Lella Bassignana

Presentazioni

Perché la realtà vercellese conosca una crescita economica durevole e sia competitiva sul mercato è necessario il massimo contributo economico da parte di ogni cittadino in età lavorativa.

Tuttavia le donne, come le più recenti ricerche dimostrano, sembrano continuare ad incontrare, anche se meno che in passato, ostacoli ad un pieno inserimento nel mercato del lavoro. In media le donne guadagnano meno degli uomini, spesso sono occupate a tempo parziale ed il tasso di disoccupazione femminile è più elevato di quello maschile.

Ben venga allora questo studio sull'imprenditorialità femminile, per far luce sulla situazione nel territorio della nostra provincia, sulle caratteristiche delle imprese individuali gestite da donne nel vercellese, sulle difficoltà che queste incontrano nello svolgere la loro attività, soprattutto in relazione al loro essere donne.

Un'agenzia formativa, nella scelta del mix di servizi da offrire, deve sempre partire dall'analisi della domanda, delle esigenze del target di utenza e del contesto del territorio in cui intende operare. In quest'ottica, all'offerta formativa devono sapersi affiancare le attività di ricerca finalizzate all'acquisizione delle conoscenze utili tanto all'agenzia stessa per operare in modo efficace, quanto a tutti i soggetti operanti nella realtà locale.

E' quanto si è proposto di fare questo lavoro che, raccogliendo le testimonianze delle imprenditrici operanti nei diversi settori dell'economia

Presentazioni

locale, si spera possa servire magari anche da stimolo a tutte coloro che vogliono intraprendere un'attività imprenditoriale, contribuendo così anche loro allo sviluppo economico del nostro territorio.

Vercelli, agosto 2004

Il Presidente FORMATER
Camillo Bordonaro

INTRODUZIONE
(Eraldo Olivetta)

Introduzione

Introduzione

(Eraldo Olivetta)

“Un uomo va a pescare con il figlio. Al ritorno a casa, i due sono vittime di un incidente stradale. Il padre muore. Il ragazzo, rimasto gravemente ferito, viene soccorso e trasferito all’ospedale. Il chirurgo entra nella sala operatoria, gli si avvicina, lo guarda in volto ed esclama: <<Oh Dio, ma questo è mio figlio!>>. Qual è il rapporto di parentela fra il ragazzo ed il chirurgo?”¹

La maggior parte di noi non ha problemi ad individuare subito la risposta corretta a questa domanda ma forse, per le generazioni più anziane o, magari, un po’ di anni fa, sarebbe stato un po’ più difficile. Forse qualcuno avrebbe indicato la figura del patrigno. Altrettanto difficile sarebbe anche oggi rispondere a questo quesito in uno dei paesi in via di sviluppo o con un differente grado di modernizzazione. Invece, oggi da noi non ci sono problemi a capire subito che il chirurgo è la madre del ragazzo ferito.

Questa breve storia aiuta a riflettere su come i ruoli maschili e femminili non siano sempre costanti nello spazio e soprattutto nel tempo. Oggi, nei paesi sviluppati è abbastanza normale che una donna faccia il chirurgo, mentre non lo era così in passato e continua a non esserlo ancora oggi in molti paesi del mondo.

I ruoli maschili e femminili sono, come si avrà modo di vedere nella parte seconda di questo lavoro, delle costruzioni sociali apprese durante il processo di socializzazione che accompagna l’individuo dalla nascita, per tutto l’arco della sua vita.

I ruoli assegnati ai due sessi opposti, si riflettono sulla presenza degli uomini e delle donne nel mondo del lavoro, con occupazioni che vedono una prevalenza di maschi, ed altre con una prevalenza di femmine. Ma la numerosità dei due sessi nelle differenti occupazioni è strettamente correlata, essendo contemporaneamente causa ed effetto, all’immagine che, di ciascuna specifica occupazione, si forma nell’immaginario collettivo. Alcune occupazioni saranno pertanto considerate, all’interno di una certa cultura, più maschiline, mentre altre saranno considerate più femminili².

¹ Tratto da: *Le differenze di genere*, in A. Bagnasco, M. Barbagli e A. Cavalli, *Corso di Sociologia*, Il Mulino, Bologna 1977.

² I termini *mascolinità* e *femminilità* vanno qui intesi, come verrà meglio spiegato nella parte seconda di questo lavoro, come dimensioni culturali.

Introduzione

Come anche la breve storia iniziale ha aiutato a comprendere, questa situazione è in continuo mutamento, perché dinamica ed in continua trasformazione è la cultura.

Le donne, nel corso degli anni, si sono ritagliate molti spazi nel mondo del lavoro, grazie alla loro personalità ed alla loro adattabilità alle mutevoli condizioni del mercato.

Ma il percorso verso una parità sostanziale fra i sessi è stato lungo ed è tuttora in corso. Se, da un lato, il legislatore è intervenuto a sancire il principio delle pari opportunità, a prevedere provvedimenti concreti per il raggiungimento della parità sostanziale e a creare figure come quella del Consigliere di parità, dall'altro lato è necessario che proprio quegli attori sociali che il legislatore ha voluto tutelare, le donne per l'appunto, compiano quelle azioni utili all'efficacia dei provvedimenti presi nei loro confronti. Una di queste azioni, in linea con l'obiettivo del progetto *D'impresa* di "favorire l'imprenditorialità femminile", è quella di avere il coraggio di intraprendere iniziative imprenditoriali nei differenti settori economici di attività. Per fare questo, può essere utile conoscere quale sia la situazione imprenditoriale nel contesto territoriale in cui si intende operare, quali siano le caratteristiche delle imprese a titolarità femminile già operanti in esso, qual sia l'esperienza delle imprenditrici titolari, quali siano le opportunità e le agevolazioni offerte dalla normativa in vigore a chi voglia intraprendere una nuova attività, ecc.

Da qui, l'idea del presente lavoro che vuole essere qualcosa di più del semplice bilancio delle attività svolte nell'ambito di un progetto finanziato dal F.S.E., per diventare invece uno strumento utile a meglio comprendere la condizione di genere nel contesto culturale dell'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli, a disposizione tanto di chi in tale contesto già opera, quanto di chi intende entrarci ex-novo.

Nella prima parte, quindi, dopo aver presentato il progetto *D'Impresa*, si ripercorre brevemente la storia delle Pari Opportunità, tanto nel contesto europeo, quanto in quello specifico italiano e piemontese in particolare, per giungere a presentare l'attività del Comitato per l'Imprenditorialità Femminile costituito presso la Camera di Commercio di Vercelli sin dal 1999. In questa parte, vengono altresì elencate le agevolazioni specifiche per l'imprenditoria femminile, sostanzialmente riconducibili a tre leggi, con l'indicazione specifica dei soggetti beneficiari, delle iniziative e delle spese ammissibili ai contributi, nonché delle specifiche modalità di accesso.

Introduzione

Poiché uno degli obiettivi del progetto *D'Impresa* è quello di “aumentare il tasso di partecipazione al lavoro e favorire l'imprenditorialità femminile”, nella seconda parte, vengono invece riportati i risultati di una ricerca fatta, nell'ambito di tale progetto, nella provincia di Vercelli ed avente per oggetto le imprese individuali a titolarità femminile attive all'inizio del 2004. Analizzando in prospettiva sociologica l'imprenditoria vercellese, si cerca di giungere ad alcune considerazioni sull'imprenditorialità femminile, qui intesa come attitudine, delle donne del vercellese, ad intraprendere un'attività imprenditoriale nei diversi settori economici, sulle caratteristiche di tale attitudine e, in particolare, sulle difficoltà incontrate dalle donne nell'esercizio delle loro funzioni imprenditoriali. Ma lo studio dell'imprenditorialità femminile deve innanzitutto partire da un, seppur breve, cenno agli strumenti di lettura di quello che è un fenomeno, oltre che politico ed economico, anche sociale e culturale. Da qui, le brevi considerazioni di cui al capitolo 1 della seconda parte, che vogliono essere semplicemente degli spunti di riflessione sul fenomeno, utili per la lettura dei risultati della ricerca.

L'analisi della situazione delle imprese a titolarità femminile di cui alla parte seconda, deve poi essere integrata dall'analisi della sua evoluzione. Nella parte terza, si è proceduto pertanto all'analisi demografica delle imprese nell'arco degli ultimi 5 anni, confrontando inizio e cessazione di attività.

Infine, ogni situazione va analizzata nello specifico contesto in cui essa viene a crearsi. Tuttavia, può essere utile confrontare la situazione rilevata localmente, con altre realtà riferite ad altri contesti, in un'ottica di raffronto, integrazione e arricchimento delle informazioni e delle esperienze utili a tutti coloro che sono chiamati, a qualsiasi livello, a prendere delle decisioni. Da qui l'idea di confrontare, nella parte quarta, la realtà vercellese con quella di una parte del sud della Spagna, la città di Malaga, di cui vengono riportate alcune informazioni essenziali.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

PARTE PRIMA

**Pari opportunità e
imprenditorialità femminile**

(Lella Bassignana)

1. Premessa

Affermare oggi che uomini e donne debbano godere di uguali diritti in campo sociale e lavorativo può apparire quasi scontato, tuttavia la strada percorsa per giungere all'attuale concetto di pari opportunità è stata lunga, faticosa e a volte soggetta a inversioni di rotta.

Per rendersi conto di come siamo giunte sin qui e decidere in quale direzione vogliamo proseguire, è utile ripercorre, anche per sommi capi, le leggi che hanno favorito l'uguaglianza dei diritti.

Prendendo in esame, solo la legislazione del nostro Paese riguardante la condizione femminile, e in particolare il lavoro,, si possono individuare i diversi periodi o fasi caratterizzati da differenti principi ispiratori.

Dall'inizio del '900 e fino agli anni '20 la donna viene vista principalmente come soggetto debole da tutelare, insieme ai minori, nell'intento di limitare le pesanti forme di sfruttamento del lavoro femminile che avevano caratterizzato il secolo precedente. Al contempo è però evidente nelle intenzioni del legislatore la volontà di frenare l'inserimento delle donne nell'attività produttiva, sottolineandone la precipua funzione procreatrice e di cura familiare.

Sebbene infatti vengano introdotti il congedo obbligatorio per maternità (dapprima non pagato - L. 242 del 19/6/1902 - e successivamente retribuito con un sussidio fisso - L. 520 del 17/7/1910), il divieto del lavoro notturno femminile (L. 816 del 10/11/1907) e sia riconosciuta la capacità giuridica delle donne (L. 1176 del 17/7/1912), queste ultime continuano a

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

essere escluse dal diritto di voto, esteso a tutti i cittadini maschi maggiorenni già nel 1912.

In seguito, con l'affermazione dell'ideologia fascista, si osserva un evidente e cospicuo rallentamento nel processo di acquisizione dei diritti femminili. Il concetto di tutela di un soggetto debole si sposta ancor di più verso quello di protezione della donna in quanto procreatrice, accompagnandosi però ad una forte tendenza al suo allontanamento dal lavoro e dal coinvolgimento attivo nella vita sociale.

Infatti, se da una parte con la L. 1347 del 5/7/1934 viene resa decisamente più ampia ed articolata la tutela della maternità, dall'altra una serie di leggi e regi decreti escludono le donne dalla direzione delle scuole medie e superiori, dall'insegnamento di alcune materie e da tutta una serie di pubblici uffici, oltre che da numerosi lavori giudicati moralmente pericolosi.

Questo stato di cose verrà spazzato via solo con la bufera provocata dalla seconda guerra mondiale, durante la quale le donne si sono trovate, per le necessità contingenti, ad affiancare e spesso sostituire gli uomini in ruoli o occupazioni prima di allora per loro impensabili, acquisendo una precisa coscienza dei diritti femminili che non potranno essere più, almeno formalmente, negati.

Così nel giugno del 1944 il Governo di liberazione nazionale sopprime le norme che limitano l'accesso delle donne al pubblico impiego e l'anno seguente estende loro il diritto di votare e di essere elette.

Il diritto alla parità viene quindi sancito dalla Costituzione del 1948, sia a livello generale (art. 3) sia, su un piano più specifico, con le

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

disposizioni relative alla famiglia, al lavoro e alle altre attività pubbliche (artt.29, 31, 37, 51).

Da allora inizia un periodo caratterizzato dallo sforzo, sostenuto soprattutto dalle associazioni femminili e dai movimenti sindacali, di trasporre sul piano legislativo i principi teorici enunciati dal dettato costituzionale. Vengono rivisitate e perfezionate le norme riguardanti la maternità (L. 860 del 28/6/1956), stabilita l'uguaglianza di retribuzione tra lavoratori e lavoratrici (L. 741 del 22/5/1956), abolito l'inquadramento professionale basato sul sesso (accordo interconfederale per il settore industriale del 1960), anche se le donne vengono comunque collocate nelle categorie inferiori previste dal nuovo assetto, con buona pace dell'art. 37 della Costituzione. Degne di nota sono inoltre la L. 7 del 9/1/1963, che vieta il licenziamento alle lavoratrici per causa di matrimonio e soprattutto la L. 66 del 9/2/1963, che apre l'accesso femminile a tutte le cariche e professioni (compresa la magistratura) nei vari ruoli, carriere e categorie, senza limitazioni di sorta.

Ma è con gli anni '70, e con l'intervento della allora Comunità Economica Europea, che prende corpo in maniera concreta il principio delle pari opportunità, secondo il quale per mettere in atto un trattamento uguale tra uomini e donne occorre rimuovere gli ostacoli che queste ultime hanno in più di fronte a sé.

La cosiddetta "legge di parità" del 1977 (L. 903 del 9/12/1977) costituisce proprio il passaggio dal principio formale di uguaglianza, espresso nell'art. 3 della Costituzione, a provvedimenti concreti finalizzati al raggiungimento della parità sostanziale. Nello specifico la norma stabilisce il

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

divieto assoluto di praticare qualsiasi discriminazione basata sul sesso per l'accesso al lavoro e alle carriere, afferma il diritto alla medesima retribuzione per uguali prestazioni e rivede le disposizioni sul pensionamento, la maternità e la previdenza sociale per le donne.

A causa delle difficoltà non indifferenti incontrate nell'attuazione del principio di parità, accanto alle disposizioni di legge nascono nuove iniziative, che hanno lo scopo di vigilare sul rispetto delle norme e favorirne l'applicazione. Vengono creati alcuni organismi specifici a livello nazionale e la figura del Consigliere di parità (L. 863 del 19/12/1984), che ha il compito di promuovere ogni iniziativa finalizzata ad offrire alle donne le medesime opportunità degli uomini in campo lavorativo, formativo e sociale.

Negli anni '90, come ulteriore evoluzione e perfezionamento del principio di parità, viene introdotto anche nell'ordinamento legislativo italiano il concetto di azioni positive, che rappresentano come afferma l'U.E.: "Misure indirizzate ad un gruppo particolare al fine di eliminare e prevenire la discriminazione o di compensare gli svantaggi derivanti dagli atteggiamenti, dai comportamenti e dalle strutture esistenti".

A tali azioni positive si richiamano infatti sia la L. 125 del 10/5/1991, che tratta della parità tra uomini e donne nel campo del lavoro, sia la L. 215, promulgata nel 1992 con lo scopo di fornire incentivi all'imprenditoria femminile.

Sempre nel campo delle azioni positive, ancora più significativo appare il D.lgs n. 196 del 23/05/2000, che impone alla pubblica amministrazione, in occasione di assunzioni e promozioni e in presenza di determinate condizioni, di giustificare formalmente l'eventuale preferenza accordata, a parità di elementi di merito, ad un candidato maschio rispetto ad

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

una femmina, introducendo in questo modo una sorta di discriminazione opposta, necessaria per accelerare il riequilibrio dei ruoli.

La strada che dall'inizio del '900 ad oggi ci ha portato dalla paternalistica tutela di un soggetto visto come congenitamente debole all'odierna piena affermazione dell'uguaglianza dei sessi, è stata, come si diceva all'inizio, lunga e difficile, anche se, tutto sommato, ci ha già condotte a buon punto. Il nostro cammino deve ora proseguire nella direzione di una migliore conoscenza da parte delle donne degli strumenti esistenti per accedere realmente alle politiche di pari opportunità.

2. Presentazione del progetto

L'universo femminile è fortemente eterogeneo e dinamico: le donne investono di più in cultura rispetto agli uomini, riescono meglio negli studi, danno maggiore rilievo al lavoro rispetto al passato, sperimentano forme nuove del produrre e riprodurre, rivestono una molteplicità di ruoli nelle diverse fasi della vita, presentano percorsi di vita più complessi e frastagliati. Un intreccio di trasformazioni, aspirazioni e comportamenti che ridefinisce le loro traiettorie biografiche (formative, lavorative, affettive, coniugali, riproduttive), modificando ampiezza e contenuti delle diverse fasi del ciclo di vita individuale e familiare

Si evidenzia tuttavia il permanere di alcune aree di criticità: nella transizione scuola-lavoro, visto che le donne trovano lavoro più tardi, sono peggio retribuite e continuano ad essere meno soddisfatte del tipo di lavoro trovato; nelle barriere di accesso al mercato del lavoro con particolare riferimento ai carichi di lavoro familiare; nelle interruzioni del lavoro in concomitanza della nascita dei figli; nelle forti difficoltà di accesso ai ruoli decisionali alti;

Grazie alla lunga marcia nel campo dell'istruzione che le ha portate da una situazione di totale svantaggio al sorpasso in tutti gli ordini di studi, e dopo essere entrate con determinazione in corsi tradizionalmente maschili, le donne si affermano anche nel campo culturale e delle nuove tecnologie.

Il lavoro diventa sempre più un aspetto importante dell'identità femminile, cresce il numero delle donne occupate, cresce il coinvolgimento delle donne in tutti i tipi di lavoro (compresi i turni, il lavoro notturno, il lavoro serale e

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

domenicale), migliora la posizione lavorativa delle donne. Il modello femminile di partecipazione al mercato del lavoro assume così nuovi connotati.

In passato le donne cominciavano a lavorare in giovane età, avevano minori aspirazioni, un livello di istruzione più basso rispetto a quello degli uomini e il lavoro era vissuto per lo più come una esperienza transitoria. Oggi ci si avvicina al mondo del lavoro in età più avanzata, in fasi della vita in cui le generazioni precedenti già cominciavano a uscirne, con un livello di istruzione elevato, con aspettative certamente più alte e con l'intenzione di non abbandonare il lavoro prima di aver maturato la pensione

La donna italiana è un pianeta in evoluzione e crescita:

È la componente più dinamica della società, quella che sta modificando con più rapidità le proprie coordinate sociali, culturali ed economiche, influenzando in misura determinante lo sviluppo del sistema – Italia.

I mutamenti sociali ed economici degli ultimi decenni hanno profondamente mutato gli equilibri e i “tempi” all'interno delle famiglie.

Invertire la tendenza della “crescita zero della popolazione” considerando, allo stesso tempo, le esigenze organizzative delle imprese è una sfida raccolta già da alcuni anni dal legislatore a livello comunitario, nazionale, regionale.

Del resto fin dalla costituzione dell'Europa il principio di parità tra donne e uomini viene considerato basilare nelle politiche comunitarie. Il primo riferimento è nel Trattato di Roma (1957) istitutivo della Comunità

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Europea, che riconosce il principio della parità di retribuzione tra lavoratori di sesso maschile e quelli di sesso femminile per uno stesso lavoro o per un lavoro di pari valore.

Il concetto di parità è ancora limitato ma offre le basi per provvedimenti importanti fino ad arrivare, con il Trattato di Maastricht (1992), a un accordo sulla politica sociale che regolamenti le pari opportunità tra uomini e donne relativamente al mercato del lavoro e al trattamento sui luoghi di lavoro. Con il trattato vengono previsti vantaggi specifici, le azioni positive, per facilitare l'esercizio delle attività professionali da parte delle donne e prevenire o compensare gli svantaggi della loro carriera professionale. L'adozione di misure volte a conciliare le responsabilità familiari con quelle lavorative apre, inoltre, le possibilità per un'evoluzione positiva della normativa e della relativa adozione da parte degli stati membri. Il Trattato di Amsterdam (1997) rafforza in modo sostanziale la base giuridica a favore della parità tra uomini e donne. Viene stabilito l'impegno della Comunità in termini di mainstreaming della dimensione di genere, ossia l'integrazione delle pari opportunità in tutte le politiche comunitarie e delle azioni positive. Nuovi obiettivi in materia occupazionale vengono stabiliti nella sessione straordinaria del Consiglio europeo il 23 e 24 marzo 2000 a Lisbona.

Obiettivo generale è accrescere il tasso di occupazione dalla media attuale del 61% a una percentuale che si avvicini il più possibile al 70% e nell'aumentare il numero delle donne occupate dall'attuale media del 51% a una media superiore al 60%, il tutto entro il 2010. Il 7-8 dicembre 2000 il Consiglio Europeo riunito a Nizza approva la Carta dei Diritti fondamentali dell'Unione Europea che ribadisce l'importanza della parità di diritti e opportunità per tutti i cittadini, uomini e donne. Vengono

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

previste nuove azioni in riferimento alle discriminazioni, la parità tra uomini e donne, la vita familiare e vita professionale e la sicurezza sociale e assistenza sociale.

Il quadro generale delle attività dell'Unione europea, in riferimento alle tematiche specifiche, è completato dalla programmazione in materia avviata dal 1981 attraverso cinque programmi d'azione della durata di un quinquennio ciascuno.

Le pari opportunità, grazie all'adozione del principio del mainstreaming, diventano a metà degli anni '90 un obiettivo trasversale dei Fondi strutturali di tutta la programmazione europea, cioè, in tema di occupazione, formazione, sviluppo.

La strategia dell'U.E. pone le politiche per l'occupazione femminile al centro delle azioni cofinanziate nel periodo di programmazione 2000-2006 dalle risorse messe in campo con il F.S.E

L'aumento dell'occupazione femminile è la chiave per sviluppare il mercato del lavoro piemontese

Sono quindi state previste misure specifiche di aiuto per le imprese che decidano di introdurre forme di flessibilità d'orario e organizzative, tali da rendere più agevole per i lavoratori/lavoratrici la conciliazione lavoro-famiglia.

Purtroppo si è dovuto constatare che queste misure di sostegno finanziario sono ancora poco conosciute dalle imprese e che nonostante l'ingente quantità di risorse disponibili, le richieste di contributo sono state numericamente trascurabili.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

L'UE ha stimato in maniera incisiva gli interventi per migliorare la posizione femminile nella società e nel lavoro.

Per questo motivo il Programma Operativo Regionale ha recepito il tema delle p.o. sia come obiettivo trasversale a tutti gli assi, sia come specifico asse di interesse: l'Asse E, riservato alle donne per migliorare la posizione femminile nel mondo del lavoro, tramite modalità organizzative flessibili: part-time, telelavoro, job sharing per meglio conciliare tempi di lavoro e vita familiare e personale.

Gli obiettivi operativi dell'Asse E sono rivolti a:

- Aumentare il tasso di partecipazione delle donne al lavoro e favorire l'imprenditorialità femminile
- Migliorare la posizione femminile nel mondo del lavoro e vedere la conciliazione dei tempi di lavoro con quelli della famiglia.

Su questi orientamenti, la Camera di Commercio di Vercelli con la rete di partenariato costituita dal Comitato per l'Imprenditorialità Femminile e da Formater, agenzia di formazione di emanazione dell'Associazione Commercianti di Vercelli, ha progettato la costituzione dell'Osservatorio D'Impresa.

L'Osservatorio è costituito presso la Camera di Commercio di Vercelli nell'ambito dei progetti realizzati in Piemonte della **Misura E1 del FSE** "Sostegno alla partecipazione delle donne al lavoro dipendente e autonomo e promozione dell'imprenditoria femminile".

L'obiettivo principale che D'IMPRESA si pone è la realizzazione di un progetto di ricerca sulla nascita e sulla mortalità delle imprese femminili

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

rispetto al tessuto imprenditoriale della provincia di Vercelli al fine di elaborare strumenti per indirizzare la riconversione o la creazione di nuove imprese verso i settori “necessari” od “emergenti”

Gli obiettivi del Progetto :

L’obiettivo principale che D’IMPRESA si pone è la realizzazione di un progetto di ricerca sulla nascita e sulla mortalità delle imprese femminili rispetto al tessuto imprenditoriale della provincia di Vercelli.

Gli scopi:

- Creazione di una rete formata da soggetti pubblici e privati
- Creazione di una rete di monitoraggio permanente
- Rendere accessibili informazioni sul mainstreaming e sulle culture di parità in genere
- Identificazione di nuove opportunità o dei migliori canali per realizzarle
- Creazione di una rete di monitoraggio permanente

I soggetti coinvolti

le imprese femminili definite dall’art. 2 della legge 215, ovvero: “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 due terzi a donne e i cui organi di amministrazione

siano costituiti per almeno i due terzi da donne, nonché le imprese individuali gestite da donne, che operino nei settori dell’industria, dell’artigianato, dell’agricoltura, del commercio, del turismo e dei servizi”.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Le attività previste:

1. censimento delle imprese femminili e delle imprenditrici nei settori economici produttivi del vercellese (agricoltura, industria, commercio, artigianato, terziario)
2. analisi delle cariche assunte nell'impresa
3. rilevazione della forza lavoro occupata dalle imprese al femminile e percentuale di forza lavoro femminile
4. evoluzione delle imprese censite, anno di creazione, utilizzo dei finanziamenti, evoluzione produttiva e mortalità degli ultimi 10 anni
5. costituzione di un Osservatorio Statistico Permanente sull'imprenditoria femminile per la diffusione dei risultati emersi dall'indagine al fine di indirizzare la riconversione o la creazione di nuove imprese verso i settori "necessari" od "emergenti"

3. Storia delle pari opportunità.

LE PARI OPPORTUNITÀ E L'UNIONE EUROPEA

1957-Trattato di Roma

Nel trattato istitutivo della CEE viene sancito il principio di parità di retribuzione a parità di lavoro, successivamente recepito in alcune direttive:

- Direttiva 75/117/CEE parità di retribuzione;
- Direttiva 76/207/CEE parità di trattamento sul lavoro;
- Direttiva 78/7/CEE parità di trattamento nel campo della sicurezza sociale.

Anni '60 - Si fa strada il concetto della parità di trattamento per donne e uomini per uno stesso lavoro.

Anni '70 - Affermazione della necessità di dotarsi di strumenti sociali atti a garantire la conciliazione dei tempi di vita familiare e professionale per una maggiore partecipazione delle donne all'attività lavorativa.

Primi anni '80 - Obiettivo del raggiungimento delle pari opportunità a partire dalla Risoluzione sulla condizione della donna nella Comunità Europea fino all'adozione del Primo programma d'azione della Comunità (1982-1985).

In particolare tra il 1982 e il 2001 sono stati promossi 5 **programmi d'azione** per la realizzazione delle pari opportunità fra uomini e donne:

1° Programma (1982-1985), per la ricerca, la sensibilizzazione, degli imprenditori, dei sindacati e delle associazioni femminili sui nuovi diritti europei delle donne, studi sull'impegno professionale femminile legato

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

anche alle nuove tecnologie, ma soprattutto per la realizzazione di azioni positive come formazione professionale, stages, aiuti a cooperative di donne.

2° Programma (1986-1990), per facilitare l'accesso delle donne alle nuove tecnologie e meglio ridistribuire le responsabilità familiari, tutelare e creare nuovi posti di lavoro, uguali responsabilità nella vita politica, sociale, culturale e familiare, condivisione dei ruoli e difesa delle conquiste compiute.

3° Programma (1991-1995), con obiettivi più ambiziosi e completi e grande rilievo all'importanza di aumentare le donne nel Parlamento Europeo. Attenzione ai temi delle molestie sessuali, gravidanza, maternità, cura dei bambini. Istituita l'iniziativa NOW (nuove opportunità per le donne), per cofinanziare con gli Stati azioni specifiche.

4° Programma (1986-2000), per l'integrazione delle pari opportunità nell'insieme delle politiche, dei programmi, delle azioni, dei finanziamenti e dei sistemi di valutazione a livello europeo e nazionale. Incremento di mainstreaming ed empowerment nell'economia, per evitare la segregazione del lavoro femminile, nella famiglia per una politica dei servizi di cura e dei tempi, e nella società per un equilibrio nel processo decisionale.

5° Programma (2001-2005), per promuovere e finanziare attività secondo 5 obiettivi primari:

1. raggiungere la parità nella vita economica,
2. promuovere partecipazione e rappresentanza in condizioni di parità,
3. promuovere la parità dei diritti sociali da parte di uomini e donne,
4. promuovere la parità dei diritti civili da parte di uomini e donne,
5. promuovere il superamento degli stereotipi.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

1993-Trattato di Maastricht

Centralità delle azioni positive, ovvero le misure che prevedono vantaggi specifici destinati a facilitare l'esercizio di un'attività professionale da parte delle donne, o a prevenire o compensare degli svantaggi nella loro carriera professionale. Possono essere:

misure per facilitare la carriera o la formazione professionale;

misure di carattere preferenziale per compensare una situazione di forte svantaggio per le donne;

misure volte a raggiungere un equilibrio nelle responsabilità familiari.

1995-IV Conferenza Mondiale delle Donne (Pechino)

E' un punto di svolta nelle pari opportunità a livello mondiale.

La Commissione Europea contribuisce a formulare 2 fondamentali obiettivi strategici:

- mainstreaming di genere,
- empowerment.

1997-Trattato di Amsterdam

Formalizza i principi (articolo 3) e rende sistematico il mainstreaming (articolo 13), introducendo la procedura in base alla quale le istituzioni comunitarie possono predisporre i provvedimenti opportuni per combattere le discriminazioni fondate sul sesso.

Vengono definiti i 4 pilastri posti alla base di tutte le successive politiche dell'Unione:

- occupabilità,
- imprenditorialità,
- adattabilità,
- pari opportunità.

1997-Consiglio Europeo sull'Occupazione (Lussemburgo)

Viene definita la Strategia Europea per l'Occupazione, fondata sui 4 pilastri precedentemente indicati. Ispirandosi ad essi, i singoli Stati devono incrementare i livelli dell'occupazione.

Dal 1997 gli Stati sono obbligati a presentare alla Commissione un piano annuale per l'occupazione (PAN).

2000-Consiglio Europeo Straordinario, Lisbona

Ha stabilito l'obiettivo strategico dell'UE per il decennio 2000/2010, ovvero una crescita economica sostenibile, attuata creando nuovi e migliori posti di lavoro, favorendo le pari opportunità, la conciliazione di vita lavorativa e familiare e il miglioramento dei servizi d'assistenza per l'infanzia.

2000-Conferenza di New York

Si è controllato lo stato d'applicazione della Piattaforma di Pechino, indicando anche nuove strategie per il futuro.

2000/2006-Agenda 2000

1) Si sono stabiliti i campi d'intervento dei Fondi Strutturali (gli strumenti finanziari gestiti insieme da Stati membri e Commissione Europea per fronteggiare problemi strutturali e ridurre le ineguaglianze tra regioni e gruppi economici e sociali). Essi sono:

- contribuire allo sviluppo economico flessibile,
- sviluppare l'occupazione e le risorse umane,
- promuovere la parità tra donne e uomini,
- proteggere e migliorare l'ambiente.

2) Il terzo obiettivo prioritario da grande spazio ai programmi ed alle azioni positive in favore delle parità di opportunità tra uomo e donna, promuovendo

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

l'adeguamento e la modernizzazione delle politiche e dei sistemi di istruzione, formazione e collocamento.

3) Sono state attivate 4 iniziative comunitarie, finanziate ciascuna da un solo fondo, tra cui l'iniziativa EQUAL, che promuove nuovi strumenti per lottare contro ogni tipo di discriminazione e disuguaglianza nell'ambito del mercato del lavoro (FSE).

2002-Relazione Annuale sulle Pari Opportunità per le Donne e gli Uomini nell'Unione Europea

Ha analizzato gli sviluppi ed i risultati del 2001. Nel 2001 si è resa operativa per la prima volta la Strategia Quadro Comunitaria per la Parità tra Donne e Uomini 2001-2005, con grandi progressi nell'integrazione delle questioni attinenti alla parità nei programmi politici e nel bilanciamento tra uomini e donne nelle strutture comunitarie.

LE PARI OPPORTUNITÁ IN ITALIA

Costituzione Italiana - Articolo 3

Legge 6 dicembre 1971, n. 1044 - Piano quinquennale per l'istituzione di asili-nido comunali con il concorso dello Stato

Legge 30 dicembre 1971, n. 1204 - Tutela delle lavoratrici madri

Legge 9 dicembre 1977, n. 903 - Parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro

Legge 10 aprile 1991, n. 125 - Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Legge 25 febbraio 1992, n. 215 - Azioni positive per l'imprenditoria femminile

Decreto Legislativo 25 febbraio 2000, n. 61, Attuazione della direttiva 97/81/CE relativa all'accordo quadro sul lavoro a tempo parziale concluso dall'UNICE, dal CEEP e dalla CES

Legge 8 marzo 2000, n. 53 - Disposizioni per il sostegno della maternità e della paternità, per il diritto alla cura e alla formazione e per il coordinamento dei tempi delle città

Decreto Legislativo 23 maggio 2000, n. 196 - Disciplina dell'attività delle consigliere e dei consiglieri di parità e disposizioni in materia di azioni positive, in attuazione dell'art. 47, comma 1, legge 17 maggio 1999, n. 144

Decreto Legislativo 26 marzo 2001, n. 151 - Testo unico delle disposizioni legislative in materia di tutela e sostegno della maternità e della paternità

Decreto ministeriale 15 maggio 2001 - Azioni positive per la flessibilità

Decreto Legislativo 9 luglio 2003, n. 216 – Attuazione della direttiva 2000/78/CE per la parità di trattamento in materia di occupazione e di condizioni di lavoro

LE PARI OPPORTUNITÀ IN PIEMONTE

Legge regionale 12 novembre 1986, n. 46 – Commissione regionale per la realizzazione delle pari opportunità fra uomo e donna

Legge regionale 29 ottobre 1992, n. 43 - Informazione, promozione, divulgazione di azioni positive per la realizzazione di pari opportunità fra uomo e donna

Legge regionale 6 aprile 1995, n. 52 - Norme per la formulazione e l'adozione dei piani comunali di coordinamento degli orari (P.C.O.)

4. Agevolazioni per l'imprenditoria femminile

Le agevolazioni specifiche per l'imprenditoria al femminile sono da ricercarsi principalmente in ambito regionale e sono sostanzialmente riconducibili a tre leggi.

La prima è la legge **215/92** "Azioni positive per l'imprenditoria femminile", provvedimento per eccellenza a favore dell'impresa rosa, che dopo una prima gestione statale è stata delegata alle Regioni che hanno quota parte nel finanziamento dei bandi.

Seguono le agevolazioni delle leggi regionali **22/97**, a favore delle nuove imprese, e **67/94** per le cooperative. Entrambe attribuiscono una priorità alle imprese totalmente o in prevalenza femminili e sono uno strumento valido e fruibile in tempi brevi per le donne che vogliono iniziare un'attività imprenditoriale.

LEGGE 215/92 "Azioni positive per l'imprenditorialità femminile".

Settori di attività ammessi

Manifatturiero e assimilati (sezioni C, D, E ed F classificazione delle attività economiche ISTAT '91);

Commercio, turismo e servizi (sezioni G, H, I, J, K, M, N ed O della classificazione delle attività economiche ISTAT '91);

Agricoltura (sezioni A e B della classificazione ISTAT '91).

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Soggetti beneficiari

Possono accedere alle agevolazioni imprese individuali, cooperative, società di persone e società di capitali aventi i seguenti requisiti:

a) dimensione di piccola impresa:

- meno di 50 dipendenti;
- fatturato inferiore a 7 ML di Euro o attivo di stato patrimoniale inferiore ai 5 ML di Euro;
- non siano partecipate per il 25% o più da una o più imprese, anche congiuntamente, di dimensione superiore.

b) gestione prevalentemente femminile:

- per le imprese individuali: il titolare deve essere una donna;
- per le società di persone e per le cooperative: maggioranza numerica di donne non inferiore al 60% della compagine sociale;
- per le società di capitali: le quote di partecipazione al capitale devono essere per almeno i 2/3 di proprietà di donne e gli organi di amministrazione devono essere costituiti per almeno i 2/3 da donne.

Alla presentazione della domanda le imprese devono essere costituite e iscritte al registro delle imprese.

Le imprese individuali devono possedere il numero di partita I.V.A. ed essere iscritte per la concessione della seconda quota.

Nei casi in cui alla data di avvio di un programma di investimenti, l'impresa richiedente non aveva i requisiti di partecipazione femminile, le spese già sostenute sono comunque ammissibili avvalendosi della regola "de minimis" se al momento della presentazione della domanda l'impresa ha i requisiti di

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

ammissibilità; la circolare esplicativa precisa, al punto 1.2, che i requisiti di partecipazione femminile devono sussistere al momento della domanda ed essere mantenuti per cinque anni dalla data di concessione.

Iniziative ammissibili

Sono ammessi alle agevolazioni gli investimenti finalizzati a:

- a) avvio di attività imprenditoriali;
- b) acquisto di attività preesistenti mediante rilevamento dell'attività medesima o di un ramo aziendale ovvero mediante affitto per almeno cinque anni. Da tale tipo di iniziativa, per il settore della produzione agricola primaria, sono escluse le spese connesse al rilevamento della attività e ammessi solo i nuovi investimenti;
- c) realizzazione di progetti aziendali innovativi connessi all'introduzione di qualificazione e di innovazione di prodotto tecnologica o organizzativa anche se finalizzata all'ampliamento e all'ammodernamento dell'attività;
- d) acquisizione di servizi reali destinati all'aumento della produttività, all'innovazione organizzativa, al trasferimento delle tecnologie, alla ricerca di nuovi mercati per il collocamento dei prodotti, all'acquisizione di nuove tecniche di produzione, di gestione e di commercializzazione, nonché per lo sviluppo di sistemi di qualità.

Spese ammissibili

Sono ammissibili ai contributi le spese relative a:

- a) impianti generali (elettrico, riscaldamento e condizionamento, antifurto ecc.);

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- b) macchinari e attrezzature (inclusi arredi e mezzi mobili indispensabili all'attività produttiva);
- c) brevetti (nel limite del 12%, per il settore della produzione agricola primaria);
- d) software;
- e) opere murarie e relativi oneri di progettazione e direzione lavori, nel limite del 25% della spesa per impianti, macchinari e attrezzature; le spese di progettazione e direzione lavori non possono superare il 5% dell'importo per opere murarie;
- f) studi di fattibilità e piani d'impresa, comprensivi dell'analisi di mercato, studi per la valutazione dell'impatto ambientale, nel limite del 2% del costo dell'investimento complessivamente ammesso.

Nel caso di acquisto di **attività preesistenti**, la domanda può riferirsi anche al costo per l'acquisto dell'attività stessa, limitatamente al valore relativo a macchinari, attrezzature, brevetti e software da utilizzare per lo svolgimento dell'attività. Nel caso in cui l'acquisto dell'attività si sia perfezionato tra coniugi o tra parenti entro il 2° grado, la domanda di agevolazione non può riferirsi al costo dell'acquisto ma unicamente all'ammontare del nuovo investimento. Qualora la titolare ovvero uno o più soci dell'impresa cessionaria siano anche i soci dell'impresa cedente, ovvero coniugi o parenti entro il 2° grado degli stessi, il costo di acquisto è decurtato in proporzione alle quote detenute da ciascuno di tali soggetti nell'impresa cessionaria.

Le domande per l'acquisizione di **servizi reali** possono riguardare le spese sostenute per l'acquisto di servizi reali forniti da imprese, enti pubblici e privati con personalità giuridica, professionisti iscritti ad un albo professionale. I servizi reali ammissibili (il cui elenco è previsto dalla

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

normativa) sono destinati all'aumento della produttività, all'innovazione organizzativa, al trasferimento delle tecnologie, alla ricerca di nuovi mercati per il collocamento dei prodotti, all'acquisizione di nuove tecniche di produzione, di gestione e di commercializzazione, nonché per lo sviluppo di sistemi di qualità.

Tutti i costi agevolabili sono da ritenersi al **netto dell'IVA** e di altre imposte e tasse.

I beni possono essere acquisiti anche attraverso **locazione finanziaria**, relativamente al costo del bene, al netto dell'IVA e di altre imposte e tasse, fatturato dal fornitore alla società di locazione finanziaria.

Spese ammissibili	Spese escluse
a) Impianti generali	<i>a) Beni usati (tranne che per il rilevamento di attività preesistente)</i>
b) Macchinari ed attrezzature. Mezzi mobili, non targati, indispensabili alla attività produttiva	<i>b) Acquisto di terreni e fabbricati</i>
c) Acquisto brevetti	<i>c) Beni realizzati in economia o comunque oggetto di autofatturazione</i>
d) Acquisto software	<i>d) Spese di avviamento</i>
e) Opere murarie (max 25% di a+b) e relativi oneri di progettazione (max 5% della spesa per opere murarie)	<i>e) Spese di funzionamento e per scorte</i>

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

f) Studi di fattibilità e piani d'impresa (max 2% del totale dell'investimento)	<i>f) Mezzi mobili non indispensabili all'attività produttiva</i>
	<i>g) Beni ad uso promiscuo</i>
	<i>h) Imposte, tasse e bolli</i>
	<i>i) Costo del rilevamento in caso di cessione tra coniugi, o tra parenti entro il secondo grado</i>
	<i>l) Quota del socio che appartenga, in caso di rilevamento attività preesistente, sia all'impresa cessionaria che alla cedente</i>
	<i>m) Costo del rilevamento in caso di acquisizione di attività preesistente nel settore agricolo primario</i>

Agevolazioni

Consistono in contributi in conto capitale, calcolati secondo le intensità massime di aiuto consentite dalla normativa comunitaria vigente ed articolate in base alla localizzazione dell'unità locale oggetto dell'investimento, espresse in Equivalente Sovvenzione Netto e/o Equivalente Sovvenzione Lordo (E.S.N. e/o E.S.L.).

In alternativa, le imprese possono richiedere che i suddetti contributi siano concessi secondo la regola "de minimis" (prevede l'importo massimo di 100.000 € di aiuti complessivi a titolo "de minimis" ottenibili dall'impresa nel periodo di tre anni).

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Le agevolazioni non sono cumulabili con altre agevolazioni statali, regionali, delle Province autonome di Trento e Bolzano, comunitarie o comunque concesse da Enti o istituzioni pubbliche per finanziare lo stesso programma di investimenti. Unica eccezione è costituita dalla concessione della garanzia prevista dal Fondo della legge 7 agosto 1997, n. 266 e dal Fondo istituito presso l'Artigiancassa S.p.A. dalla legge 14 ottobre 1964, n. 1068.

Per la produzione agricola primaria le agevolazioni sono concesse secondo le E.S.L.:

Zone svantaggiate	50% E.S.L.
Altre	40% E.S.L.

Giovani agricoltori	
Zone svantaggiate	55% E.S.L.
Altre	45% E.S.L.

Acquisto servizi	
Zone svantaggiate	40% E.S.L.
Altre	30% E.S.L.

Procedure

Le agevolazioni sono concesse nei limiti delle risorse disponibili sulla base di graduatorie regionali suddivise nei tre macrosettori "agricoltura", "manifatturiero e assimilati", "commercio, turismo e servizi".

L'iter procedurale prevede:

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- presentazione delle domande al Ministero dell'Industria o alla Regione in caso di integrazione delle disponibilità con fondi regionali secondo lo schema e gli allegati previsti dalla normativa;
- istruttoria finalizzata alla verifica dell'ammissibilità ed alla valutazione tecnico-economica dei progetti;
- assegnazione dei punteggi sulla base dei criteri di priorità concernenti il grado di partecipazione femminile all'impresa, l'impatto occupazionale complessivo dell'iniziativa e la relativa percentuale di manodopera femminile, l'investimento unitario, ulteriori criteri validi su tutto il territorio nazionale ed eventualmente quelli a valenza regionale;
- formazione delle graduatorie regionali divise per macrosettori di attività ed emanazione dei provvedimenti di concessione dei contributi fino ad esaurimento delle risorse.

Il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato fissa i limiti entro i quali, una volta realizzata l'iniziativa, è consentito lo scostamento dai dati previsionali, dichiarati nel modulo di domanda, in relazione agli elementi che determinano l'attribuzione dei punteggi.

Ciascuna Regione ha la facoltà di integrare le risorse nazionali con propri fondi. In tal caso la Regione stessa provvede, anche attraverso soggetti concessionari, all'accoglimento e all'istruttoria delle domande, all'individuazione di ulteriori criteri di priorità regionale per l'assegnazione dei punteggi, alla formazione delle graduatorie, alla concessione e all'erogazione dei contributi.

Criteri di priorità per la formazione delle graduatorie

Criteri validi su tutto il territorio nazionale:

- 1) rapporto tra occupati complessivi attivati dal programma e investimento complessivo ammissibile;
- 2) rapporto tra donne occupate attivate dal programma e investimento complessivo ammissibile;
- 3) rapporto tra "nuovi investimenti" ammessi alle agevolazioni (al netto delle spese agevolabili del rilevamento nei casi di acquisizione di attività preesistente) e "investimenti totali".

Il valore di questi ultimi è pari:

- per le iniziative di avvio di attività, ai "nuovi investimenti";
 - per le acquisizioni di attività preesistenti, alla somma dei "nuovi investimenti" e delle spese agevolabili del rilevamento;
 - per i progetti innovativi e le sole acquisizioni di servizi reali, alla somma dei "nuovi investimenti" e del valore degli "investimenti netti" preesistenti (inteso quale valore preesistente delle immobilizzazioni materiali e immateriali al netto degli ammortamenti);
- 4) maggiorazione del 10% dei primi tre rapporti per le imprese a totale partecipazione femminile (ditte individuali, società di persone e cooperative con la totalità dei soci donne e società di capitali in cui il capitale sia detenuto al 100% da donne e l'organo di amministrazione sia composto totalmente da donne);
 - 5) maggiorazione del 5% dei primi tre rapporti qualora intervengano una sola o entrambe delle seguenti condizioni:

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- a) l'impresa aderisca o si impegna ad aderire entro l'anno a regime a sistemi riconosciuti di certificazione di qualità o ambientale;
- b) il programma è finalizzato anche in parte al commercio elettronico (*investimenti in hardware, software, servizi reali*).

Criteri di priorità regionale

Ai suddetti criteri validi sull'intero territorio nazionale si aggiungono gli eventuali criteri di priorità regionale, individuati dalle Regioni che integrano le risorse nazionali con propri fondi. A tal fine, ciascuna Regione o Provincia autonoma indica particolari aree del proprio territorio e specifiche attività economiche, considerate prioritarie per lo sviluppo, assegnando per ciascuna area e ciascun settore di attività un punteggio intero da 0 a 10 da attribuire ai programmi inseriti nelle graduatorie regionali di pertinenza.

Il punteggio complessivo che determina la posizione in graduatoria di ciascuna domanda è ottenuto sommando algebricamente i valori normalizzati dei primi tre criteri nazionali e degli eventuali criteri di priorità regionale, dopo averli eventualmente incrementati delle maggiorazioni percentuali previste dai criteri 4) e 5).

Erogazione

Le agevolazioni sono erogate a stato di avanzamento lavori in due quote:

- 30% delle agevolazioni a fronte della realizzazione di una corrispondente quota degli investimenti ammessi. La prima quota può essere erogata a titolo di anticipazione su richiesta dell'impresa e dietro presentazione di fideiussione bancaria o

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

polizza assicurativa. E' resa disponibile a partire dal 30° giorno dalla pubblicazione delle graduatorie;

- 70% delle agevolazioni a seguito della totale realizzazione del programma e dell'invio della documentazione finale di spesa.

Dalla seconda quota è trattenuto un importo pari al **10%** dell'agevolazione concessa, da erogarsi dopo i controlli effettuati sulla documentazione di spesa e le eventuali verifiche in loco.

Tale quota è resa disponibile dopo 6 mesi per gli investimenti di durata fino ad un anno; dopo 1 anno per quelli con durata superiore.

LEGGE REGIONALE 22/97 “Misure straordinarie per incentivare l’occupazione mediante la promozione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali e per l’inserimento in nuovi posti di lavoro rivolti a soggetti svantaggiati”.

Possono essere ammesse a beneficiare dei contributi e del finanziamento previsto dalla Legge Regionale 22/1997:

- le imprese individuali costituite da un soggetto che faccia parte delle categorie da 1 a 6 indicate nel paragrafo successivo;
- le società di persone o di capitali in cui almeno il 60 % dei soci appartenga ad una delle categorie indicate da 1 a 6. I soci appartenenti a queste categorie devono inoltre sottoscrivere almeno il 60% del capitale nelle società di persone e almeno l'80% nelle società di capitale.

Le categorie di soggetti interessate sono le seguenti:

1. giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni;

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

2. lavoratori o lavoratrici posti in mobilità secondo le norme vigenti;
3. lavoratori o lavoratrici direttamente provenienti da aziende in liquidazione o sottoposte a procedure concorsuali o da stabilimenti dismessi;
4. persone iscritte da almeno 24 mesi nelle liste di cui al D.Lgs. n. 181/2000 e s.m.i. relativo alle norme sull'organizzazione del mercato del lavoro;
5. donne. Le imprese e le società formate da donne avranno priorità nell'esame e nell'accoglimento delle domande (art. 10). Per le società di persone le donne devono costituire almeno l'80% dei soci e per le società di capitali l' 80% del capitale deve essere sottoscritto da donne e queste devono essere in maggioranza nell'organo dirigente per avere diritto alla priorità nell'esame delle domande.
6. emigrati piemontesi, compresi i lavoratori frontalieri (art. 2 legge regionale 9 gennaio 1997, n. 1 e legge regionale 20 dicembre 1998, n. 45).

Occorre ricordare che:

- le categorie di persone comprese nei punti da 1 a 5 devono essere residenti in Piemonte da almeno 24 mesi rispetto alla data di presentazione della domanda;
- le imprese e le società, sia di capitali, sia di persone, devono avere sede legale, amministrativa e operativa nella Regione Piemonte.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Incentivi

Sono previste tre forme di intervento:

1 - contributo a fondo perduto per le spese di costituzione dell'impresa e per la predisposizione del progetto di impresa e di sviluppo

Questo finanziamento può raggiungere l'importo massimo di € 12.911,42 (Lit. 25 milioni) e comunque non può superare il 50% delle spese ammissibili, elencate di seguito. Le spese di avvio e costituzione dell'impresa devono essere sostenute e fatturate dalla data di costituzione fino a sei mesi dopo la data di presentazione della domanda (per le imprese individuali: dalla data di assegnazione della partita IVA fino a sei mesi dopo la data di presentazione della domanda) e sono le seguenti:

- parcella professionale inerente la predisposizione del progetto d'impresa;
- consulenza e assistenza alla costituzione dell'impresa o della società;
- parcella notarile riguardante la costituzione della società e l'eventuale atto di acquisizione d'azienda (per l'impresa individuale solo l'eventuale atto di acquisizione di azienda);
- contratti per gli allacciamenti e i collegamenti necessari per l'avvio dell'impresa o società (per esempio i contratti per gli allacciamenti del telefono, dell'energia elettrica ecc., esclusi i canoni);
- spese di pubblicità e promozione (compresa la realizzazione del logo).

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

2 - ulteriore contributo a fondo perduto

Fino a un massimo di € 5.164,57 e comunque non oltre il 50% delle spese sostenute per i servizi di assistenza tecnica e gestionale. Le spese ammissibili per usufruire di questo contributo devono essere sostenute e fatturate nel primo anno di attività, vale a dire nei dodici mesi successivi la data di costituzione dell'impresa. Le spese ammissibili relative ai servizi di assistenza tecnica e gestionale riguardano:

- studi di fattibilità e ricerche di mercato;
- assistenza tecnica e gestionale (per esempio la tenuta della contabilità, ecc);
- corsi di formazione.

3 - finanziamento a tasso agevolato per la copertura fino al 100% (fino a un massimo di € 103.291,38) delle spese ammissibili per investimenti relativi all'acquisizione di:

- macchinari e attrezzature;
- automezzi nel limite massimo di valore previsto dall' art. 121 bis del D.P.R. 917/1986 (€ 18.075,99);
- sistemi informatici e relativi programmi applicativi;
- licenze, registrazione brevetti e marchi (escluso l'avviamento commerciale);
- attivazione o adeguamento degli impianti tecnici e dei locali.

È implicito che tutti questi beni devono essere direttamente connessi e necessari alle attività produttive e lavorative previste nel progetto d'impresa. Le spese ammissibili a usufruire di questo finanziamento devono essere sostenute e documentate fino a 24 mesi dopo la costituzione della società

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

(per l'impresa individuale: dalla data di assegnazione della partita IVA fino a 24 mesi dopo la data di costituzione dell'impresa).

Se i beni sono acquistati mediante contratto di leasing sono ammessi al finanziamento solo se riscattati entro i termini previsti per la rendicontazione.

Questo finanziamento verrà erogato per il 50% con fondi regionali a tasso zero e per il restante 50% con fondi bancari alle migliori condizioni di mercato tramite gli istituti di credito convenzionati con Finpiemonte, cui è affidata la gestione delle risorse finanziarie della legge.

Il finanziamento è assistito anche da un Fondo di Garanzia che favorisce le imprese/società nell'accesso al credito.

Quando e come presentare la domanda

La domanda per l'ammissione ad usufruire del finanziamento e dei contributi previsti dalle l.r. 28/1993 e l.r. 22/1997 deve essere presentata dall'impresa individuale o dalla società su un modulo appositamente predisposto dall'Amministrazione Regionale. L'istanza va spedita a mezzo posta (per la verifica dei termini di presentazione farà fede il timbro postale) entro 180 giorni dalla data di costituzione dell'impresa o della società nei periodi compresi tra:

1° e 31 gennaio;

1° e 31 maggio;

1° e 30 settembre.

Cause di inammissibilità delle domande di contributo e finanziamento:

- domande presentate fuori dalle scadenze temporali previste;

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- domande presentate oltre il 180° giorno dalla data della costituzione;
- domande che richiedono solo ed esclusivamente il contributo regionale a fondo perduto e quindi prive di richiesta di finanziamento agevolato;
- domande che richiedono un finanziamento a tasso agevolato per la realizzazione di investimenti con una spesa complessiva inferiore a € 15.000,00;
- domande non corredate dal progetto di impresa;
- domande di imprese o di società che acquisiscono attività preesistenti, alla data di presentazione della domanda, facenti capo al coniuge, a parenti in linea retta, a fratelli e sorelle dell'imprenditore, dei soci e/o degli Amministratori;
- domande di società che acquisiscono, di diritto o di fatto, attività preesistenti alla data di presentazione della domanda, esercitate anche in forma professionale, facenti capo all' imprenditore, ai soci e/o agli amministratori;
- domande imprese o società che rappresentano un' estensione o continuazione di attività preesistenti, alla data di presentazione della domanda, facenti capo all' imprenditore, ai soci e/o agli amministratori.

Domande di imprese o di società operanti nei seguenti settori di attività:
Agricoltura (sezione A della classificazione ISTAT '91), Pesca (sezione B della Classifica ISTAT '91), Industrie Alimentari e delle bevande e industrie del tabacco (sezione DA della classificazione ISTAT '91 ad eccezione dei

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

seguenti codici: 15.52, 15.81, 15.82, 15.84, 15.85, 15.86, 15.88, 15.89, 15.91, 15.96, 15.98, 15.99 e Trasporti (Sezione I della Classificazione ISTAT '91, limitatamente alle seguenti divisioni: 60, 61, 62).

LEGGE REGIONALE 67/94 “Interventi per l’inserimento qualificato di giovani disoccupati e di lavoratori in cassa integrazione straordinaria o ex-dipendenti di aziende in crisi in cooperative già costituite o di nuova costituzione”.

Possono essere ammesse a beneficiare degli incentivi di questa legge:

1) Cooperative di nuova costituzione:

Tipologia A

Cooperative o Piccole Società Cooperative che risultino formate - all'atto della loro costituzione nonché alla data di presentazione della domanda - **per almeno il 60 % dei soci** da soggetti appartenenti ad una o più delle seguenti categorie:

- lavoratori che si trovano in Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria a "zero ore" o in disoccupazione speciale al momento della loro associazione nella cooperativa;
- lavoratori direttamente provenienti da aziende in liquidazione o sottoposte a procedure concorsuali o da stabilimenti dismessi;
- soggetti in stato di disoccupazione da almeno sei mesi, alla data della loro associazione cooperativa;
- emigrati piemontesi così come definiti dall'art. 2 della legge regionale 9 gennaio 1987, n. 1 e sue successive modificazioni;
- lavoratori e lavoratrici posti in mobilità ai sensi della vigente normativa;

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- giovani di età compresa tra i 18 ed i 35 anni all'atto della loro associazione nella cooperativa, unitamente a soggetti appartenenti a una o più delle precedenti categorie.

Tipologia B

Cooperative o Piccole Società Cooperative che risultino formate - all'atto della loro costituzione nonché alla data di presentazione della domanda - **per almeno il 80 % dei soci** da soggetti appartenenti ad una o più delle seguenti categorie:

- da giovani di età compresa tra i 18 ed i 35 anni all'atto della loro associazione nella cooperativa;
- da donne che siano anche in maggioranza nell'organo dirigente della cooperativa.

2) Cooperative già operanti che prevedono un aumento dell'occupazione

Tipologia C

Cooperative che all'atto di presentazione della domanda:

- hanno un numero di soci lavoratori superiore a quello dei lavoratori dipendenti. Non debbono essere conteggiati tra questi ultimi i lavoratori dipendenti assunti con contratto di lavoro a termine (compresi i contratti di lavoro a progetto e, qualora siano a tempo determinato, anche i contratti di lavoro intermittente, ripartito o a tempo parziale, i contratti di inserimento, di formazione-lavoro eventualmente posti in essere alla data del D.lgs del 10.09.2003, n. 276 e di apprendistato);

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- prevedono, nell'arco di validità del progetto di sviluppo, un consistente e qualificato aumento dell'occupazione attraverso

l'inserimento di soggetti appartenenti alle categorie previste per le cooperative delle tipologie A e B:

Gli incrementi occupazionali devono essere in misura di almeno:

Fascia numero occupati	3-25	26-75	76-100	+ 101
(all'atto di presentazione della domanda)				
Incremento occupazionale	1	2	3	4
(numero unità)				

Incentivi

La legge regionale 67/94 prevede tre forme di intervento:

1. Contributo a fondo perduto a fronte delle spese generali di avviamento

La Regione può concedere, per le spese generali di avviamento connesse alla realizzazione del progetto di sviluppo, un contributo in conto capitale non superiore al 50 % della spesa riconosciuta ammissibile. Tale contributo non può superare comunque l'importo massimo di € 25.822,84 e ne possono beneficiare solo le cooperative di nuova costituzione.

Le spese ammissibili sono:

- costituzione della Società (sono comprese anche le spese relative ai contratti per l'effettuazione dei collegamenti ai servizi necessari per

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

l'avvio dell'iniziativa cooperativistica e le spese di pubblicità, compresa la realizzazione del logo);

- predisposizione del progetto di sviluppo (si intendono le spese per la liquidazione delle parcelle per prestazione professionale di consulenza o di collaborazione, per la stesura del progetto medesimo, nonché le eventuali indagini economiche, ricerche di mercato, studi di fattibilità relativi al progetto di sviluppo stesso ed ai suoi obiettivi),
- acquisto di materie prime e semilavorati;
- canoni di locazione per gli immobili destinati alle attività produttive.

Tali spese devono essere sostenute o da sostenersi entro il primo anno di esercizio: a tale proposito fa fede la data di inizio di attività risultante dal certificato della Camera di Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato.

Non sono ammissibili invece le parcelle notarili e/o professionali inerenti la predisposizione dell'atto costitutivo e dello Statuto.

2. Contributo a fondo perduto a fronte di spese per la formazione professionale e manageriale dei soci

A favore delle Cooperative di cui alle tipologie A, B e C sono previsti contributi per la formazione professionale e manageriale dei soci.

Il contributo è concesso fino ad un massimo del 50% delle spese effettivamente sostenute e documentate ed il suo ammontare non può comunque superare, per ogni anno, il valore del 20% del finanziamento ammesso, per l'anno stesso. La concessione del contributo è subordinata altresì alla regolare attuazione del progetto di sviluppo per l'anno di riferimento e, conseguentemente, la sua erogazione può essere disposta anche successivamente al provvedimento che autorizza il finanziamento per l'anno considerato.

3. Finanziamento a tasso agevolato con il concorso del sistema bancario

A favore delle Cooperative di cui alle tipologie A, B e C è previsto un finanziamento a tasso agevolato, che copre fino al 100 % della spesa totale riconosciuta ammissibile, da erogarsi annualmente in relazione alla realizzazione degli investimenti previsti dal progetto di sviluppo con le seguenti modalità: 50% fondi regionali a tasso nullo e 50% fondi bancari al tasso Euribor 6 mesi lettera + 1,00 punto spread.

Il finanziamento è assistito da un Fondo di Garanzia regionale che favorisce l'accesso al credito alle cooperative.

Le spese ammissibili sono:

- acquisizione o costruzione di beni immobili;
- impianti (gli impianti incorporati nelle strutture di un edificio non in proprietà devono essere vincolati per cinque anni all' utilizzo secondo le finalità del progetto e non possono essere alienati);
- macchinari ed attrezzature;
- automezzi;
- sistemi informatici e relativi programmi applicativi;
- licenze e brevetti.

I beni oggetto delle spese per investimenti possono essere nuovi o usati.

Limiti del finanziamento:

- il tetto massimo in valore assoluto del finanziamento concedibile con fondi regionali per spese di investimento previste nel progetto di sviluppo è fissato in € 200.000,00 (importo complessivo del finanziamento € 400.000,00);

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- per le Società Cooperative, che prevedono nell'ambito del progetto di sviluppo anche un investimento immobiliare non inferiore a €

200.000,00, il tetto massimo in valore assoluto del finanziamento concedibile con fondi regionali è fissato in € 250.000,00 (importo complessivo del finanziamento € 500.000,00).

Quando e come presentare la domanda

La domanda per l'ammissione ad usufruire degli incentivi previsti dalla L.R. n.67/1994 deve essere presentata dalle Cooperative, mediante la compilazione di un apposito modulo prestampato dall'Amministrazione regionale, nei periodi compresi tra l'1 ed il 31 gennaio o tra l'1 ed il 30 giugno di ogni anno.

Le cooperative di nuova costituzione devono presentare domanda nei periodi sopra citati, ma entro 18 mesi dalla loro costituzione.

Non possono usufruire della L.R. n. 67/1994 le società cooperative edilizie e di consumo e quelle operanti (come previsto dal Regolamento CE n. 69/2001) nei seguenti settori di attività: Agricoltura (sezione A della classificazione ISTAT '91), Pesca (sezione B della Classifica ISTAT '91) Industrie Alimentari e delle bevande e industrie del tabacco (sezione DA della classificazione ISTAT '91 ad eccezione dei seguenti codici: 15.52, 15.81, 15.82, 15.84, 15.85, 15.86, 15.88, 15.89, 15.91, 15.96, 15.98, 15.99) e Trasporti (Sezione I della Classificazione ISTAT '91, limitatamente alle seguenti divisioni: 60, 61, 62).

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

INFORMAZIONI

Per le leggi regionali 22/97 e 64/97

Regione Piemonte – Assessorato formazione professionale e lavoro

Via Pisano 6 – 10152 Torino

Te. 011-432.111

Fax 011-432.4878

Settore Sviluppo dell'imprenditorialità - Ufficio creazione d'impresa e sostegno all'imprenditorialità cooperativistica

Sig.ra Susanna Barreca - Tel. 011-432.4885

Finpiemonte

Galleria San Federico, 54 –10121 Torino

Tel. 011-5717851

Fax 011-5717832

sito internet: <http://www.finpiemonte.it>

Risorse in rete

http://www.regione.piemonte.it/lavoro/incentivi/impresa/lr28_93.htm

http://www.regione.piemonte.it/lavoro/incentivi/impresa/lr67_94.htm

4. Servizi offerti dall'Osservatorio

ACCOGLIENZA

SCHEMA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

- Dati dell'incontro:

Data:

Ora :

Durata dell'incontro:

Addetto al servizio:

- Profilo dell'Utente:

Cognome:

Nome:

Indirizzo: n°

CAP: Città: Prov:

Tel: Data

nascita:

- Formazione scolastica:
 - Diploma Scuola Media inferiore
 - Diploma Scuola Media superiore
 - Laurea

- Situazione occupazionale:
 - Lavoratore dipendente
 - Lavoratore occasionale
 - Studente
 - Disoccupato
 - Altro.....

- Settore di attività:
 - Agricoltura
 - Commercio

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

- Industria
- Pubblico/amministrativo
- Altro.....

- Motivo dell'incontro:

Richiesta di informazioni circa:

- Nuova attività
- Attività di formazione
- Finanziamenti disponibili
- Contatti con mercati esteri
- Nuovi mercati
- Altro.....

ESITO DELL'INCONTRO

- Sono state soddisfatte le richieste dell'utente?
 - Sì, subito
 - Sì, ma occorre concordare un altro appuntamento
 - No
- Come sono state soddisfatte le richieste dell'utente?
- E' necessario concordare un altro appuntamento?
 - Sì, in data.....
 - No

SCHEDA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

NUOVA ATTIVITA'

- **Descrizione della nuova attività che intende intraprendere:**
- **Dove intende "aprire" la nuova attività?**
- **Tipo di impresa:**
- **A quale/i genere/i di clienti è rivolta la sua attività?**
- **A quali mercati sarebbe rivolta questa nuova attività?**

SCHEDA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

FINANZIAMENTI DISPONIBILI

- **Ha già utilizzato in passato, finanziamenti?**
- **In che settore li ha utilizzati?**
- **Per cosa ha utilizzato questi finanziamenti?**

SCHEDA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

CONTATTI CON MERCATI ESTERI

- **Per quale settore/i sarebbe interessato ad avere contatti con i mercati esteri?**
- **Con quali paesi sarebbe interessato ad avere questi contatti?**
- **Per quale prodotto, è intenzionato ad avere contatti con i mercati esteri?**

SCHEDA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

ATTIVITA' DI FORMAZIONE

Personale

- **Quale/i argomento/i deve trattare il Corso di formazione che le piacerebbe seguire?**
- **Ha già preso parte ad altri Corsi di formazione?**
- **Nell'ambito di quale occupazione ha preso parte ai Corsi di formazione?**
- **Ha particolari esigenze di orario?**

SCHEDA DI ACCOGLIENZA OSSERVATORIO

ATTIVITA'DI FORMAZIONE

All'Interno di un'Impresa

- **Su quale argomento/i intende svolgere l'attività di formazione?**
- **All'interno dell'Azienda, sono già stati svolti Corsi di formazione?**
- **A chi erano rivolti i Corsi di formazione?**
- **A chi intende rivolgere ora i nuovi Corsi di formazione?**
- **Esistono esigenze particolari di orario per lo svolgimento dei Corsi di Formazione?**

ACCESSO AL CREDITO

Servizi prestati dall'Osservatorio

- Il Comitato attraverso l'Osservatorio presta servizio di informazione alle imprenditrici relativamente all'accesso ai finanziamenti bancari, alle garanzie consortili, nonché a criteri e modalità di concessione delle agevolazioni previste dalla Legge 215/92, Legge 662/96 (Fondo di garanzia per le PMI) e Legge 1068/64 (Fondo Artigiancassa) e dagli altri strumenti agevolativi e finanziari destinati alle piccole e medie imprese (regionali, nazionali e comunitarie).
- Il Comitato porta a conoscenza delle imprenditrici l'elenco delle strutture referenti dei soggetti aderenti all'accordo, e fornisce una prima valutazione dell'iniziativa imprenditoriale;
- Il Comitato è preposto al monitoraggio sull'attività svolta da Banche e Confidi ai sensi della convenzione stipulata in data 19 luglio 2004 rilevando volumi di operatività, condizioni applicate sui finanziamenti e sulle garanzie concesse, finalità delle operazioni finanziarie realizzate in favore delle imprese femminili.

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Servizi prestati dal Confidi

- Il Confidi svolge attività di supporto nei confronti delle imprenditrici, finalizzata all'identificazione dei più idonei mezzi di copertura in relazione ai fabbisogni finanziari.
- Nello svolgimento delle attività , ai fini dell'accesso ai Fondi Pubblici di garanzia il Confidi può avvalersi della collaborazione di Mediocredito Centrale, ovvero di Artigiancassa nel caso di imprese artigiane.
- Il Confidi può concedere garanzie in favore delle imprese consorziate o socie aventi requisiti soggettivi di cui alle leggi sull'imprenditoria femminile, secondo le disposizioni del proprio statuto e sulla base delle convenzioni già in atto o che saranno appositamente stipulate con le Banche che aderiscono all'iniziativa con copertura fino al 50% sui finanziamenti previsti dall'articolo 3.
- Per la garanzia è dovuta dall'impresa, nei limiti delle disposizioni statutarie e delle convenzioni, una commissione, una tantum comprensiva di ogni altro onere e spesa non superiore all'1,50% e del finanziamento. La garanzia è concessa, sempre nel rispetto delle disposizioni statutarie e delle convenzioni, entro 30 giorni lavorativi dalla data di presentazione della richiesta di garanzie da parte dell'impresa.

Servizi prestati dalla Banca

- La banca, attraverso la propria rete territoriale, svolge attività di supporto nei confronti delle imprenditrici, finalizzata all'identificazione dei più idonei mezzi di copertura in relazione ai fabbisogni finanziari.
- Per la prestazione dei servizi , la Banca provvede ad individuare una struttura preposta allo svolgimento del servizio assicurando un'efficace copertura del territorio.
- Nello svolgimento dell'attività di cui al presente articolo, ai fini dell'accesso ai Fondi pubblici di garanzia, la Banca può avvalersi della collaborazione di Mediocredito Centrale, ovvero di Artigiancassa nel caso di imprese artigiane

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

*Finanziamenti alle imprese aventi requisiti soggettivi di cui alle leggi a favore dell'imprenditoria femminile **Legge 215/92 e Legge regionale 22/97***

- La Banca mette a disposizione, per la durata della presente convenzione, risorse finanziarie per la concessione di finanziamenti alle imprese aventi i requisiti **soggettivi di cui alle leggi per l'imprenditoria femminile, ad un tasso, al netto delle spese di istruttoria e di atto, non superiore a EURIBOR + 1%, senza spese di Istruttoria.**
- La banca concede i finanziamenti di cui al precedente comma, tenendo conto della copertura dei rischi effettuata dai Confidi e **dai fondi pubblici.**
- La banca delibera la concessione dei finanziamenti di cui al presente articolo, in linea di massima, entro **30** giorni lavorativi dalla data di completamento della documentazione da essa richiesta, tenuto conto delle indicazioni fornite dai soggetti competenti nell'ambito della prestazione dei servizi di assistenza previsti dalla presente convenzione, fatte salve le valutazioni di merito di credito svolte nel corso dell'istruttoria bancaria.

ELENCO ASSOCIAZIONI, CONSORZI DI GARANZIA

E
ISTITUTI BANCARI

ASCOM

Associazione Commercianti Provincia di Vercelli

Galleria Verdi –Via Duchessa, 26 Vercelli

Tel. 0161.250045 Fax 0161.259095

e-mail vercelli@confcommercio.it

sito www.ascomvc.it

Presidente: Antonio Bisceglia

Segretario: Fernando Lombardi

Consorzio di garanzia

ASCOMFIDI SOC. COOP S.R.L.

Via Duchessa Jolanda, 26 Vercelli

Nome Referente : Rag. Rognone

Tel: 0161259144 Fax: 0161259095

E-mail: ascomfidi@interbusiness.it

Presidente: Canuto Sergio

Direttore: Ferdinando Lombardi

CNA VERCELLI

Via Caduti Sul Lavoro, 12 Vercelli
Tel. 0161/251687 Fax 0161/210353
e-mail servizi@cna.vc.it
sito www.cna.vc.it
Presidente: Fabrizio Actis
Direttore: Alberto Peterlin

Consorzio di garanzia

COGAR CNA Soc. Coop. A R.L.

Sede amministrativa: Via Caduti sul lavoro, 12 13100 Vercelli
Nome Referente : Ignazio Pasquino
Tel: 0161251687 Fax: 0161210353
Presidente: Bruno Braghini
Direttore: Ignazio Pasquino

CONFARTIGIANATO

Unione Artigiani della Provincia di Vercelli
Largo M. D'Azzo, 11 VERCELLI
Tel: 0161217655 Fax: 016154901
Sito www.artigiani.vc.it
e-mail info@artigiani.vc.it
Presidente: Cav. Uff. Bruno Augusto
Direttore: Gr. Uff. M.O. Misia Giuseppe

Consorzio di garanzia

CONFARTIGIANATO FIDI PIEMONTE

Sede amministrativa: Corso Francia, 23 10138 Torino
Nome Referente : Bormida Lucetta/ Giuseppe Mortara
Tel: 0114341455 Fax: 0114341423
E-mail: cagprovto@tin.it
Presidente: Enzo Vittoni
Direttore Mortara, Bormida e Gian Mario Caramanna

CONFESERCENTI

Via Meucci, 1 VERCELLI
Tel: 0161/ 501595
e-mail info@confesercentivc.it

Parte prima- Pari opportunità e imprenditorialità femminile

Consorzio di garanzia

FINCOM soc. coop. Di garanzia fra commercianti a r.l.

Sede amministrativa: Via Szego Vercelli
Nome Referente : Deregibus Franca
Tel: 0161600473- 501595 Fax 0161501594
e-mail: franca.deregibus@confesercentive.it

UNIONE INDUSTRIALE DEL VERCELLESE E DELLA VALSESIA

Via Piero Lucca, 6 Vercelli
Tel: 0161 - 261000 - Fax: 0161 - 250728 -213773
Sito <http://www.uivv.org>
e-mail uivv@uivv.org
Presidente: Dott. Giuseppe Mortara
Direttore: Dott. Carlo Trivi

Consorzio di garanzia

FIDINDUSTRIA SC a R.L p AZ.

Sede amministrativa: Via Torino 56 Biella
Nome Referente : Dott. Carlo Morichini
Tel: 0158483258 8491920 fax: 0158491920
e-mail: fidindustria@mi.biella.it
Presidente: Rinfranco Rolino
Direttore Carlo Morichini

BANCHE

BIVERBANCA

Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli
Via S. Cristoforo, 9
13100 VERCELLI (VC)
Nome Referente: Bono Mauro

BANCA SELLA S.P.A

Piazza Risorgimento, 12
13100 VERCELLI (VC)
Nome Referente: Ghirardelli Roberto

BANCA POPOLARE DI NOVARA

Piazza Zumaglino, 21
13100 VERCELLI (VC)
Nome Referente:

PARTE SECONDA

**L'imprenditorialità femminile
nella provincia di Vercelli**

(Eraldo Olivetta)

1. L'imprenditorialità femminile: alcune considerazioni dal punto di vista sociologico

Certi ambiti professionali hanno da sempre rappresentato delle aree di forte discriminazione per le donne, quando non si è trattato di una vera e propria esclusione. Tuttavia, la spinta alla parità fra i sessi sta portando ad un riequilibrio dei ruoli ricoperti dagli uomini e dalle donne sul lavoro.

Per meglio comprendere le dinamiche occupazionali che vedono un diverso coinvolgimento degli appartenenti ai due sessi nei differenti ambiti lavorativi, può essere utile soffermarsi brevemente su alcune considerazioni riguardanti la prospettiva sociologica con cui è stata condotta la ricerca di cui alla parte seconda di questo volume e sul significato di alcuni dei termini utilizzati.

Innanzitutto va precisato che, con l'espressione "problemi di genere", si è inteso in questo lavoro far riferimento alla distinzione introdotta nelle scienze sociali, fra sesso e genere. "Per sesso si intendono gli attributi dell'uomo e della donna riconducibili alle loro caratteristiche biologiche; per genere, le loro qualità distintive (la mascolinità e la femminilità) definite culturalmente"³. Una premessa centrale della sociologia di genere è che le differenze sessuali biologiche e anatomiche hanno poco senso al di fuori del contesto sociale. Per la sociologia, i vari significati e le pratiche associate alle differenze di sesso non sono biologicamente date, bensì costruite socialmente. Se quindi il sesso di una persona è una realtà fisica, il modo in cui uomini e donne vedono se stessi, si pongono in relazione fra loro e i ruoli che sono loro assegnati, sono una costruzione sociale. Essi vengono appresi nell'ambito del processo di socializzazione, mediante il quale l'individuo acquisisce valori, norme, atteggiamenti e comportamenti che sono comuni ai membri del gruppo di appartenenza. Con la socializzazione primaria, che si realizza nei primi anni di vita attraverso la famiglia e la scuola, si formano le competenze sociali di base; con la socializzazione secondaria, che completa e modifica la precedente negli anni successivi all'infanzia, si formano le competenze specifiche richieste

³ A. Bagnasco, M. Barbagli, A. Cavalli, *Corso di Sociologia*, op. cit.

dall'esercizio dei vari ruoli sociali. I genitori, gli insegnanti, il gruppo dei pari, la televisione, e vari altri agenti di socializzazione insegnano ai bambini quali ruoli, nella cultura di appartenenza, sono da considerarsi maschili e quali femminili.

Sociologi, antropologi, psicologi ed economisti hanno proposto un'ampia serie di teorie per spiegare le differenze di comportamento fra gli uomini e le donne. Senza entrare nel merito di una trattazione articolata, ci si limita a ricordare, per semplicità, che esse possono essere ricondotte a due impostazioni opposte: l'essenzialismo e il costruttivismo sociale. Per la prima, le differenze tra i due sessi sono naturali, universali e immodificabili, dovute a differenze ormonali, di dimensione e organizzazione del cervello o di capacità riproduttiva. Per la seconda, tali differenze sono una costruzione sociale e variano al variare della cultura di appartenenza. Le prime prove a favore della tesi che il genere è una costruzione sociale, vengono dalle ricerche fatte da un'antropologa americana, Margaret Mead [1935] su tre tribù della Nuova Guinea⁴ in cui i ruoli degli uomini e delle donne erano molto diversi al variare della tribù osservata e ancor più rispetto ai modelli tradizionalmente esistenti in Italia o in altri paesi occidentali⁵.

La divisione dei ruoli si riflette sulla divisione sessuale del lavoro che le ricerche degli antropologi in quasi 200 comunità primitive hanno dimostrato essere un universo culturale, cioè che esiste in tutte le società.

⁴ Le tre tribù studiate sono: gli Arapesch, i Mundugumor, e i Tschambuli. M. Mead, *Sex and temperament in three primitive societies*, W. Morrow, New York 1935, trad. it. *Sesso e temperamento in tre società primitive*, Il Saggiatore, Milano 1967.

⁵ Gli Arapesch erano un popolo in cui l'aggressività, la competitività e la possessività erano considerate negativamente e in cui, tanto uomini che donne, erano miti, tranquilli, passivi, affettuosi, tendenti a subire, piuttosto che entrare in conflitto con qualcuno.

I Mundugumor, erano invece una tribù di cannibali cacciatori di teste in cui competitività e violenza erano valutate positivamente e, sia gli uomini che le donne, erano sospettosi, irascibili e aggressivi.

I Tschambuli, infine, presentavano forti differenze di ruoli tra i sessi ma, per molti versi, opposti rispetto ai modelli occidentali. Le donne, dispotiche, pratiche ed efficienti, svolgevano le principali attività di sussistenza, pescando, tessendo e commerciando. Gli uomini, più passivi, si dedicavano ad attività artistiche, all'organizzazione di feste e cerimonie e si prendevano cura dei bambini.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Lo stato delle donne, tuttavia, tende a variare non solo nello spazio ma anche nel tempo. Nelle società di caccia e raccolta, si rilevava una certa uguaglianza nelle relazioni fra gli uomini e le donne. Lo status delle donne è diminuito nelle società orticole e, ancor di più, in quelle agricole. Lo sviluppo dell'agricoltura intensiva accentuò la divisione sessuale del lavoro. L'uomo si specializzò nella preparazione dei terreni, nella loro aratura e irrigazione; la donna perse invece il ruolo produttivo che aveva avuto fino ad allora, divenne sempre più economicamente dipendente dall'uomo, e si specializzò nei lavori più "domestici" di preparazione e conservazione dei cibi, di tessitura e nella crescita dei figli. E' proprio nelle società agricole che venne a crearsi una netta distinzione fra sfera pubblica e sfera privata, con la prima riservata agli uomini. Nel corso del tempo, lo status delle donne è variato fino ad arrivare ad un'inversione di tendenza, in molti paesi sviluppati, nel ventesimo secolo. Secondo la teoria, i fattori che influenzano tali variazioni sono principalmente: il sistema di parentela⁶, la frequenza con cui una società è in guerra⁷ e il contributo economico fornito dalle donne. Tralasciando i primi due fattori, più cari agli antropologi nello studio delle comunità primitive, nelle società contemporanee il contributo delle donne alla produzione ed il controllo da esse esercitato sulle risorse economiche sono fattori rilevanti per la determinazione del loro status. Nella nostra società, l'importanza sociale e politica delle donne è cresciuta e ciò è anche legato all'aumento del numero di esse che è entrato nel mercato del lavoro retribuito. La presenza di un numero sempre maggiore di donne in tale mercato, talvolta anche in occupazioni più tradizionalmente maschili, nonché l'esercizio, da parte loro, di attività imprenditoriali non sempre tipicamente femminili, sono indicatori di tale evoluzione di status.

Un altro aspetto collegato all'imprenditorialità femminile osservata da un punto di vista sociologico è quello dell'uso del tempo nella società contemporanea. Le diverse ricerche fatte negli ultimi anni su come le persone

⁶ L'importanza delle donne tende ad essere maggiore nelle società dove si segue la regola di residenza matrilocale, dove cioè le donne, dopo le nozze, vanno a vivere nella casa dei genitori.

⁷ Tanto più una società è in guerra e tanto più le relazioni fra uomini e donne tendono ad essere androcentriche.

impiegano il loro tempo nei giorni feriali ed in quelli festivi, rivelano notevoli differenze fra uomini e donne. Secondo un'indagine dell'Istat [1993], in Italia gli uomini adulti impiegano in media più tempo nel lavoro retribuito, mentre le donne occupano un maggior numero di ore nelle forme di lavoro non retribuito⁸. Se si considerano tutte le attività nel loro complesso, in Italia le donne lavorano in media più ore degli uomini e quindi risulta essere minore il tempo che esse hanno a disposizione per le cure personali e le attività proprie del tempo libero. La nascita dei figli modifica la gestione del tempo della famiglia ma, anche qui, in modo diverso fra i coniugi: Per ogni figlio nato, la madre dedica un'ora in più, rispetto a prima, alla famiglia; il padre aumenta di tre quarti d'ora il tempo di lavoro retribuito⁹. In tutti i paesi sviluppati, comunque, negli ultimi vent'anni, l'utilizzo del tempo è cambiato in modo significativo: è diminuito sia il tempo dedicato dagli uomini al lavoro retribuito, sia quello impiegato dalle donne nei lavori domestici.¹⁰ In compenso è aumentato il numero delle donne che svolgono un lavoro retribuito e quindi anche il tempo che dedicano ad esso.

Anche se è aumentato il numero delle donne che svolgono un lavoro retribuito, molte di esse però svolgono un lavoro diverso da quello degli uomini. Ciò è più evidente in tutti quei paesi in cui sono maggiori gli stereotipi di genere e minore negli altri ma, in tutti i paesi, tende ad esserci segregazione occupazionale per sesso. Anche se in alcuni casi addirittura questa segregazione tende ad essere anche fisica, con uomini e donne che lavorano in luoghi differenti, di solito essa avviene in base a classificazioni sociali che definiscono femminili certe occupazioni e maschili certe altre. L'espressione *segregazione occupazionale* (orizzontale) secondo il sesso è utilizzata per indicare la concentrazione di uomini e donne in lavori diversi.¹¹ Essa è di solito misurata

⁸ Attività domestiche, cura dei figli e delle altre persone della famiglia, produzione per l'autoconsumo, gestione della contabilità per gli affari del marito.

⁹ Sabbadini e Palomba, *Tempi diversi. L'uso del tempo di uomini e donne nell'Italia di oggi*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma 1994.

¹⁰ Quest'ultimo dato va correlato anche alla flessione della fecondità che si è avuta e alla diffusione degli elettrodomestici in tutti gli strati sociali.

¹¹ A. Bagnasco, M. Barbagli, A. Cavalli, *Corso di Sociologia*, op. cit.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

mediante il cosiddetto indice di dissimilarità, i cui valori vanno da 0 a 100. Esso misura 100 quando in ciascuna occupazione vi sono solo uomini o solo donne, mentre è 0 quando il rapporto tra gli appartenenti ai due sessi è perfettamente equilibrato, con esattamente metà uomini e metà donne. Come si può vedere dalla tabella 1, in Italia l'indice di dissimilarità nel 1901 aveva un valore alquanto elevato (78), diminuendo in modo sensibile negli ottant'anni successivi, per raggiungere, nel 1981, il valore di 52¹².

Tabella 1

Indice di dissimilarità della popolazione occupata in Italia dal 1901 al 1981				
	1901	1936	1971	1981
Indice di dissimilarità	78,0	74,5	56,0	52,0
n. categorie occupazionali	270	335	235	235

Fonte: Bettio [1988, 38]

Nei paesi sviluppati, le donne tendono ad essere più spesso occupate come impiegate di media e basa qualificazione nel commercio e nei servizi sociali e personali; gli uomini come operai dell'industria, dirigenti o professionisti. Anche se diversi sociologi ed economisti ritengono che il tasso di segregazione occupazionale per genere tenda a diminuire all'aumentare del grado di sviluppo economico e di modernizzazione di un paese, nonché dell'orientamento egualitario delle politiche del suo governo, i dati sembrano non confermare questa teoria.¹³ Ciò è dovuto alla contemporanea esistenza di altri significativi fenomeni che si muovono in senso opposto. Un primo

¹² F. Bettio, *The sexual division of labour. The Italian case*, Clarendon Press, Oxford 1988.

¹³ Paesi più moderni e avanzati come USA, Norvegia e Svezia, hanno livelli di segregazione occupazionale per sesso maggiori di paesi tradizionali quali l'Italia, la Grecia o il Giappone.

fenomeno è la “dequalificazione” delle occupazioni impiegate, con la richiesta, per alcuni posti di lavoro, di un basso livello di competenze, la conseguente diminuzione di interesse da parte degli uomini e il relativo aumento delle assunzioni di personale femminile per tali posizioni. Un secondo processo è invece quello dello sviluppo del settore dei servizi sociali e personali. I posti di lavoro di questo settore sono stati occupati soprattutto da donne, anche perché per tradizione più capaci di svolgere queste funzioni.

Un ulteriore aspetto delle differenze di genere nel lavoro è dato dalle differenze retributive. In Italia, all'inizio del secolo, le donne guadagnavano il 43% degli uomini. Fortunatamente, questo valore è migliorato col tempo: il salario della popolazione femminile occupata nell'industria è passato dal 51% di quello degli uomini nel 1938, al 64% nel 1961 e all'86% nel 1983.¹⁴

Al fatto che le donne spesso svolgano occupazioni meno qualificate e tendano a guadagnare meno degli uomini, sono state proposte varie spiegazioni. Tra le più significative, si ritiene utile ricordare quella del capitale umano, quella della socializzazione di genere e quelle delle discriminazioni statistiche.

La teoria del capitale umano sostiene che gli individui compiono le scelte relative al proprio futuro sulla base delle ricompense monetarie che essi si attendono. Le donne, più orientate alla famiglia, tenderebbero di più a lasciare il lavoro quando diventano madri e perciò tenderebbero ad investire di meno nella formazione necessaria per far carriera. Sceglierebbero invece quelle occupazioni che consentono una certa flessibilità, possono essere magari svolte in modo intermittente, non richiedono lavori straordinari e imprevisi, lunghi viaggi e forte mobilità¹⁵.

La teoria della socializzazione di genere, invece della precedente, cerca di spiegare perché le donne siano orientate più verso la famiglia che verso la carriera professionale. Secondo questa teoria, le donne sin dalla nascita vengono orientate, con il processo di socializzazione di cui si è detto, a quei modelli culturali che caratterizzano lo stereotipo femminile, formando così orientamenti, preferenze e competenze per alcune occupazioni piuttosto che altre.

¹⁴ F. Bettio, *The sexual division of labour. The Italian case*, op. cit.

¹⁵ A. Bagnasco, M. Barbagli, A. Cavalli, *Corso di Sociologia*, op. cit.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Altre teorie riducono la segregazione occupazionale per sesso alle diverse barriere che limitano la possibilità di accesso delle donne a certi lavori. Una di esse, quella della discriminazione statistica, postula che gli imprenditori trattino gli individui in base alle loro credenze rispetto all'intera categoria di cui essi fanno parte. Tenderebbero così a non assumere le donne in età feconda partendo dall'idea che esse si assentino spesso dal lavoro con una conseguente minor produttività rispetto agli uomini.

Dopo aver fatto alcune considerazioni sulla divisione sociale del lavoro, sulle donne e sull'uso del tempo nella società contemporanea, sulla segregazione occupazionale e sulle differenze retributive, nonché aver accennato ad alcune delle spiegazioni che vengono date agli svantaggi delle donne nell'economia, s'intende terminare questa breve serie di riflessioni richiamando alcuni aspetti delle differenze di genere riferiti al caso in cui la donna svolga un'occupazione che, in base ai già citati stereotipi culturali, tende ad essere considerata più un'occupazione maschile.

Alcune professioni sono strettamente legate agli stereotipi di genere e le stesse differenze di genere vengono continuamente costruite nello specifico contesto lavorativo. Un primo fattore che favorisce lo sviluppo di tali differenze è la composizione del settore. Solitamente, le immagini di mascolinità e femminilità culturalmente associate alle professioni rispecchiano la composizione dei settori di attività: quelli con prevalenza di operatori uomini tenderanno ad essere associati alla dimensione culturale della mascolinità e viceversa.

Inoltre, in molte occupazioni le differenze di genere derivano dalla "stratificazione interna", mediante la quale uomini e donne nella medesima occupazione sono addetti a differenti compiti e funzioni. Così, la donna che si trovi a svolgere un'occupazione tipicamente maschile, tende ad occupare una posizione ed a svolgere lavori che non comportano nessun cambiamento alla propria identità femminile. Ciò tuttavia produce delle differenze di genere nell'ambito di quella specifica organizzazione.

Le differenze di genere nei diversi contesti occupazionali derivano anche dal fatto che, come membri di una visibile minoranza, le donne che si trovano ad

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

operare in settori tipicamente maschili emergono dal gruppo e tendono a ricevere una maggior attenzione rispetto ai loro colleghi uomini. Secondo R. M. Kanter¹⁶, esse tenderebbero quindi a sottolineare le caratteristiche di genere riferite a quello specifico contesto occupazionale, sottolineando proprio quelle connesse alla propria femminilità. Trattate diversamente dai loro pari di sesso opposto, spesso tenderebbero a comportarsi diversamente.

Un altro elemento che sottolinea le differenze di genere in determinati contesti lavorativi ed è studiato dai sociologi è l'utilizzo di segni e simboli. Rientra in questa strategia pure il diverso modo di vestire che è una costante riaffermazione simbolica delle differenze che accentuano la mascolinità o femminilità.

Infine, un altro aspetto del problema è la continua costruzione del genere da parte dell'uomo o della donna che si trovano a svolgere delle occupazioni non tradizionalmente svolte dai componenti del loro stesso sesso. Solitamente si sarebbe portati a pensare che una donna che operi in un settore in cui prevalgono le caratteristiche culturali della mascolinità, tenda ad uniformarsi, nei suoi atteggiamenti e comportamenti, allo stereotipo prevalente. E' probabile che questo sia ciò che si aspettano "gli altri", cioè i soggetti esterni a quello specifico contesto lavorativo. In realtà, recenti studi¹⁷ sull'impiego di uomini e donne in occupazioni non tradizionalmente maschili o femminili hanno dimostrato il contrario: il lavoratore che si trova in questa situazione tende a costruire attivamente il proprio genere, conformandosi sempre di più agli standard del suo genere di appartenenza, sia esso maschile, per gli uomini, o femminile, per le donne. In altre parole, la donna che si trovi a svolgere una professione magari tradizionalmente maschile, tende a ridefinire le proprie attività in termini di femminilità, sottolineando le sue differenze di genere. Paradossalmente, si potrebbe arrivare ad un'iperfemminilità o viceversa, per gli uomini, a un'ipermascolinità, anche in risposta alle differenti attese del "mondo esterno" ed ai suoi sospetti per il tipo di lavoro svolto, non considerato magari tipico

¹⁶ R. Moss Kanter, *Men and women of the corporation*, Basic Books, New York 1977.

¹⁷ C. L. Williams, *Gender differences at work. Women and men in non-traditional occupations*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles 1989.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

degli appartenenti allo specifico sesso del soggetto. Se questo vale per le occupazioni con vincolo di subordinazione dipendente, ciò può essere altrettanto vero per il lavoro autonomo e per le attività imprenditoriali in particolare.

Alla luce di queste poche considerazioni, è ora possibile esaminare i risultati della ricerca relativa all'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli.

2. Presentazione dell'indagine

2.1 Gli obiettivi

La presente indagine si pone l'obiettivo fondamentale di fornire un quadro generale dell'attuale situazione dell'imprenditoria femminile nella provincia di Vercelli. Si vuole pertanto, con essa, dapprima studiare le caratteristiche delle aziende individuali il cui titolare sia una donna e, successivamente, chiedersi che cosa spinge queste ultime a intraprendere una carriera imprenditoriale. Si vuole altresì far luce sulle difficoltà che hanno accompagnato il "mettersi in proprio" e sui problemi che le donne che hanno scelto questa strada, devono affrontare ogni giorno. A questo proposito si intende verificare, mediante la ricerca, se tali difficoltà possono essere accentuate o meno dalla propria condizione di genere, se cioè, nello svolgimento della propria attività imprenditoriale, le intervistate ritengono di aver avuto maggiori problemi dei colleghi uomini, proprio perché donne. In particolare, si intende far luce anche sull'aspetto della gestione del tempo da parte delle donne imprenditrici e su come esse concilino gli impegni di lavoro con le esigenze di famiglia. Un ultimo aspetto di cui l'indagine intende occuparsi, seppur in modo non approfondito, è il livello di informazione delle imprenditrici in merito ad eventuali opportunità loro offerte per meglio affrontare i problemi tipici della loro attività.

L'indagine ha per oggetto le imprese individuali attive alla data della ricerca¹⁸, il cui titolare sia una donna. La scelta di limitare l'indagine alle imprese individuali è legata, da una lato, all'importanza di queste ultime nel tessuto economico vercellese, rappresentando esse, al momento dell'indagine, più del 69% del totale delle imprese attive; dall'altro, alla specificità di questa tipologia di aziende, quasi sempre di piccole dimensioni, e nella cui cultura aziendale, gli stereotipi di genere assumono una rilevanza e vengono affrontati in modo probabilmente diverso rispetto alle società ed alle imprese di più grandi

¹⁸ 19 gennaio 2004.

dimensioni. Per questo, si è ritenuto opportuno mantenere distinti l'universo campionario delle aziende individuali, da quello delle società e, ancor di più, da quello di donne che occupino, in differenti contesti lavorativi, ruoli manageriali e di responsabilità, ma con vincolo di subordinazione, in quanto dipendenti.

Le ipotesi di partenza che l'indagine ha inteso verificare sono:

- l'esistenza di una correlazione fra la dimensione aziendale e la presenza di problemi di genere;
- essendo questi ultimi problemi legati agli stereotipi di genere che caratterizzano la nostra cultura, il variare di tali stereotipi al variare del settore di attività in cui l'imprenditrice ha scelto di operare;
- un'evoluzione degli stereotipi occupazionali nella nostra cultura.

2.2 Le variabili studiate

Gli obiettivi della ricerca sono stati raggiunti e le ipotesi di partenza verificate, mediante lo studio delle seguenti variabili:

1. la motivazione dell'imprenditrice, tanto all'inizio della sua attività, quanto oggi nella sua attuale fase di svolgimento;
2. le difficoltà incontrate nell'esercizio della funzione imprenditoriale, anch'esse nei due momenti di inizio attività e attuale. In particolare, le difficoltà legate alla condizione di genere;
3. le modalità di conciliazione dei tempi di lavoro con le esigenze di famiglia;
4. il livello di informazione in merito ad alcune opportunità per l'imprenditorialità femminile.

2.3 Il metodo adottato

Le variabili analizzate sono state studiate articolando la ricerca in tre parti.

Nella prima parte si è proceduto all'analisi del contesto di partenza, per la successiva estrazione del campione. Sono state pertanto censite 2910 aziende individuali a titolarità femminile, attive nella provincia di Vercelli. La data di riferimento per l'analisi è stata il 19/01/2004 e la fonte è stata il Registro delle Imprese, presso la CCIAA di Vercelli. Questa prima parte dell'analisi, sull'intero universo delle imprese attive, ha permesso di tracciare le linee fondamentali della situazione vercellese a livello di imprese individuali, nonché di raccogliere i dati necessari per impostare la ricerca di cui alle due fasi successive, fatta invece mediante campionamento.

Nella seconda e nella terza parte, è stata fatta un'indagine di tipo qualitativo su di un campione di imprenditrici operanti nei diversi settori di attività.

La scelta di un metodo d'indagine qualitativo è connessa agli specifici scopi della ricerca che non si prefiggeva di stimare delle variabili quantitative a livello campionario e, tantomeno, di arrivare a stimare i corrispondenti valori di universo, riferiti alla popolazione da cui il campione era stato estratto. Al contrario, ciò che interessava era conoscere, come già detto, ciò che aveva spinto le imprenditrici vercellesi ad intraprendere questa strada professionale, quali difficoltà esse incontrino nel percorrerla e se fra esse sussistano dei problemi di genere. L'interesse verteva pertanto essenzialmente sulle caratteristiche della piccola imprenditorialità femminile nella nostra provincia e, per questa tipologia particolare di analisi, si è ritenuto più significativo l'utilizzo di un metodo qualitativo d'indagine.

Si è proceduto pertanto all'estrazione di un campione di 90 imprese dall'universo delle 2910 censite nella prima fase della ricerca. Nonostante la scelta di un metodo qualitativo d'indagine, il campionamento ha tenuto comunque conto, almeno in parte, del settore di attività in base alle informazioni

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

ottenute nella prima fase. L'estrazione del campione è avvenuta poi con procedimento casuale.

Il campione estratto è stato studiato mediante l'abbinamento di due metodi d'indagine: il questionario e l'intervista in profondità.

Nella seconda fase della ricerca, è stato inviato, a ciascuna imprenditrice estratta, un questionario postale da restituire compilato. Prima dell'invio, il questionario è stato opportunamente testato presso alcune titolari d'impresa.

Nella terza fase, altre 30 imprenditrici sono state invece intervistate con il metodo dell'intervista in profondità. Pur essendo anche questa parte dell'indagine puramente di tipo qualitativo e volta a raccogliere ulteriori informazioni circa le caratteristiche delle variabili studiate nelle fasi precedenti, il campione ha comunque, anche in questo caso, tenuto conto dei settori di attività, come nella precedente indagine fatta con i questionari. Si è altresì cercato di differenziare, nei limiti del possibile, pure l'età delle imprenditrici, per studiare anche l'influenza di questo aspetto, sia rispetto alla generazione di appartenenza dell'intervistato, sia rispetto ai tempi diversi in cui può essere stata costituita l'azienda. Le imprenditrici sono state intervistate presso le loro aziende e, ogni qualvolta possibile, è stato utilizzato il registratore.

L'abbinamento dei due metodi è derivato dalla necessità di aumentare, con le interviste, la rappresentatività del campione e, nello stesso tempo, di limitare i difetti propri del questionario quale strumento di raccolta delle informazioni.

L'intervista, infatti, ha offerto una migliore possibilità di arrivare a cogliere l'essenza del pensiero dell'intervistato, andando al di là del significato letterale delle parole da lui pronunciate, per calarle nello specifico contesto in cui le opinioni sono state formulate.

Inoltre, abbinando le interviste ai questionari, si sono superate le esigenze di brevità che le indagini mediante quest'ultimo strumento generalmente impongono.¹⁹ Con le interviste, infine, si è cercato di limitare il

¹⁹ L'intervista permette infatti di studiare un maggior numero di variabili e formulare un maggior numero di domande.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

problema delle naturali discrepanze fra il pensiero dell'intervistato e la sua manifestazione verbale, che dà luogo alle risposte menzognere..

I risultati ottenuti con entrambi i metodi, sono stati poi opportunamente elaborati in modo sistemico, confrontati e controllati ai fini di aumentare l'efficacia delle informazioni raccolte.

3. Il contesto d'indagine: analisi delle imprese individuali a titolarità femminile nella provincia di Vercelli

Prima di entrare nel merito dell'analisi delle imprese individuali a titolarità femminile nella provincia di Vercelli, occorre soffermarsi sul contesto nel quale esse operano.

Alla data di effettuazione dell'indagine, risultavano iscritte al Registro delle Imprese presso la CCIAA di Vercelli 15.821 aziende. Di esse, 4.869 erano società, mentre ben 10.952 erano aziende individuali. Da questi dati emerge già una prima informazione, rilevante ai fini della presente ricerca: più dei due terzi delle imprese operanti nella provincia di Vercelli all'inizio del 2004 sono aziende individuali.

Come evidenziato dalla tabella n. 1, le imprese individuali rappresentano il 69,22% del totale, mentre quelle costituite in forma di società sono il 30,78%.

Tralasciando le osservazioni in merito alle conseguenze di tali caratteristiche dimensionali sull'imprenditorialità nella nostra provincia ed anche, per brevità, il pur utile confronto con i dati di altre parti del territorio nazionale, per il raggiungimento degli obiettivi della ricerca è opportuno soffermarsi sull'analisi della distribuzione per genere del titolare delle imprese individuali. Fra esse, infatti, 8.042 hanno come titolare un uomo, mentre in 2.910 l'imprenditore è una donna. Se, come dimostrato dalla tabella 2, le imprese individuali il cui titolare è una donna rappresentano il 26,57% del totale delle imprese individuali, con riferimento al totale delle aziende iscritte al Registro delle Imprese all'inizio del 2004 esse sono il 18,39%, pari a quasi 1/5 delle imprese operanti.

Valutato il peso delle imprese oggetto di studio, tanto nell'ambito delle aziende individuali, quanto in quello più ampio del totale delle imprese operanti nel vercellese, prima di passare all'esame dei singoli settori in cui esse operano, può essere utile soffermarsi ancora sulla loro distribuzione geografica. Come riportato nella tab. 3, il 21,24% di esse ha sede legale nella città capoluogo, mentre il restante 78,76% ha sede invece nel territorio della provincia. Non

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

essendo indispensabile per gli scopi dell'indagine, si tralascia, per brevità, l'analisi della distribuzione nel territorio provinciale.

Tabella 1

IMPRESE ATTIVE IN PROVINCIA DI VERCELLI AL 19/01/2004		
Imprese individuali	10952	69,22%
Società	4869	30,78%
Imprese registrate	15821	100,00%

Figura 1

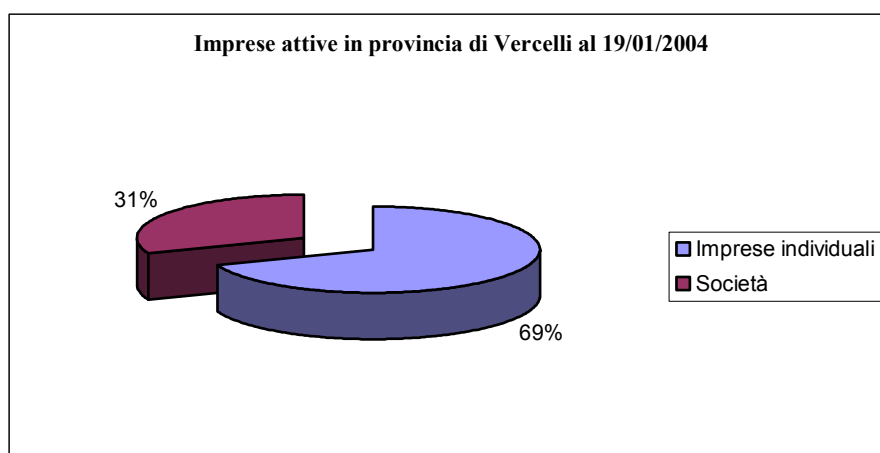


Tabella 2

IMPRESE INDIVIDUALI IN PROVINCIA DI VERCELLI AL 19/01/2004 - DISTRIBUZIONE PER GENERE DEL TITOLARE		
titolarità maschile	8042	73,43%
titolarità femminile	2910	26,57%
	10952	100,00%

Tabella 3

AZIENDE INDIVIDUALI A TITOLARITA' FEMMINILE - DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA		
Vercelli città	618	21,24%
Vercelli provincia	2292	78,76%
Totale	2910	100,00%

Figura 2

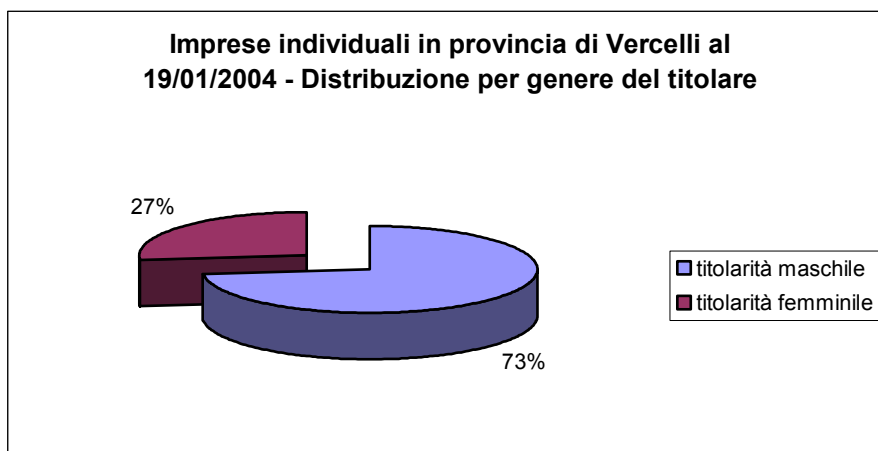
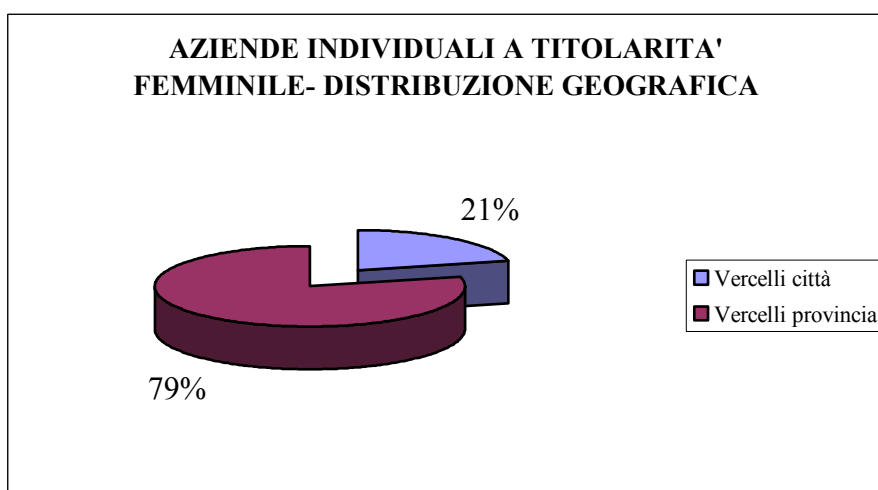


Figura 3



Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Se questo è il peso dell'imprenditoria femminile nella provincia di Vercelli, in quali settori operano le imprese dirette da donne nel territorio vercellese?

Come riportato in tabella 4, più di 1/3 di esse opera nel *commercio all'ingrosso ed al dettaglio*, comprendendo in questa categoria anche agenti, rappresentanti di commercio e mediatori.²⁰ Le aziende a titolarità femminile operanti in questo settore sono infatti il 35,74%.

Al secondo posto, viene il settore primario con il 21,24% delle imprese a titolarità femminile impegnate in *agricoltura, caccia e silvicoltura*. Questo dato non può però essere interpretato al di fuori dal contesto economico, sociale e culturale della provincia di Vercelli, dal ruolo dell'agricoltura nella sua economia e dalla sua storica influenza sulla cultura, soprattutto in passato, relativamente tradizionale. In diversi casi, infatti, come la successiva indagine sul campo ha rilevato, il titolare dell'azienda è la moglie ma, di fatto, le attività di gestione, soprattutto quelle più operative, sono svolte dal coniuge.

Al terzo posto, si colloca il settore *Altri servizi pubblici, sociali e personali*, con il 16,05% delle imprese il cui titolare è una donna²¹.

Il 7,94% opera nel settore *Alberghi e ristoranti*, che accoglie le varie attività di somministrazione e ricezione²².

²⁰ La suddivisione per settori adottata è quella utilizzata per l'iscrizione al Registro delle Imprese, a cui sono state apportate alcune modifiche, effettuando delle aggregazioni, necessarie per un più efficace raggiungimento degli scopi della ricerca.

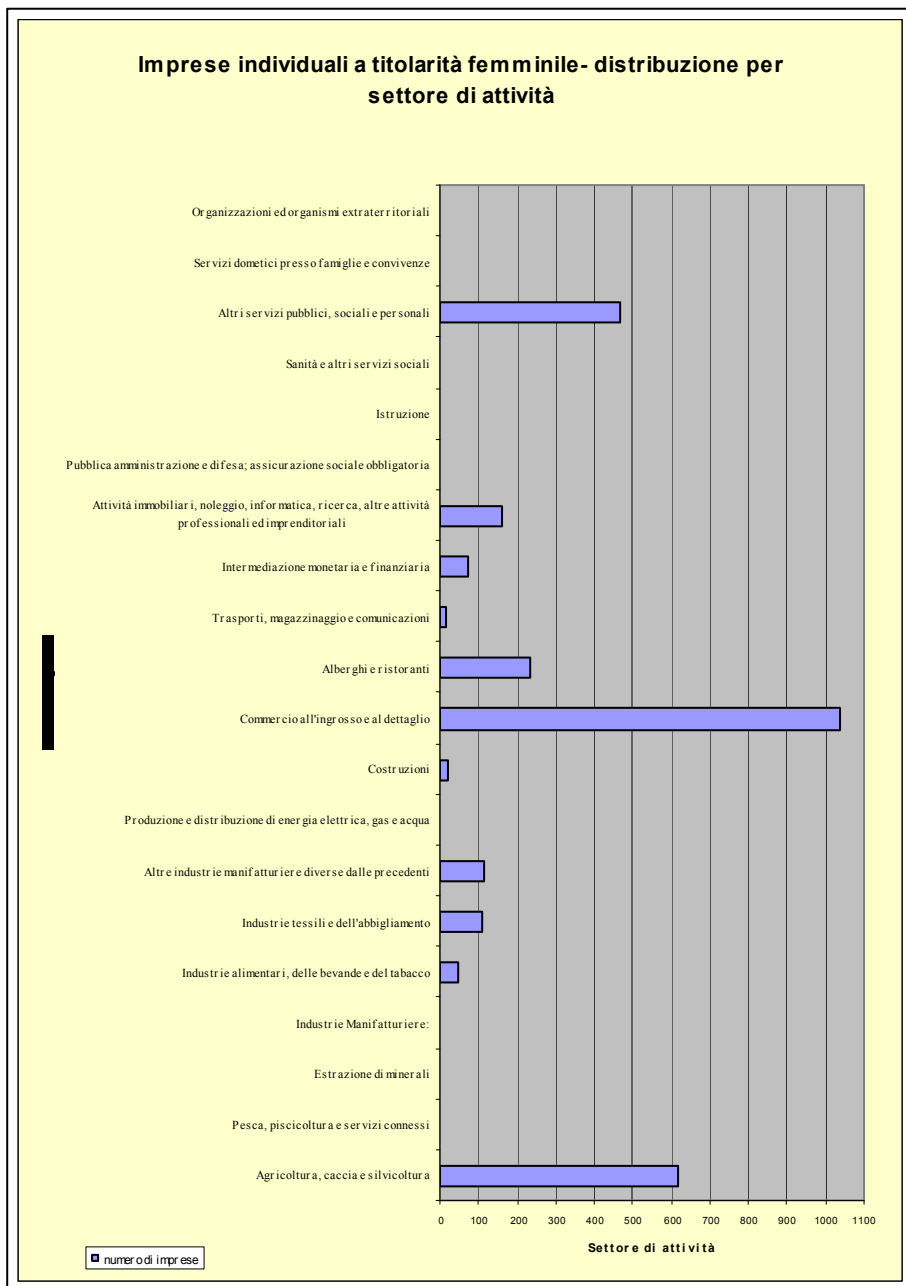
²¹ Tra le attività comprese in questo settore figurano: parrucchiere per uomo e/o signora; estetista; centri solari; toelettature cani; gestione lavanderie, tintorie e stirerie; restauro statue e affreschi; agenzie matrimoniali; agenzie d'affari per l'organizzazione di spettacoli; spettacoli viaggianti; sale giochi; baby parking; pittura di oggetti di arredamento in ceramica e vetro; ecc.

²² Questo settore comprende tutte le attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, registrate al Registro Imprese con voci quali: bar, ristoranti, osterie, trattorie, locande, pizzerie, tavola calda, paninoteche, creperie, birrerie, caffè, caffetterie, gestione mensa scolastica, gestione campeggi, albergo, affittacamere, rifugio alpino, gestione di appartamenti per vacanze (residence), ecc.

Tabella 4

AZIENDE INDIVIDUALI A TITOLARITA' FEMMINILE - DISTRIBUZIONE PER SETTORE DI ATTIVITA'		
SETTORI	NUMERO AZIENDE	VALORE %
Agricoltura, caccia e silvicoltura	618	21,24%
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	0	0,00%
Estrazione di minerali	1	0,03%
Industrie Manifatturiere:		0,00%
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	49	1,68%
Industrie tessili e dell'abbigliamento	111	3,81%
Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	116	3,99%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	0	0,00%
Costruzioni	22	0,76%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	1040	35,74%
Alberghi e ristoranti	231	7,94%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	18	0,62%
Intermediazione monetaria e finanziaria	72	2,47%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali ed imprenditoriali	159	5,46%
Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	0	0,00%
Istruzione	3	0,10%
Sanità e altri servizi sociali	3	0,10%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	467	16,05%
Servizi domestici presso famiglie e convivenze	0	0,00%
Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	0	0,00%
TOTALI	2910	100,00%

Figura 4



Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Seguono i settori *Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali ed imprenditoriali*²³ (5,46%), le *Industrie manifatturiere diverse dalle precedenti*²⁴ (3,99%), le *Industrie tessili e dell'abbigliamento* (3,81%) l'*Intermediazione monetaria e finanziaria*²⁵ (2,47%) e le *Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco* (1,68%).

Le imprenditrici che operano invece in altri settori sono in numero decisamente più ridotto anche se figurano 22 imprese (pari allo 0,76%) nel settore *costruzioni*, 18 (pari allo 0,62%) nei *Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni*, e persino una nel settore *Estrazione di minerali*.

Da un primo esame della distribuzione delle imprese per settore di attività si nota una presenza significativa delle donne nel settore terziario e nel commercio in particolare. L'elevata presenza femminile in quest'ultimo settore

²³ In questo settore figurano, tra le altre: agenzie immobiliari, agenzie pratiche automobilistiche, elaborazione dati per conto terzi, produzione e installazione di software, servizi di consulenza informatica, procuratore d'affari, ricerche di mercato, imprese di pulizia, fotografi, produzione di copie eliografiche e fotostatiche, noleggio di videocassette DVD e videogames, allestimento e manutenzione di giardini, confezionamento ed imballaggio merci varie conto terzi, assemblaggio di materiale elettrico e montaggio componenti elettronici, confezionamento generi di abbigliamento, confezionamento calze per conto terzi (piegatura - stiratura impacchettamento), allestimento vetrine, distribuzione volantini pubblicitari, matassatura cavi e fili di rame per conto terzi, gestione peso pubblico, ecc.

²⁴ Le industrie manifatturiere sono state raggruppate in tre categorie:

- a. *Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco* (panificazione, pasticcerie, gelaterie, produzione di prodotti di salumeria, produz. prodotti di gastronomia, caseifici, produzione liquori e distillati, ecc.);
- b. *Industrie tessili e dell'abbigliamento* (confezioni tessili, confezioni maglierie, sartorie, rammendatura conto terzi, ritorcitura filati, dipanatura per conto terzi, aspatatura filati conto terzi, roccatura e ritorcitura di filati per conto terzi, ricamifici, calzifici, confezione tendaggi, ecc);
- c. *altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti* (categoria residuale comprendente tutte le attività manifatturiere non rientranti nelle due precedenti. Per esempio: produzione lampadari, officine meccaniche, laboratori odontotecnici, assemblaggio valvolame industriale, assemblaggio minuterie metalliche, assemblaggio parti rubinetteria, assemblaggi elettromeccanici, pulitura metalli, restauro mobili, lavorazione vetro, tipografie e litografie, decorazioni ceramiche, ecc.).

²⁵ In questo settore figurano: promotori finanziari, agenti di assicurazione e sub-agenti assicurativi.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

non è una caratteristica esclusiva del vercellese, ma anche di altre parti del territorio. Nel commercio, come in molte delle altre occupazioni del terziario in cui sono impegnate le imprenditrici studiate, assumono particolare importanza le relazioni personali, la negoziazione, la ricerca del consenso e la soluzione dei conflitti basata più sui compromessi piuttosto che sull'eliminazione del contrasto. Tutte queste sono caratteristiche che Hofstede definisce tipiche delle occupazioni in cui prevale la dimensione culturale da lui chiamata *femminilità*²⁶.

Altro discorso è invece quello delle occupazioni storicamente esperite prevalentemente da donne (parrucchiere, estetista, tintorie e stirerie, ecc.) che assumono valore modale nel settore *Altri servizi pubblici, sociali e personali*. Lo stesso può valere per *Alberghi e ristoranti*, e per alcune specifiche attività del settore *Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali ed imprenditoriali*. In quest'ultimo settore è rilevante la frequenza relativa delle "Imprese di pulizia".

La distribuzione delle imprese a titolarità femminile rispetto al settore di attività, come si avrà modo di vedere nella successiva parte della ricerca, è di fondamentale importanza per l'interpretazione dei dati raccolti presso le imprenditrici.

La tabella 5 mostra la distribuzione delle aziende rilevate rispetto all'età dell'imprenditrice.

Tralasciando le imprenditrici più anziane, la cui iscrizione al Registro delle Imprese potrebbe anche esser dovuta ad una mancata cancellazione per cessazione di attività e, in ogni caso, statisticamente non rappresentative, le frequenze più elevate sono comprese tra il 1945 ed il 1972. Le imprenditrici in

²⁶ Va precisato che qui non si intende assolutamente individuare professioni più maschili o più femminili e che i termini utilizzati da Hofstede nel suo celebre studio sui dipendenti IBM in più di 50 paesi in cui operavano filiali della multinazionale, stanno ad indicare delle dimensioni culturali e non delle differenze di genere. La dimensione culturale mascolinità/femminilità da lui utilizzata per misurare le caratteristiche culturali di differenti società, può essere utilizzata, come del resto egli stesso fece, per individuare professioni più vicine alla prima o alla seconda dimensione. Geert Hofstede, *Cultures and Organizations. Software of the mind*, McGraw.Hill Inc., 1997.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

questione hanno cioè tra i 32 e i 59 anni. Se la diminuzione di imprenditrici di età superiore ai 60 anni è verosimilmente ricollegabile alla cessazione di attività, è interessante notare l'intraprendenza delle generazioni più giovani. Sembra comunque che "il coraggio" di iniziare un'attività imprenditoriale diventi maggiore dopo i 30 anni. Non va del resto dimenticato che molte professioni talvolta richiedono un'adeguata formazione e che, quasi sempre, necessitano di un più o meno lungo training in aziende del settore per l'acquisizione dell'indispensabile esperienza.

Figura 5

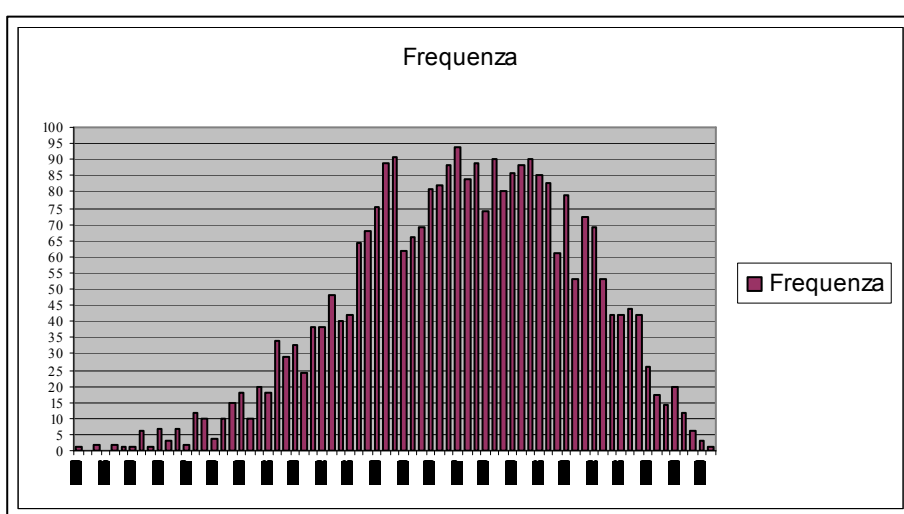


Tabella 5

AZIENDE INDIVIDUALI NELLA PROVINCIA DI VERCELLI - DISTRIBUZIONE PER ETA' DELL'IMPRENDITRICE		
Anno di nascita	Frequenza	Valore percentuale
1913	1	0,03%
1914	0	0,00%
1915	2	0,07%
1916	0	0,00%
1917	2	0,07%
1920	1	0,03%
1921	1	0,03%
1922	6	0,21%
1923	1	0,03%
1924	7	0,24%
1925	3	0,10%
1926	7	0,24%
1927	2	0,07%
1928	12	0,41%
1929	10	0,34%
1930	4	0,14%
1931	10	0,34%
1932	15	0,52%
1933	18	0,62%
1934	10	0,34%
1935	20	0,69%
1936	18	0,62%
1937	34	1,17%
1938	29	1,00%
1939	33	1,13%
1940	24	0,82%
1941	38	1,31%
1942	38	1,31%
1943	48	1,65%
1944	40	1,37%
1945	42	1,44%
1946	64	2,20%
1947	68	2,34%
1948	75	2,58%
1949	89	3,06%
1950	91	3,13%
1951	62	2,13%
1952	66	2,27%
1953	69	2,37%
1954	81	2,78%
1955	82	2,82%
1956	88	3,02%
1957	94	3,23%
1958	84	2,89%
1959	89	3,06%
1960	74	2,54%
1961	90	3,09%
1962	80	2,75%
1963	86	2,96%
1964	88	3,02%
1965	90	3,09%
1966	85	2,92%
1967	83	2,85%
1968	61	2,10%
1969	79	2,71%
1970	53	1,82%
1971	72	2,47%
1972	69	2,37%
1973	53	1,82%
1974	42	1,44%
1975	42	1,44%
1976	44	1,51%
1977	42	1,44%
1978	26	0,89%
1979	17	0,58%
1980	14	0,48%
1981	20	0,69%
1982	12	0,41%
1983	6	0,21%
1984	3	0,10%
1985	1	0,03%
	2910	100,00%

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Incrociando i dati del Registro delle Imprese relativi al settore di attività e all'età dell'imprenditrice, si ottengono le informazioni di cui alla tabella 6.

Esaminando soltanto i settori in cui è maggiore la presenza di imprenditrici ed analizzandoli in ordine di importanza, partendo da quello più numeroso, nel *Commercio all'ingrosso ed al dettaglio* la maggior parte di imprenditrici ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni (308 imprese). Numerose sono anche le classi di età 30-39 (271) e 50-59 (259).

Le commercianti in età compresa tra i 20 e i 29 anni sono 73.

Nel settore *Agricoltura, caccia e silvicoltura* invece, il maggior numero di imprenditrici ha un'età compresa fra i 50 e i 59 anni (169), seguita dalle classi di età 40-49 (158) e 60-69 (130).

Nel settore *Altri servizi pubblici, sociali e personali*, il valor modale della distribuzione è nella classe di età 40-49 (146), seguita dalla classe 30-39 (137) e da quella 50-59 (101).

Stessa caratteristica anche per il settore *Alberghi e ristoranti*, con 62 imprenditrici in età compresa tra 40 e 49 anni, 56 tra i 30 e i 39, 48 tra i 50 e i 59. In questo settore, tuttavia, risulta però evidente una maggiore omogeneità nella distribuzione per classi di età, come evidenzia la figura n. 6.

4. I risultati dell'indagine

Dopo aver analizzato la situazione delle imprese individuali a titolarità femminile operanti nella provincia di Vercelli, sono di seguito riportati i risultati dell'indagine svolta presso il campione estratto secondo le modalità riportate in sede di presentazione dell'indagine. Poiché la ricerca è stata svolta in due fasi, utilizzando due differenti strumenti d'indagine, si mantengono separati i risultati ottenuti, anche perché erano parzialmente diversi gli obiettivi che ci si poneva nei due diversi momenti: di analisi delle variabili oggetto di studio nella prima fase mediante questionario; di verifica e controllo dei risultati ottenuti nella prima fase, ma anche di approfondimento delle caratteristiche di alcune variabili, nella seconda, fatta mediante le interviste.

4.1 La ricerca mediante questionario

4.1.1 Le caratteristiche del campione

Prima di entrare nel merito dei risultati della ricerca, si riportano le caratteristiche del campione di imprenditrici che ha risposto alle varie sollecitazioni restituendo il questionario compilato.

Lo studio delle caratteristiche del campione osservato in questa fase, è utile, nonché necessario, tanto in sede d'interpretazione dei risultati, quanto in sede di estrazione del campione presso cui raccogliere le interviste della successiva seconda parte della ricerca sul campo. In quella sede, infatti, si cercherà di compensare la composizione del campione riguardante i questionari, qualora necessario per le esigenze conoscitive dell'indagine.

Rispetto all'età, la maggior parte delle imprenditrici del campione ha un'età compresa tra i 35 e i 64 anni, come risulta dalla figura 1. Rispetto a questa variabile, quindi, il campione tende a riprodurre, seppure parzialmente, le caratteristiche dell'universo da cui è stato estratto, descritte nel capitolo precedente.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Rispetto al titolo di studio (tabella 2), il 46,67% del campione è in possesso di un diploma di scuola media superiore, mentre il 36,67% ha assolto agli obblighi scolastici.

Il 68% delle imprenditrici che hanno compilato il questionario è coniugato, mentre solo il 22% di esso è nubile (tabella 3).

Tabella 1

Età del campione	
15-19 anni	0,00%
20-24 anni	6,67%
25-29 anni	5,00%
30-34 anni	16,67%
35-49 anni	35,00%
50-64 anni	31,67%
65 anni e oltre	5,00%
Totale	100,00%

Figura 1

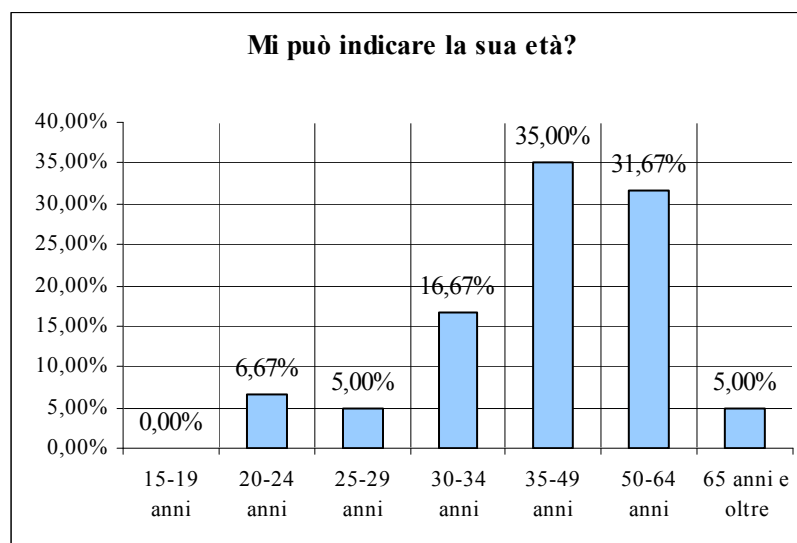


Figura 2

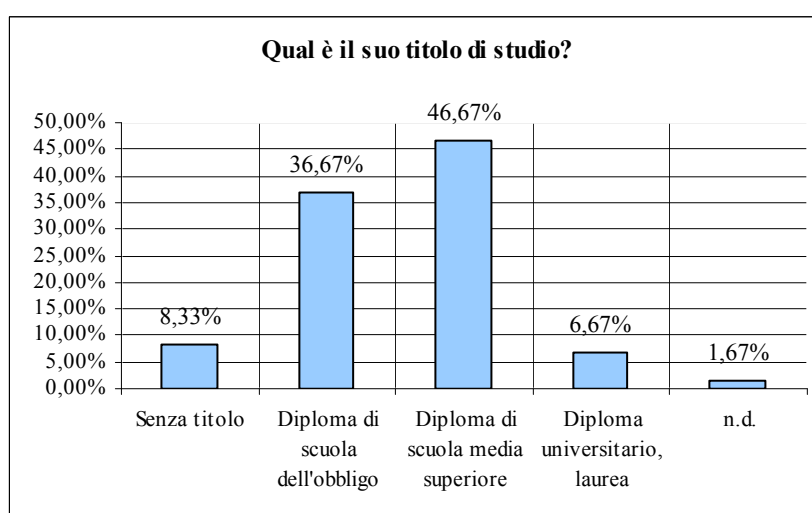


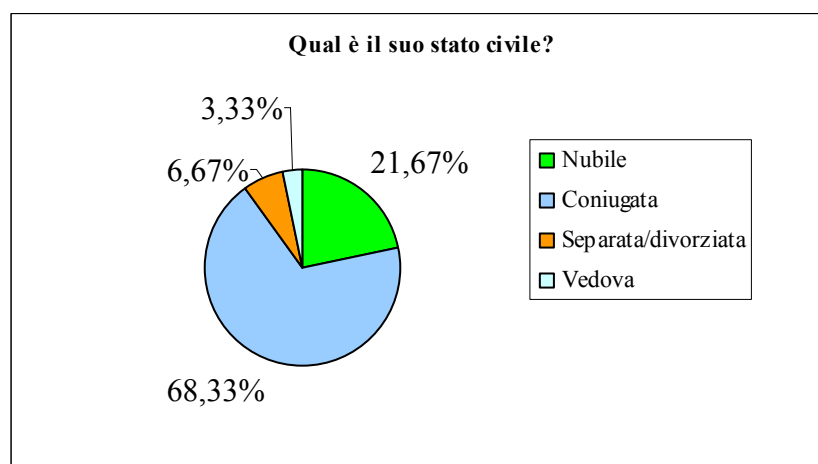
Tabella 2

Titolo di studio	
Senza titolo	8,33%
Diploma di scuola dell'obbligo	36,67%
Diploma di scuola media superiore	46,67%
Diploma universitario, laurea	6,67%
n.d.	1,67%
Totale	100,00%

Tabella 3

Stato civile	
Nubile	21,67%
Coniugata	68,33%
Separata/divorziata	6,67%
Vedova	3,33%
Totale	100,00%

Figura 3



Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Il 68% del campione ha dichiarato di avere dei figli (tabella 4), mentre circa il 32% non ne ha. Poiché, oltre allo stato civile, è fondamentale conoscere la situazione familiare delle imprenditrici che hanno risposto ai questionari, è stato chiesto loro anche di indicare il numero di figli e la loro età. Il 30% di esse ha un solo figlio (tabella 5), mentre il 25% ne ha due. Poiché dalla distribuzione dei figli per classi di età (tabella 6) risulta che più di $\frac{3}{4}$ del campione ha figli in età superiore a 14 anni e, nell'indagine preliminare, fatta in sede di progettazione della ricerca, presso alcune titolari d'impresa era emersa la difficoltà di queste ultime a conciliare i tempi di lavoro con le esigenze di famiglia soprattutto in presenza di figli ancora piccoli, si prende atto di questa composizione del campione, se ne tiene conto in sede di interpretazione dei risultati e ci si riserva di approfondire questo aspetto dell'indagine successiva, con le interviste.

Altrettanto importante per lo studio delle modalità di conciliazione degli impegni di lavoro con le esigenze di famiglia è la situazione professionale del coniuge dell'imprenditrice. Il marito lavora nel 73,17% dei casi studiati nel campione (tabella 7).

Tabella 4

Figli	
No	31,67%
Si	68,33%
Totale	100,00%

Figura 4

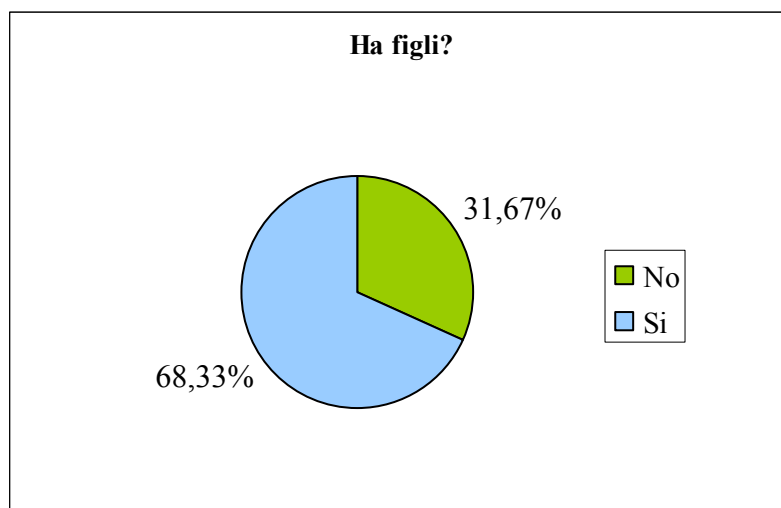


Tabella 5

Numero di figli	
0	31,67%
1	30,00%
2	25,00%
3	5,00%
più di 3	8,33%
Totale	100,00%

Figura 5

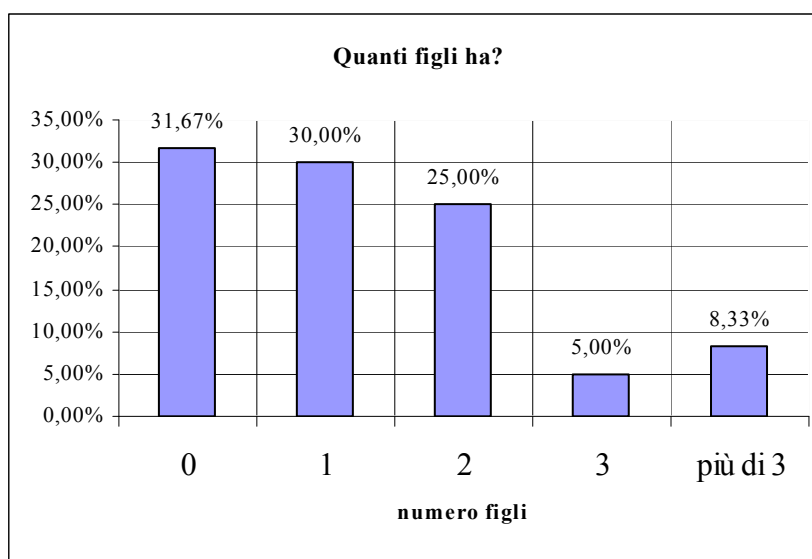


Tabella 6

Figli per classe di età	
minore di 3 anni	2,82%
da 3 a 6 anni	7,04%
da 6 a 10 anni	7,04%
da 10 a 14 anni	5,63%
da 14 anni in su	77,46%
Totale	100,00%

Figura 6

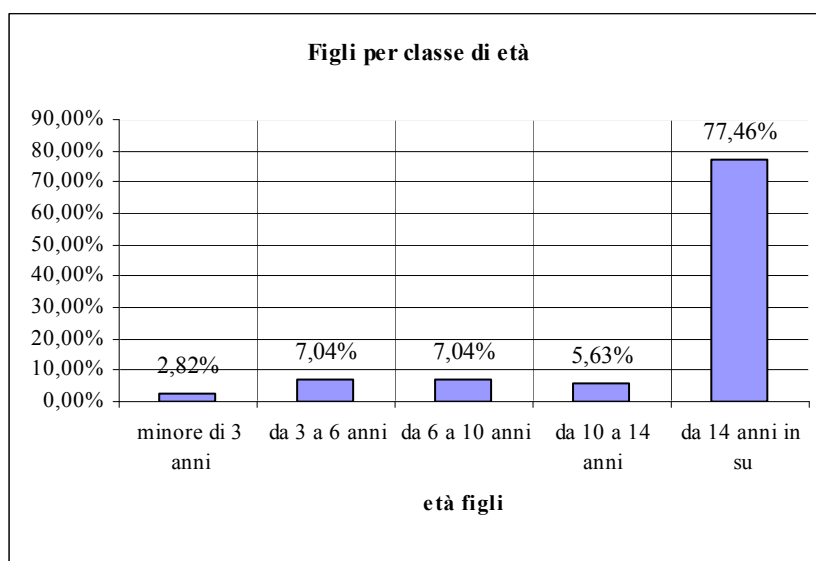


Figura 7

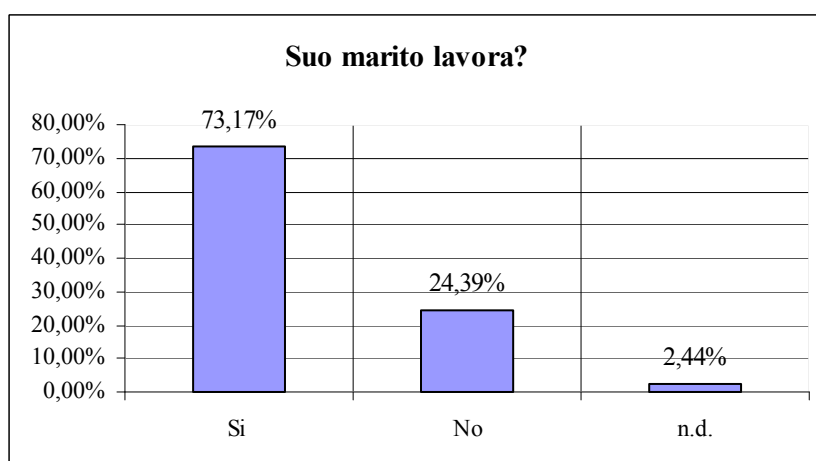


Tabella 7

Lavoro marito	
Si	73,17%
No	24,39%
n.d.	2,44%
Totale	100,00%

La maggior parte delle imprenditrici che hanno risposto al questionario svolge la sua attività da meno di 15 anni. Tuttavia circa il 23% del campione opera da più di 25 anni (tabella 8).

Rispetto al settore di attività (tabella 9), anche se nell'invio dei questionari si è tenuto conto della diversa numerosità dei settori, risultante dall'analisi del contesto in cui l'indagine è stata condotta e di cui al capitolo precedente, la risposta di alcuni settori è stata relativamente bassa, mentre altri, come per esempio il commercio, hanno dimostrato una maggiore disponibilità nella collaborazione alla ricerca. In questa fase, più della metà del campione è pertanto composto da titolari di aziende operanti nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio. La restante metà del campione si ripartisce invece presso gli altri settori. Anche in questo caso, nella fase successiva della ricerca mediante interviste si terrà conto di questa distribuzione nell'estrazione del campione.

Tabella 8

Anni di attività	
meno di 5	20,00%
da 5 a 9	21,67%
da 10 a 15	20,00%
da 15 a 19	1,67%
da 20 a 25	13,33%
più di 25	23,33%
Totale	100,00%

Figura 8

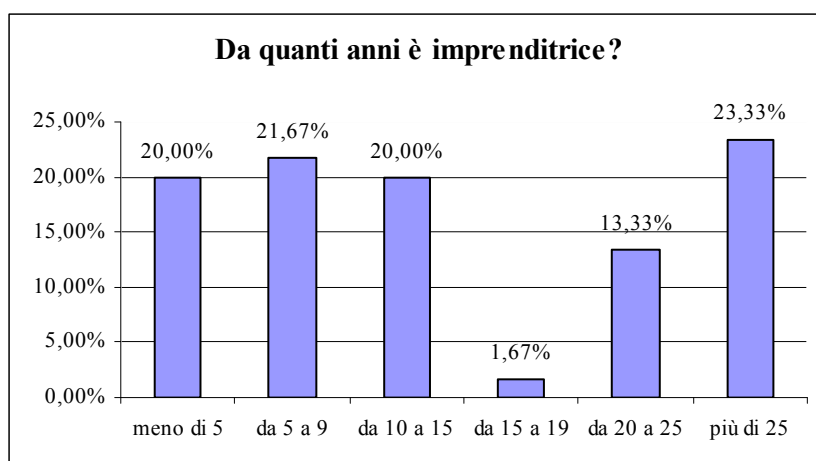
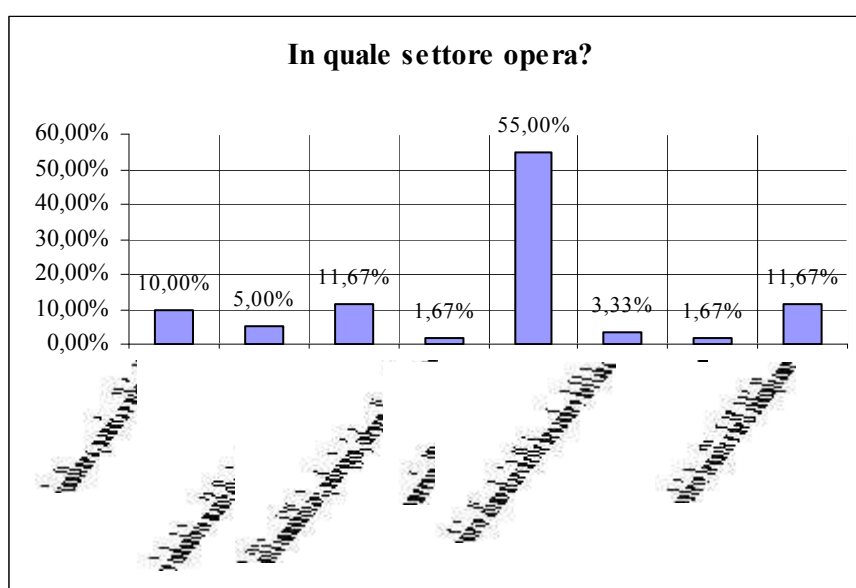


Tabella 9

Settore di attività	
Agricoltura, caccia e silvicoltura	10,00%
Alberghi e Ristoranti	5,00%
Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	11,67%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca...	1,67%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	55,00%
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	3,33%
Costruzioni	1,67%
Industrie tessili e dell'abbigliamento	11,67%
Totale	100,00%

Figura 9



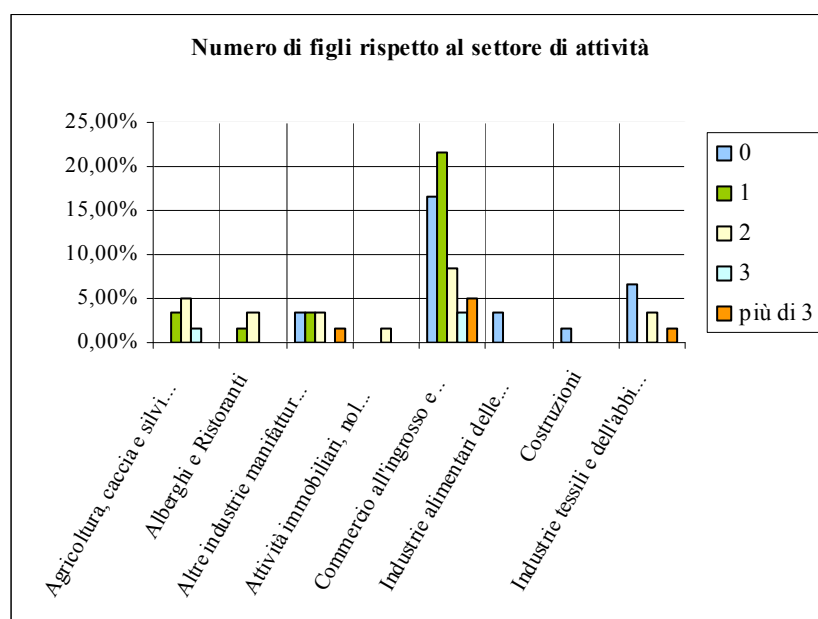
Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Incrociando il settore di attività con il numero di figli (tabella 9.2), si nota come, a livello di campione, le imprenditrici con un maggior numero di figli operino nel settore agricolo, dove più della metà di esse ha più di due figli. Nel commercio, più della metà delle donne del campione ha meno di due figli.

Tabella 9.2: Numero di figli rispetto al settore di attività.

	0	1	2	3	più di 3	Totale
Agricoltura, caccia e silvicoltura	0,00%	3,33%	5,00%	1,67%	0,00%	10,00%
Alberghi e Ristoranti	0,00%	1,67%	3,33%	0,00%	0,00%	5,00%
Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	3,33%	3,33%	3,33%	0,00%	1,67%	11,67%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca...	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	16,67%	21,67%	8,33%	3,33%	5,00%	55,00%
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Costruzioni	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Industrie tessili e dell'abbigliamento	6,67%	0,00%	3,33%	0,00%	1,67%	11,67%
Totale	31,67%	30,00%	25,00%	5,00%	8,33%	100,00%

Figura 9.2



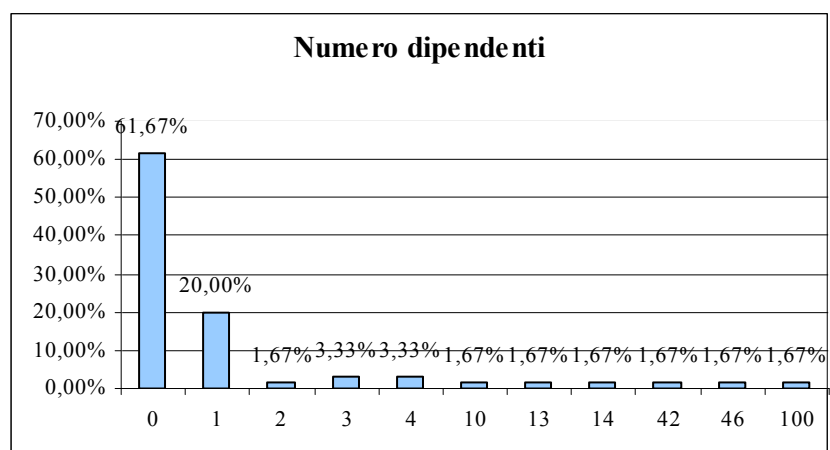
Infine, il 61,67% del campione non ha dipendenti, mentre il 20% di esso ha un solo dipendente, confermando le caratteristiche dimensionali ipotizzate per l'oggetto dell'indagine, che riguarda esclusivamente le imprese individuali.

Tabella 10

Numero dipendenti	
0	61,67%
1	20,00%
2	1,67%
3	3,33%
4	3,33%
10	1,67%
13	1,67%
14	1,67%
42	1,67%
46	1,67%
100	1,67%
Totale	100,00%

Incrociando i dati relativi al numero dei dipendenti con il settore in cui le imprenditrici del campione operano, le aziende con più dipendenti appartengono al settore manifatturiero (Tessile e Industrie manifatturiere diverse dalle precedenti); seguite dal commercio all'ingrosso e al dettaglio. Le aziende più piccole del campione, senza dipendenti, sono quelle del settore agricolo.

Figura 10

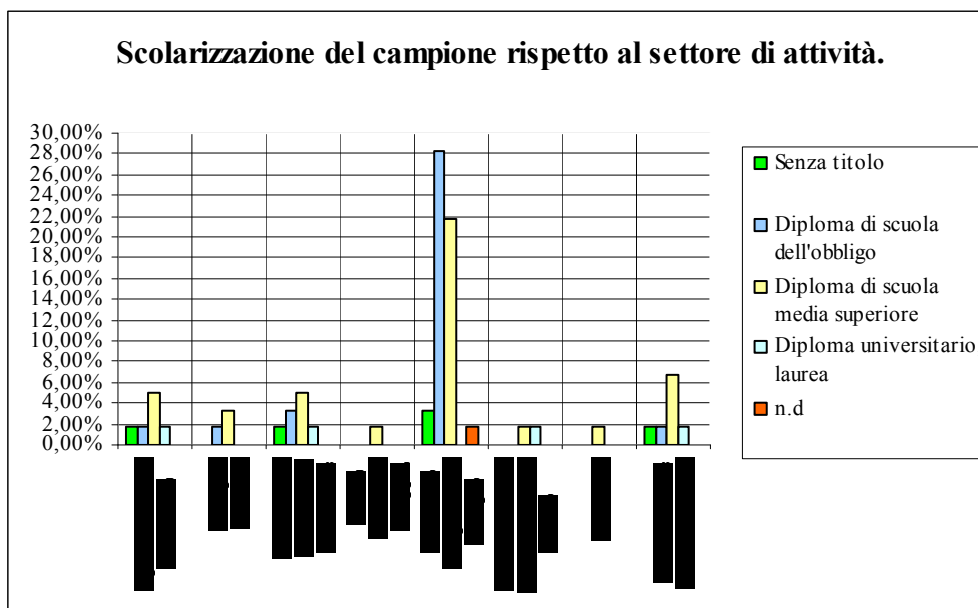


Incrociando il titolo di studio del campione con i settori di attività (tabella 11), in ciascuno di essi, tranne che nel commercio, il titolo di studio prevalente è il diploma di scuola media secondaria. La parte del campione operante nel settore commerciale ha invece in prevalenza assolto agli obblighi scolastici.

Tabella 11: Scolarizzazione del campione rispetto al settore di attività.

	Senza titolo	Diploma di scuola dell'obbligo	Diploma di scuola media superiore	Diploma universitari o, laurea	n.d	Totale
Agricoltura, caccia e silvicoltura	1,67%	1,67%	5,00%	1,67%	0,00%	10,00%
Alberghi e Ristoranti	0,00%	1,67%	3,33%	0,00%	0,00%	5,00%
Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	1,67%	3,33%	5,00%	1,67%	0,00%	11,67%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca...	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	3,33%	28,33%	21,67%	0,00%	1,67%	55,00%
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	0,00%	0,00%	1,67%	1,67%	0,00%	3,33%
Costruzioni	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%
Industrie tessili e dell'abbigliamento	1,67%	1,67%	6,67%	1,67%	0,00%	11,67%
Totale	8,33%	36,67%	46,67%	6,67%	1,67%	100,00%

Figura 11



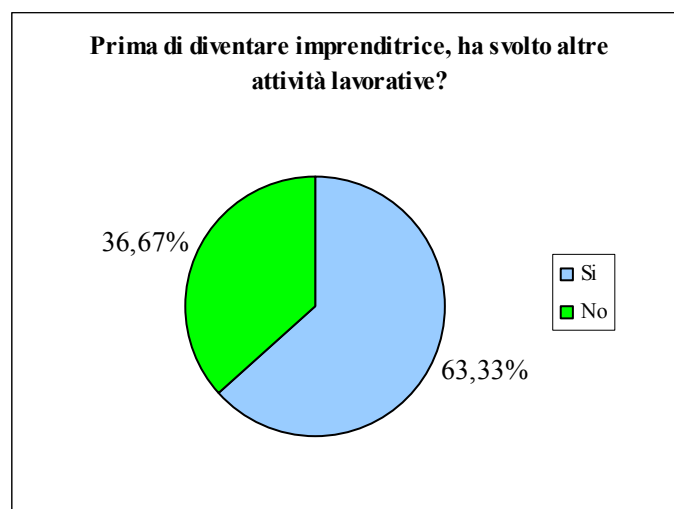
4.1.2 La motivazione dell'imprenditrice

Un primo aspetto su cui l'indagine ha cercato di far luce, sono le motivazioni che avevano spinto l'imprenditrice ad intraprendere l'attività che sta tuttora svolgendo. Poiché però tali motivazioni potevano essere correlate ad un'eventuale occupazione precedente, è stato innanzitutto chiesto al campione se aveva svolto appunto altre attività prima di quella attuale. Nel 63% dei casi, le imprenditrici avevano già svolto un'attività precedente (tabella 11.2), mentre nel 37% dei casi si è trattato della prima attività.

Tabella 11.2

Attività lavorative precedenti all'attività imprenditoriale	
Si	63,33%
No	36,67%
Totale	100,00%

Figura 11.2



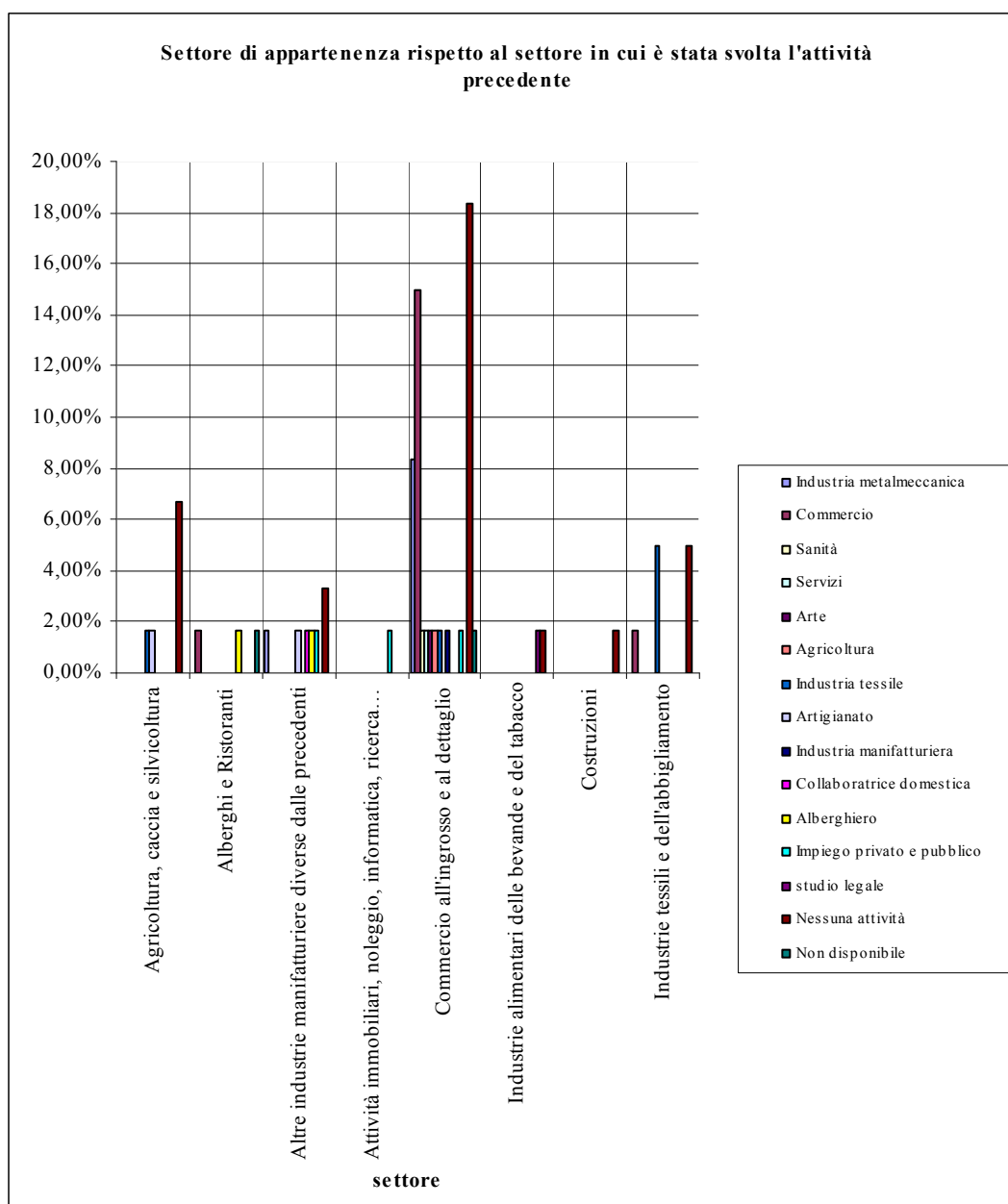
Incrociando i dati relativi all'attività precedentemente svolta dall'intervistata con quelli del settore in cui operano (tabella 12), si vede come in certi casi la prima fosse stata svolta proprio nello stesso settore in cui si è successivamente deciso di iniziare l'attività imprenditoriale. Questo vale soprattutto per il commercio e per le industrie manifatturiere del settore tessile. Considerazioni più dettagliate in merito a questo aspetto potranno essere fatte solo nella parte successiva, commentando i dati raccolti con le interviste.

Tabella 12: Settore di appartenenza rispetto al settore in cui è stata svolta l'attività precedente.

	Agricoltura, caccia e silvicoltura	Alberghi e Ristoranti	Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca...	Commercio all'ingrosso e al dettaglio	Industria alimentare e del tabacco	Costruzioni	Industrie tessili e dell'abbigliamento	Totale
Industria metalmeccanica	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%
Commercio	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	15,00%	0,00%	0,00%	1,67%	18,33%
Sanità	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Servizi	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Arte	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Agricoltura	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Industria tessile	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	5,00%	8,33%
Artigianato	1,67%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Industria manifatturiera	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Collaboratrice domestica	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Alberghiero	0,00%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Impiego privato e pubblico	0,00%	0,00%	1,67%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%
studio legale	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%
Nessuna attività	6,67%	0,00%	3,33%	0,00%	18,33%	1,67%	1,67%	5,00%	36,67%
Non disponibile	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Totale	10,00%	5,00%	11,67%	1,67%	55,00%	3,33%	1,67%	11,67%	100,00%

Grafico 12

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli



Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Alla domanda relativa alle motivazioni che l'avevano spinta a intraprendere l'attività imprenditoriale, all'intervistata è stato chiesto di dare due risposte, in ordine di importanza.

Alla prima risposta (tabella 13), il 26,67% del campione ha risposto *la volontà di lavorare in autonomia* che, se letta insieme anche al *desiderio di indipendenza, non dipendere da altri* (20%), si avvicina a quasi la metà del campione. L'autonomia decisionale e la non subordinazione, caratteristiche fondamentali dell'attività imprenditoriale, sembrano quindi avere avuto un ruolo fondamentale nelle ragioni di scelta del campione studiato. Significativo è il 25% delle intervistate che ha rilevato e proseguito l'attività di famiglia. Per un quarto del campione, quindi, non si è trattato di intraprendere un'attività ex-novo, bensì di proseguire nella gestione dell'azienda dei genitori. Data la sua importanza, ci si riserva di tornare, anche su questo aspetto, nella parte successiva della ricerca condotta mediante le interviste.

Tabella 13

Motivazioni che hanno spinto ad intraprendere l'attività 1° risposta	
Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	20,00%
La volontà di lavorare in autonomia	26,67%
Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	3,33%
Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	3,33%
Trarre soddisfazione dal lavoro	13,33%
Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	0,00%
Il desiderio di crescere professionalmente	5,00%
Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	25,00%
Le prospettive di guadagno	0,00%
Avere più tempo da dedicare a me stessa	0,00%
Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	3,33%
Altro	0,00%
N.D.	0,00%
Totale	100,00%

Figura 13

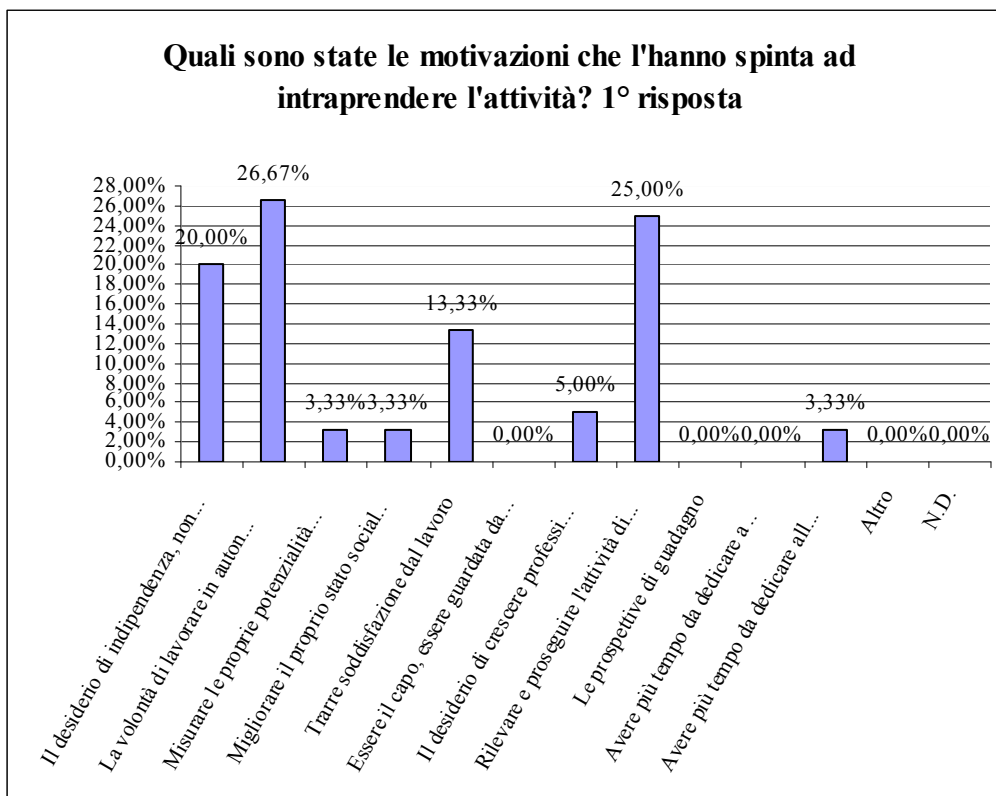
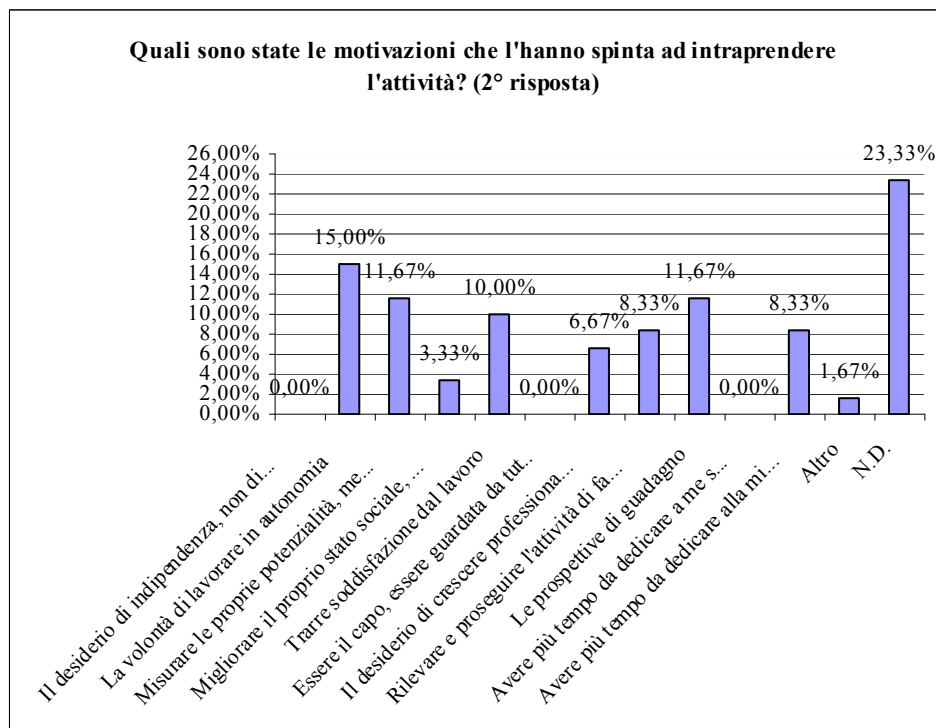


Tabella 14

Motivazioni che hanno spinto ad intraprendere l'attività (2° risposta)	
Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	0,00%
La volontà di lavorare in autonomia	15,00%
Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	11,67%
Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	3,33%
Trarre soddisfazione dal lavoro	10,00%
Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	0,00%
Il desiderio di crescere professionalmente	6,67%
Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	8,33%
Le prospettive di guadagno	11,67%
Avere più tempo da dedicare a me stessa	0,00%
Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	8,33%
Altro	1,67%
N.D.	23,33%
Totale	100,00%

Figura 14



Come secondo motivo (tabella 14) che ha spinto a intraprendere l'attività imprenditoriale, continua ad essere indicato dal campione *la volontà di lavorare in autonomia* (15%). *Le prospettive di guadagno*, che in prima risposta non avevano rappresentato una motivazione per nessun intervistato, raggiungono qui il secondo posto (11,67%) insieme alla *voglia di misurare le proprie capacità, di mettersi alla prova* (11,67%).

Le motivazioni che pertanto hanno spinto il campione studiato ad intraprendere l'attività imprenditoriale sono soprattutto quelle legate all'attrazione per un lavoro autonomo ed al proseguimento dell'attività di

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

famiglia. Incrociando i dati della prima risposta relativa alla motivazione con il settore in cui l'imprenditrice aveva avuto la sua precedente esperienza lavorativa

Tabella 15: motivazione di inizio attività rispetto all'attività svolta in precedenza.

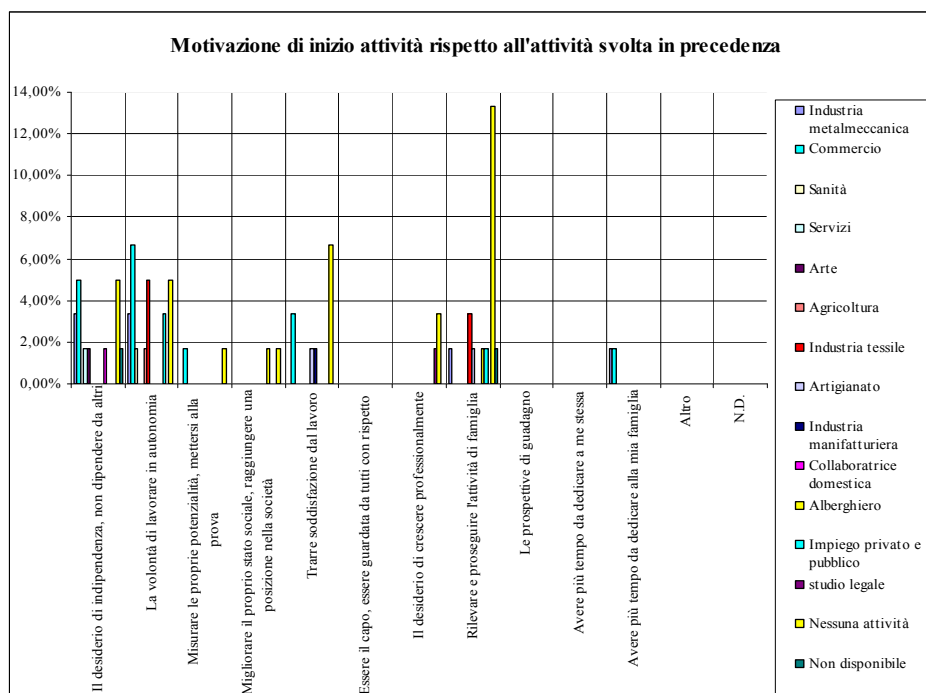
	Il desiderio di indipendenza, non lavorare da altri	La volontà di lavorare in autonomia	Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione elevata, società	Frangere soddisfazione dal lavoro	Essere il capo, essere guardata da tutti con ammirazione	Il desiderio di crescere professionalmente	Rilevare e proseguire attività di famiglia	Le prospettive di guadagno	Avere più tempo da dedicare a me stessa	Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	Altro	N.D.	Totale
Industria metalmeccanica	3,33%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	10,00%
Commercio	5,00%	6,67%	1,67%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	18,33%
Sanità	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Servizi	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Arte	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Agricoltura	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Industria tessile	0,00%	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,33%
Artigianato	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Industria manifatturiera	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Collaboratrice domestica	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Alberghiero	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Impiego privato e pubblico	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%
studio legale	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Nessuna attività	5,00%	5,00%	1,67%	1,67%	6,67%	0,00%	3,33%	13,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	36,67%
Non disponibile	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Totale	20,00%	26,67%	3,33%	3,33%	13,33%	0,00%	5,00%	25,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	100,00%

t

(taabella 15), si nota come, a livello di campione, la motivazione di rilevare e proseguire l'attività di famiglia sia valsa, in particolare, per coloro che avevano avuto la precedente esperienza nei settori manifatturiero e alberghiero dove, come desumibile dagli specifici questionari, hanno poi rilevato l'impresa di famiglia. Non mancano comunque coloro che, prima di rilevare l'attività dei genitori, abbiano provato un impiego nel settore pubblico o privato. La maggioranza del campione che ha rilevato l'attività di famiglia, tuttavia, non ha avuto precedenti esperienze lavorative.

Le motivazioni del *desiderio di indipendenza, non dipendere da altri e della volontà di lavorare in autonomia*, sono state indicate come prima risposta da quei soggetti del campione che hanno avuto precedenti esperienze lavorative nel commercio o non ne avevano avute affatto.

Figura 15



Se quelle erano state le motivazioni che avevano spinto l'imprenditrice ad iniziare l'attività, a tutte le titolari d'impresa del campione, è stato anche chiesto che cosa invece le spingesse oggi a continuare l'attività intrapresa, al fine di valutare, anche mediante la successiva domanda specifica, il loro grado di soddisfazione. Anche in questo caso era possibile dare due risposte in ordine di importanza.

Per il 18,33% del campione il primo motivo (tabella 16) per proseguire per la strada a suo tempo intrapresa è proprio quello di *trarre soddisfazione dal*

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

lavoro. La volontà di lavorare in proprio (16,67%) ed il desiderio di indipendenza (10%) continuano ad avere un forte peso, anche se minore rispetto a quando avevano iniziato. Per contro, *misurare le proprie capacità, mettersi alla prova* tende ad aumentare di importanza (15%), quasi a conferma dell'acquisizione da parte loro, intrapresa l'attività e sperimentate le difficoltà che essa comporta, delle caratteristiche tipiche del ruolo imprenditoriale. La motivazione di *rilevare e proseguire l'attività di famiglia* che già aveva avuto un ruolo determinante all'inizio dell'attività, è così importante da continuare ad avere un peso significativo (16,67%) anche in sede di motivazione a continuare l'attività intrapresa.

Come secondo motivo (tabella 17), le intervistate hanno di nuovo indicato *la volontà di lavorare in autonomia* (13,33%) e quello di *trarre soddisfazione dal proprio lavoro* (11,67%).

Confrontando le motivazioni che avevano spinto gli intervistati ad iniziare l'attività con quelle che oggi li spingono a continuarla (tabella 18), si nota come il 13,33% del campione ha indicato, sia come motivazione d'inizio attività che come ragione per cui la prosegue *la volontà di lavorare in autonomia*; l'11,67% *rilevare e proseguire l'attività di famiglia*; l'8,33% *il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri*; il 6,67% *trarre soddisfazione dal lavoro*.

Chi ha rilevato l'attività di famiglia, tra le motivazioni che lo spingono a continuare, oltre a quella di proseguire l'attività rilevata, dichiara anche quella di *misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova, il desiderio di crescere professionalmente*, ma anche *il non poter più tornare indietro, anche se lo si vorrebbe fare*. Quest'ultima motivazione è stata data solo da intervistate che hanno appunto rilevato l'azienda dei genitori o, in misura minore, da alcune imprenditrici che avevano motivato il loro ingresso con *la volontà di lavorare in autonomia*.

Seppur sempre a livello di campione, *l'aver più tempo da dedicare alla famiglia* è indicato come motivo per cui continuare a svolgere questo lavoro da coloro che già lo avevano indicato come ragione della loro scelta iniziale e da

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

coloro che, in quella sede, avevano scelto *la volontà di lavorare in autonomia e trarre soddisfazione dal proprio lavoro.*

Tabella 16

MOTIVAZIONI CHE SPINGONO A CONTINUARE L'ATTIVITA'	
Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	10,00%
La volontà di lavorare in autonomia	16,67%
Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	15,00%
Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	0,00%
Trarre soddisfazione dal lavoro	18,33%
Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	0,00%
Il desiderio di crescere professionalmente	3,33%
Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	16,67%
Le prospettive di guadagno	1,67%
Avere più tempo da dedicare a me stessa	0,00%
Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	6,67%
Il non poter più tornare indietro, anche se lo si vorrebbe fare	5,00%
Altro	3,33%
N.D.	3,33%
Totale	100,00%

Tabella 17

MOTIVAZIONE CHE SPINGONO A CONTINUARE L'ATTIVITA' (2° RISPOSTA)	
Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	1,67%
La volontà di lavorare in autonomia	13,33%
Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	6,67%
Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	1,67%
Trarre soddisfazione dal lavoro	11,67%
Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	0,00%
Il desiderio di crescere professionalmente	8,33%
Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	5,00%
Le prospettive di guadagno	6,67%
Avere più tempo da dedicare a me stessa	0,00%
Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	1,67%
Il non poter più tornare indietro, anche se lo si vorrebbe fare	5,00%
Altro	1,67%
N.D.	36,67%
Totale	100,00%

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

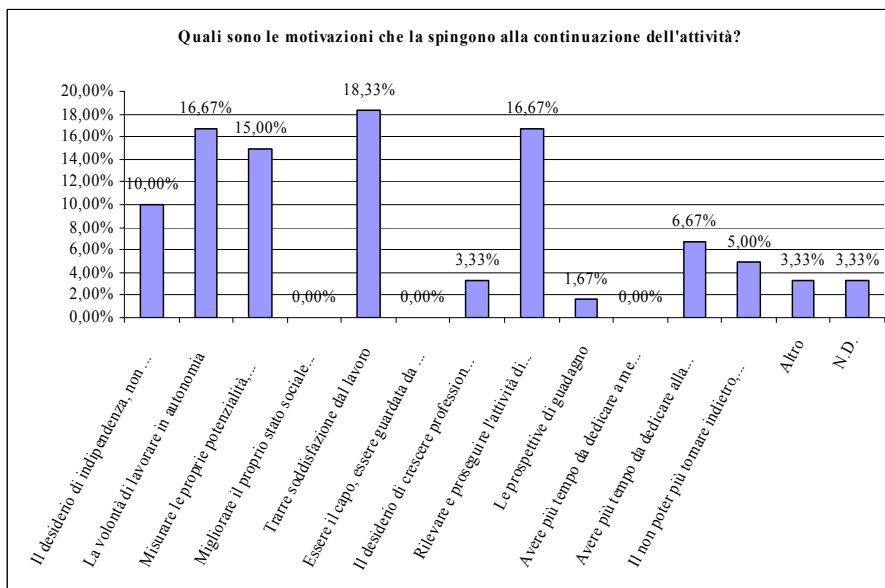


Figura 16

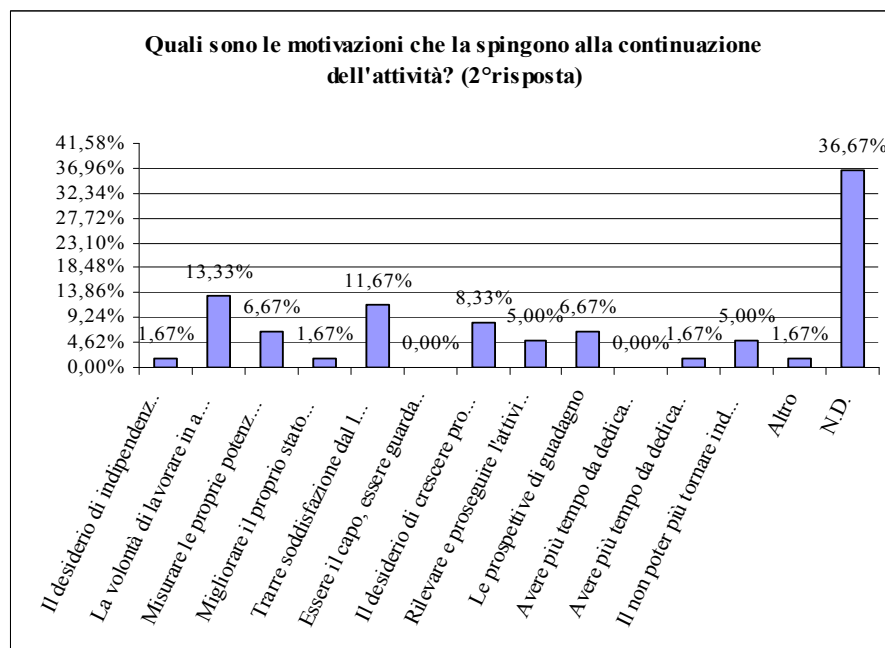
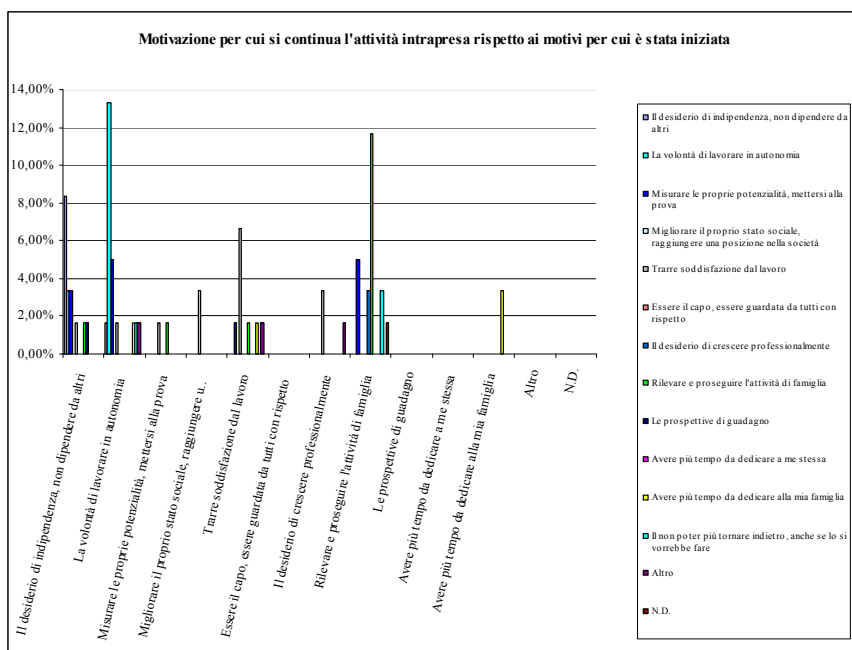


Figura 17

Tabella 18: Motivazione per cui si continua l'attività intrapresa rispetto ai motivi per cui è stata iniziata.

	Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	La volontà di lavorare in autonomia	Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	Trarre soddisfazione dal lavoro	Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	Il desiderio di crescere professionalmente	Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	Le prospettive di guadagno	Avere più tempo da dedicare a me stessa	Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	Il non poter più tornare indietro, anche se lo si vorrebbe fare	Altro	N.D.	Totale
Il desiderio di indipendenza, non dipendere da altri	8,33%	3,33%	3,33%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%
La volontà di lavorare in autonomia	1,67%	13,33%	5,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	1,67%	1,67%	0,00%	26,67%
Misurare le proprie potenzialità, mettersi alla prova	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Migliorare il proprio stato sociale, raggiungere una posizione nella società	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Trarre soddisfazione dal lavoro	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	1,67%	0,00%	13,33%
Essere il capo, essere guardata da tutti con rispetto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Il desiderio di crescere professionalmente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	5,00%
Rilevare e proseguire l'attività di famiglia	0,00%	0,00%	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	11,67%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	1,67%	25,00%
Le prospettive di guadagno	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Avere più tempo da dedicare a me stessa	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Avere più tempo da dedicare alla mia famiglia	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Altro	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
N.D.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Totale	10,00%	16,67%	15,00%	0,00%	18,33%	0,00%	3,33%	16,67%	1,67%	0,00%	6,67%	5,00%	5,00%	1,67%	100,00%

Figura 18



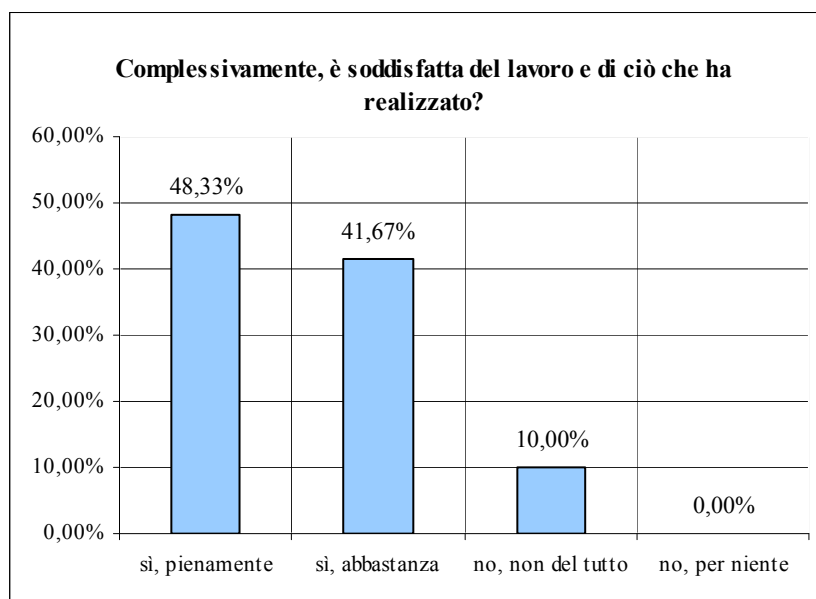
Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Studiando la motivazione delle imprenditrici, si è cercato anche di raccogliere informazioni sul loro grado di soddisfazione. Oltre che dalle risposte alle domande precedenti, quest'ultima emergeva anche da una specifica domanda del questionario. Come riportato nella tabella 19, il 90% del campione si dichiara soddisfatto del suo lavoro e di ciò che ha realizzato, con un 48,33% di pienamente soddisfatte e un 41,67% di abbastanza soddisfatte. Dai dati risultanti dall'elaborazione dei questionari, risulta che coloro che hanno svolto un'altra attività prima dell'attuale gestione d'impresa, tendono a dimostrare una maggior soddisfazione per il loro lavoro attuale.

Tabella 19

SODDISFAZIONE PER IL PROPRIO LAVORO	
sì, pienamente	48,33%
sì, abbastanza	41,67%
no, non del tutto	10,00%
no, per niente	0,00%
Totale	100,00%

Figura 19



4.1.3 Le difficoltà incontrate

Al campione di imprenditrici è stato chiesto quali fossero state le difficoltà, in quanto donne, incontrate all'inizio della propria carriera imprenditoriale. Anche in questo caso è stato chiesto di indicarne due, in ordine di importanza.

Come prima risposta, il 40% del campione ha dichiarato di non aver avuto nessuna difficoltà per il fatto di essere donna (tabella 20). Il 13,33% delle imprenditrici ricorda di aver avuto difficoltà nella gestione del tempo e la stessa percentuale ha dichiarato di aver avuto problemi nel conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro. Solo il 11,67% di esse ha lamentato, all'inizio della propria attività, mancanza di credibilità.

Se ai 2/5 del campione che dichiara di non aver avuto alcuna difficoltà per il fatto di essere donna, si aggiungono le imprenditrici che lamentano problemi con gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto fiscali (10%) che, per loro natura, sono un problema sicuramente comune anche ai colleghi dell'altro sesso²⁷, la percentuale del campione che non ha avuto alcun problema di genere all'inizio della propria attività raggiunge il 50%. La restante metà del campione, però, ha dichiarato di aver avuto difficoltà che, in alcuni casi, sono tipicamente delle difficoltà di genere (per esempio il pregiudizio dei parenti e dei familiari), mentre in altri possono anche non esserlo (per esempio, trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato). Anche questo aspetto, pertanto, dovrà essere chiarito ed approfondito in sede di interviste.

Alla seconda risposta (tabella 21), le imprenditrici che avevano prima dichiarato di non aver incontrato alcuna difficoltà per il fatto di essere donne non hanno risposto. La parte del campione che invece aveva dichiarato delle difficoltà iniziali ha qui lamentato la difficoltà di conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro (21,67%) e gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali (13,33%).

²⁷ Pur potendo comunque, lo stesso problema, essere vissuto in modo diverso dai due generi.

Tabella 20

DIFFICOLTA' INCONTRATE ALL'INIZIO DELLA PROPRIA CARRIERA IMPRENDITORIALE IN QUANTO DONNA	
Nessuna difficoltà per il fatto di essere donna	40,00%
Mancanza di credibilità	11,67%
Reperire finanziamenti	3,33%
La gestione del tempo	13,33%
Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	10,00%
Il rapporto con i dipendenti	1,67%
Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	13,33%
Trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato	5,00%
Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	0,00%
I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	1,67%
Altro	0,00%
Totale	100,00%

Tabella 21

DIFFICOLTA' INCONTRATE ALL'INIZIO DELLA PROPRIA CARRIERA IMPRENDITORIALE IN QUANTO DONNA (2°risposta)	
Nessuna difficoltà per il fatto di essere donna	1,67%
Mancanza di credibilità	1,67%
Reperire finanziamenti	1,67%
La gestione del tempo	8,33%
Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	13,33%
Il rapporto con i dipendenti	3,33%
Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	21,67%
Trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato	5,00%
Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	0,00%
I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	0,00%
Altro	3,33%
N.D.	40,00%
Totale	100,00%

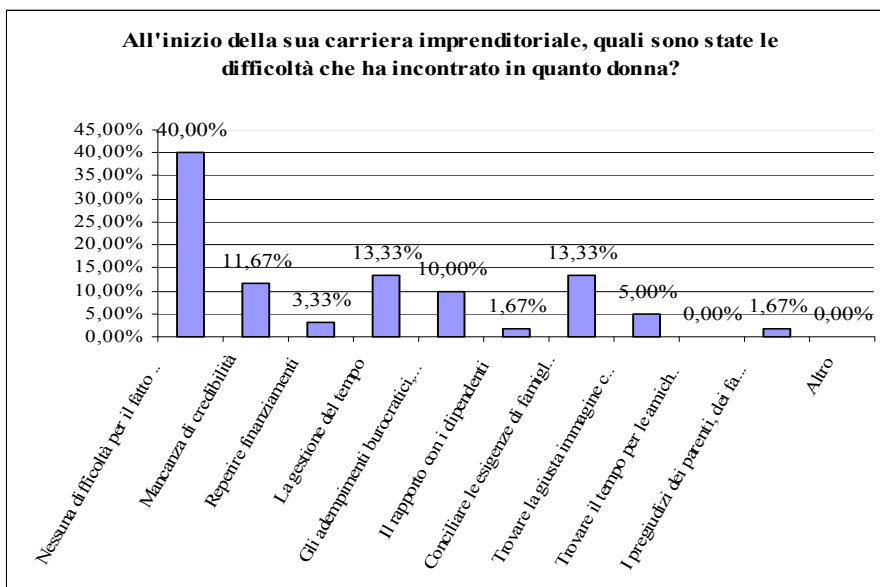
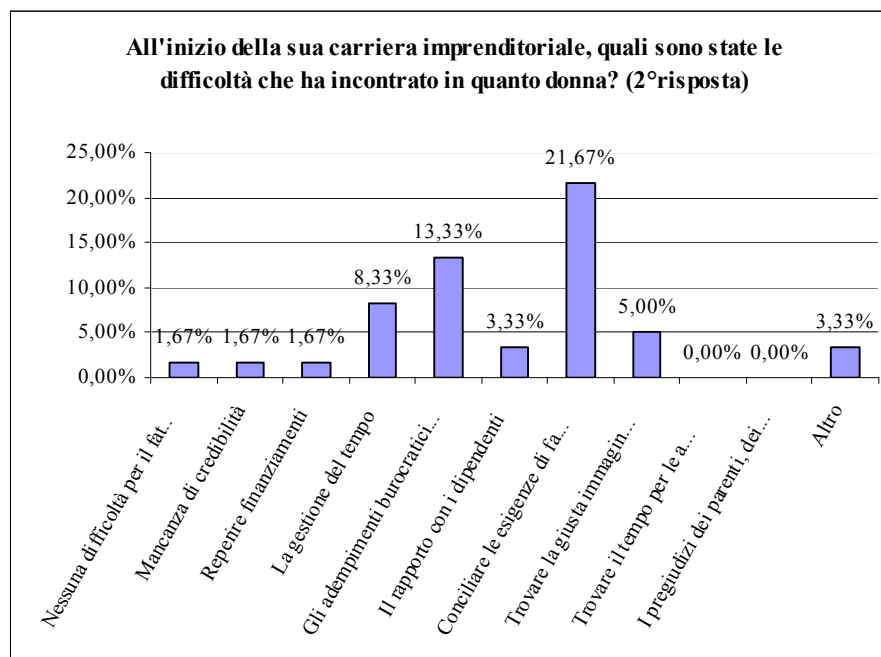


Figura 20

Figura 21



Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Analogamente a quanto fatto per la motivazione, anche per le difficoltà incontrate si sono distinti i due momenti dell'inizio dell'attività e quello attuale, al fine di studiarne anche la possibile evoluzione. All'inizio dell'attività, però, nel chiedere delle difficoltà incontrate, la domanda specificava "in quanto donna". Nel chiedere delle difficoltà che sta incontrando ora, è invece stato specificato "nello svolgere la sua attività di imprenditrice". Anche in questo caso, potevano essere date due risposte, in ordine di importanza.

Come riportato nella tabella 22, il 26,67% del campione ha dichiarato che la sua maggior difficoltà sono gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali, problema sicuramente comune all'imprenditoria in generale, e non necessariamente collegato al genere di appartenenza. Tuttavia, subito dopo i problemi di gestione, le due più grosse difficoltà lamentate sono la gestione del tempo (21,67%) e conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro (21,67%) che diventano la difficoltà più frequentemente citata come seconda risposta (tabella 23).

Se si confrontano le difficoltà dichiarate all'inizio dell'attività con quelle lamentate oggi nello svolgere il proprio lavoro, si nota come la mancanza di credibilità tenda a diventare sempre meno un problema, quasi che le imprenditrici riescano, attraverso la propria professionalità, a guadagnarsi la stima delle persone che le circondano. A supporto di questa ipotesi c'è anche la scomparsa, col tempo, del problema dei pregiudizi dei parenti e dei familiari. Sostanzialmente invariati sono i problemi del reperimento dei finanziamenti, quello del rapporto con i dipendenti e quello di trovare la giusta immagine sul mercato. Aumenta invece significativamente il peso del problema della gestione del tempo e di come conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro, e compare anche quello di trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc. non vissuto come difficoltà all'inizio dell'attività. L'esperienza professionale fa infine più che raddoppiare il problema degli adempimenti burocratici, contabili e fiscali.

Tabella 22

DIFFICOLTA' INCONTRATE OGGI NELLO SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' IMPRENDITORIALE (1°RISPOSTA)	
Mancanza di credibilità	1,67%
Reperire finanziamenti	3,33%
La gestione del tempo	21,67%
Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	26,67%
Il rapporto con i dipendenti	1,67%
Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	21,67%
Trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato	5,00%
Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	3,33%
I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	0,00%
Altro	10,00%
N.D.	5,00%
Totale	100,00%

Tabella 23

DIFFICOLTA' INCONTRATE OGGI NELLO SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' IMPRENDITORIALE (2°RISPOSTA)	
Mancanza di credibilità	0,00%
Reperire finanziamenti	5,00%
La gestione del tempo	5,00%
Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	1,67%
Il rapporto con i dipendenti	0,00%
Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	15,00%
Trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato	8,33%
Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	6,67%
I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	0,00%
Altro	1,67%
N.D.	56,67%
Totale	100,00%

Figura 22

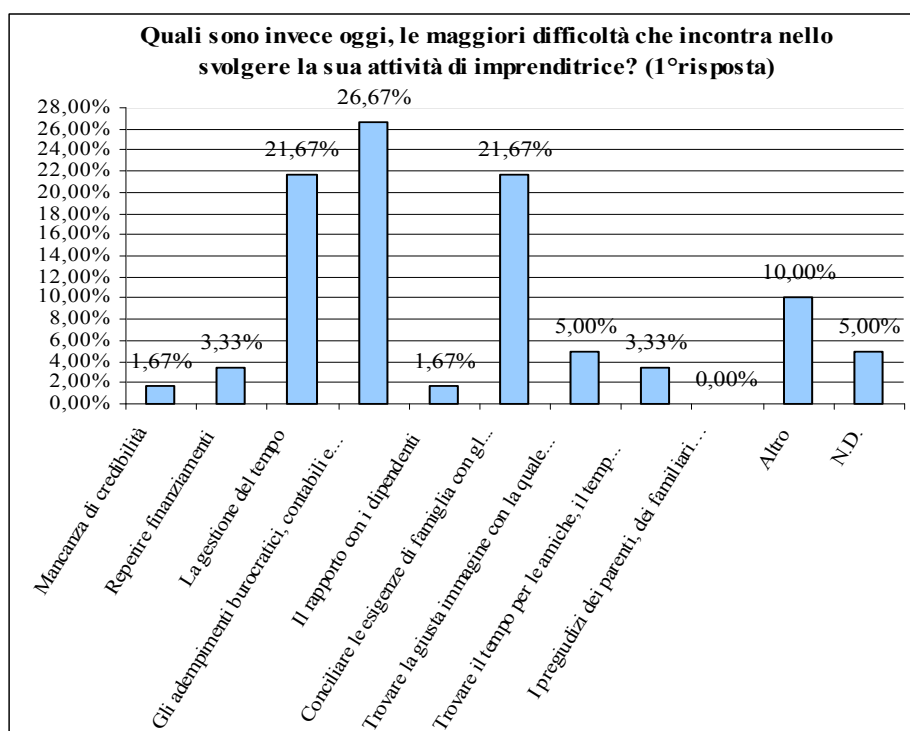
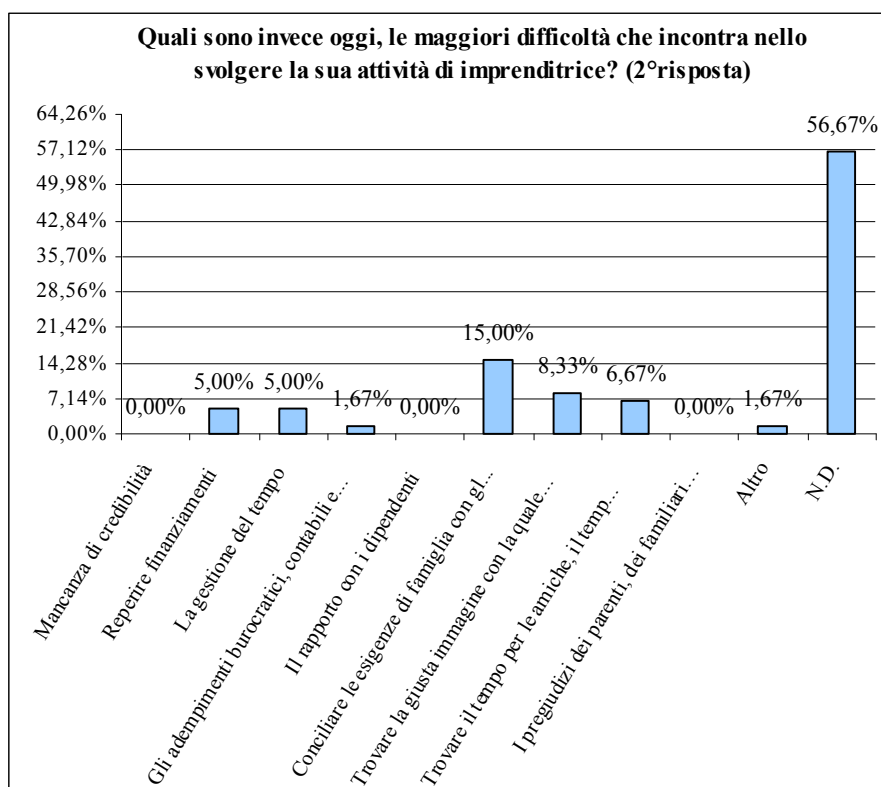


Figura 23

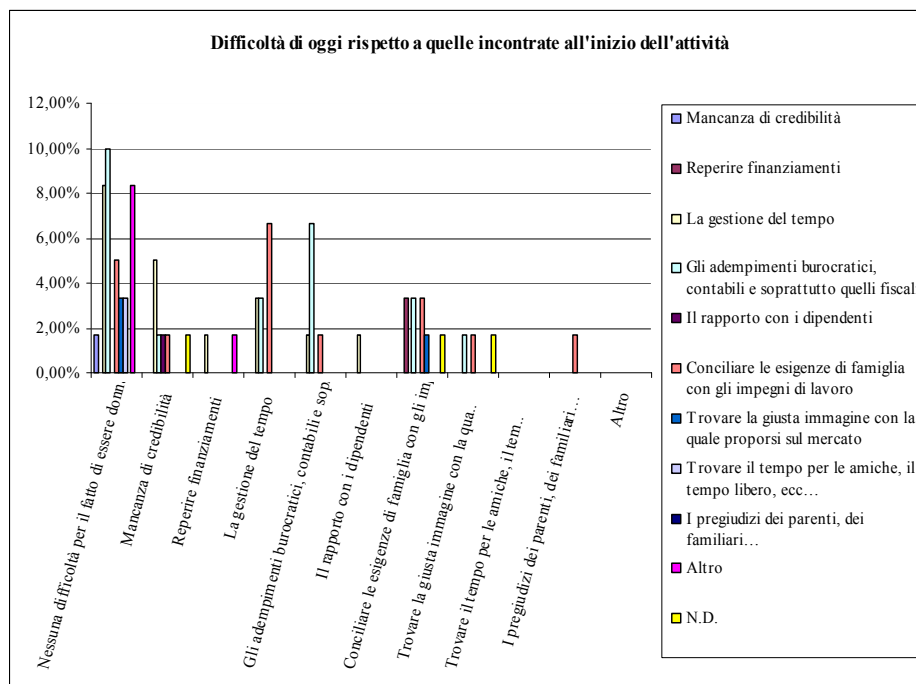


Se si incrociano le difficoltà iniziali con quelle dichiarate nel corso dell'attività, infine, (tabella 24), coloro che non lamentavano difficoltà all'inizio per il semplice fatto di essere donne, oggi tendono a lamentarsi soprattutto degli adempimenti burocratici, contabili e fiscali, a cui fanno seguito la gestione del tempo, conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro, trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato, trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc, e, infine, la mancanza di credibilità. Per chi aveva dichiarato, all'inizio, difficoltà nella gestione del tempo, adesso il problema più frequentemente lamentato è quello di conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro.

Tabella 24: Difficoltà di oggi rispetto a quelle incontrate all'inizio dell'attività.

	Mancanza di credibilità	Reperire finanziamenti	La gestione del tempo	Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	Il rapporto con i dipendenti	Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	Trovare la giusta immagine con la quale presentarsi sul mercato	Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	Altro	N.D.	Totale
Nessuna difficoltà per il fatto di essere donna	1,67%	0,00%	8,33%	10,00%	0,00%	5,00%	3,33%	3,33%	0,00%	8,33%	0,00%	40,00%
Mancanza di credibilità	0,00%	0,00%	5,00%	1,67%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	11,67%
Reperire finanziamenti	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	3,33%
La gestione del tempo	0,00%	0,00%	3,33%	3,33%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	13,33%
Gli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto quelli fiscali	0,00%	0,00%	1,67%	6,67%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%
Il rapporto con i dipendenti	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro	0,00%	3,33%	0,00%	3,33%	0,00%	3,33%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	13,33%
Trovare la giusta immagine con la quale proporsi sul mercato	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	5,00%
Trovare il tempo per le amiche, il tempo libero, ecc...	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
I pregiudizi dei parenti, dei familiari...	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Altro	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Totale	1,67%	3,33%	21,67%	26,67%	1,67%	21,67%	5,00%	3,33%	0,00%	10,00%	5,00%	100,00%

Figura 24

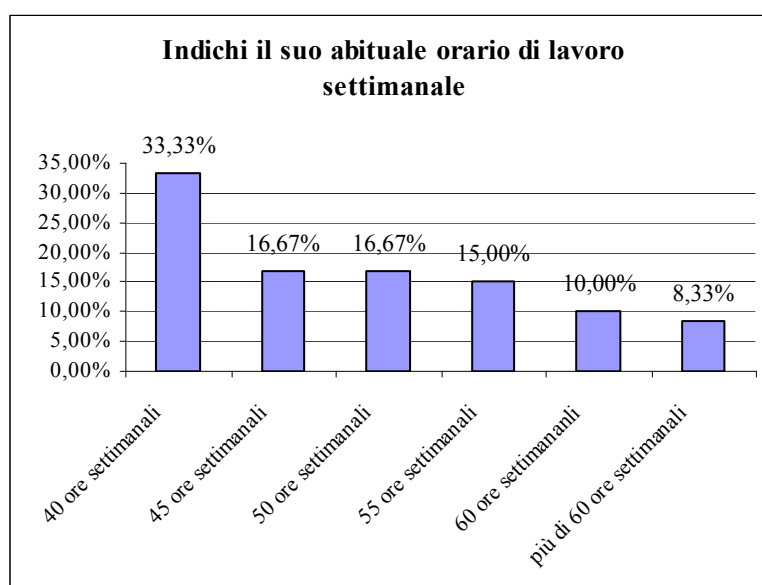


Alle imprenditrici è stato infine chiesto qual era il loro abituale orario di lavoro settimanale (tabella 25). Solo un terzo del campione dichiara un impegno medio settimanale di circa 40 ore. I restanti due terzi dichiarano un impegno settimanale superiore. Il proprio lavoro impegna metà del campione per non meno di 50 ore settimanali.

Tabella 25

IMPEGNO MEDIO DI LAVORO SETTIMANALE	
40 ore settimanali	33,33%
45 ore settimanali	16,67%
50 ore settimanali	16,67%
55 ore settimanali	15,00%
60 ore settimanali	10,00%
più di 60 ore settimanali	8,33%
Totale	100,00%

Figura 25



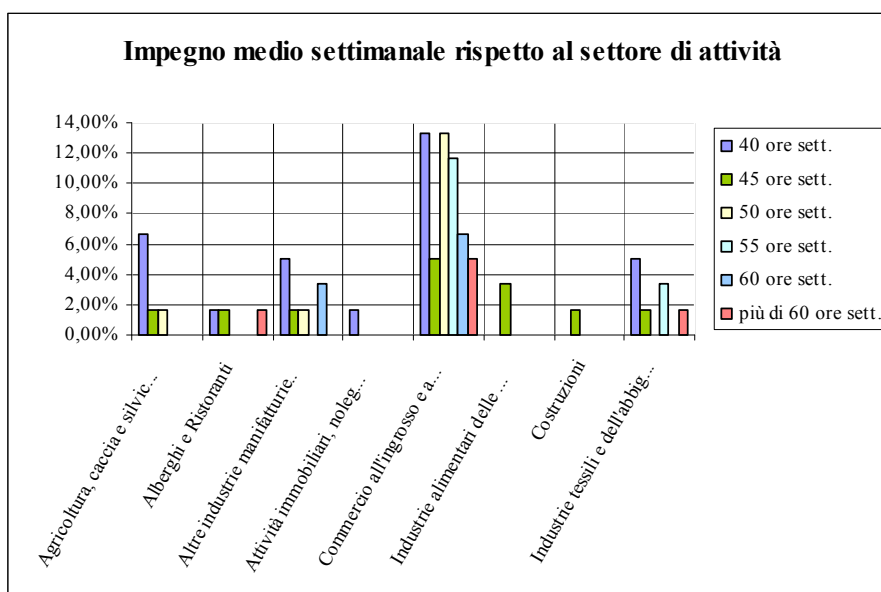
Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Incrociando le risposte relative all'orario di lavoro con il settore di appartenenza delle imprenditrici, il settore che dichiara il maggior impegno orario risulta essere quello del commercio (tabella 25.2).

Tabella 25.2: Impegno medio settimanale rispetto al settore di attività.

	40 ore sett.	45 ore sett.	50 ore sett.	55 ore sett.	60 ore sett.	60 ore sett.	Totale
Agricoltura, caccia e silvicoltura	6,67%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%
Alberghi e Ristoranti	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%	5,00%
Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti	5,00%	1,67%	1,67%	0,00%	3,33%	0,00%	11,67%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca...	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	13,33%	5,00%	13,33%	11,67%	6,67%	5,00%	55,00%
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
Costruzioni	0,00%	1,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67%
Industrie tessili e dell'abbigliamento	5,00%	1,67%	0,00%	3,33%	0,00%	1,67%	11,67%
Totale	33,33%	16,67%	16,67%	15,00%	10,00%	8,33%	100,00%

Figura 25.2



4.1.4 L'informazione

Si è approfittato del questionario per studiare anche il livello di informazione delle imprenditrici circa l'esistenza di agevolazioni per l'imprenditorialità femminile.

Alla specifica domanda, il 55% del campione ha dichiarato di conoscere l'esistenza di tali agevolazioni (tabella 26). Tuttavia, solo il 5% del campione ne ha fatto uso (tabella 27).

Interessante, se si considera che l'indagine è stata condotta presso aziende individuali, di dimensioni relativamente piccole e con un basso numero di dipendenti²⁸, è il 6,67% del campione che dichiara l'esistenza, presso la propria azienda, di una persona che si occupa di pari opportunità.

Tabella 26

CONOSCENZA DELL'ESISTENZA DI AGEVOLAZIONI PER L'IMPRENDITORIALITA' FEMMINILE	
Si	55,00%
No	45,00%
Totale	100,00%

²⁸ Come riportato in questo stesso capitolo, nella descrizione del campione, nella tabella 10.

Figura 26

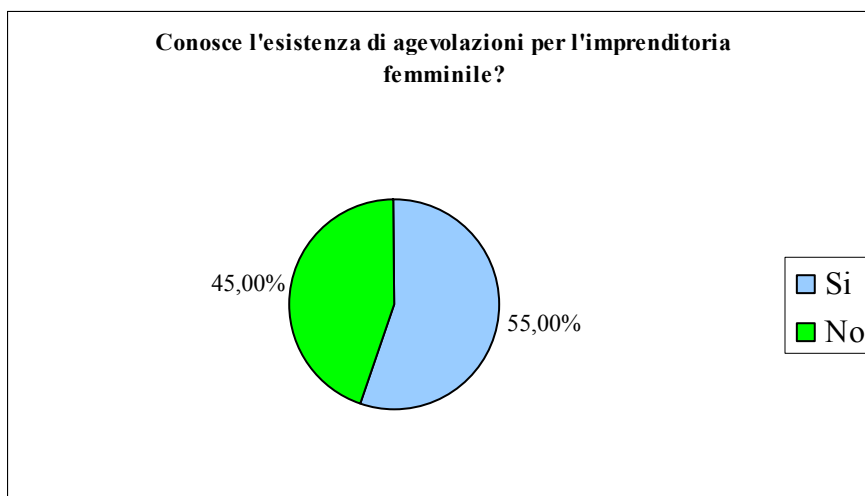


Tabella 27

UTILIZZO DELLE AGEVOLAZIONI PER L'IMPRENDITORIALITA' FEMMINILE	
Si	5,00%
No	95,00%
Totale	100,00%

Figura 27

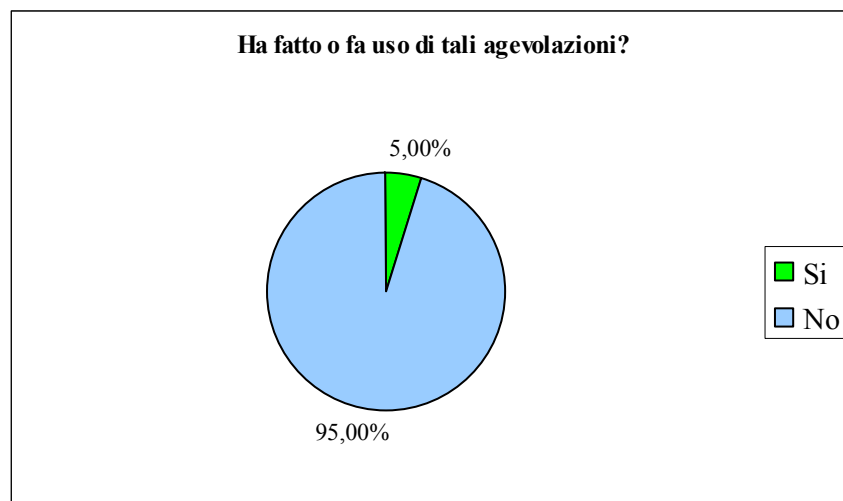
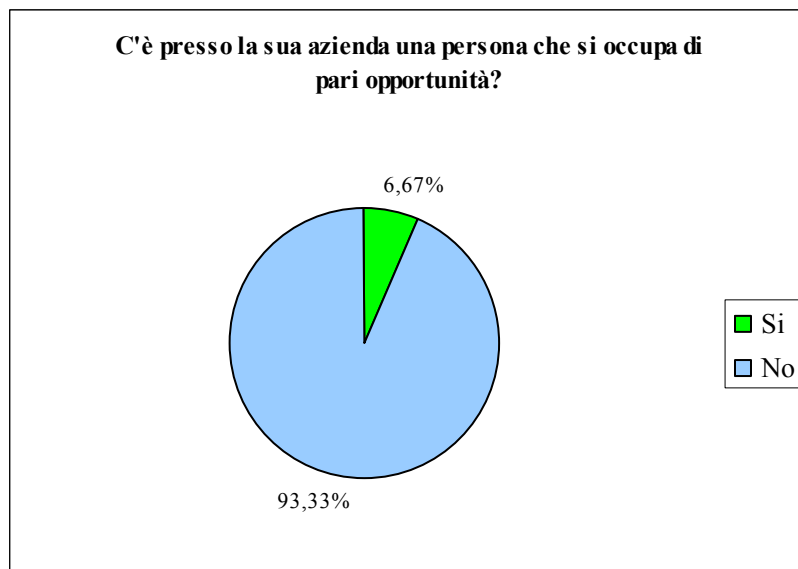


Tabella 28

ESISTENZA PRESSO L'AZIENDA DI UNA PERSONA CHE SI OCCUPA DI PARI OPPORTUNITA'	
Si	6,67%
No	93,33%
Totale	100,00%

Figura 28



4.2 Un'ulteriore analisi: la ricerca mediante interviste

Al fine di aumentare la rappresentatività del campione, ma anche di verificare i risultati della precedente indagine fatta con i questionari, i dati raccolti sono stati ulteriormente controllati effettuando 30 interviste presso altrettante imprenditrici della provincia di Vercelli. Questa terza fase della ricerca, oltre alla funzione di controllo e verifica delle conclusioni a cui si era pervenuti nelle due precedenti, si poneva anche l'obiettivo di approfondire ed arricchire ulteriormente le informazioni raccolte.

Le intervistate sono titolari di aziende individuali attive nel territorio provinciale, di età compresa tra i 25 e i 69 anni. Due terzi di esse sono nate a Vercelli o in provincia. Il restante 1/3 è nato in comuni del Piemonte o della Lombardia, tranne tre soggetti che provengono dal Sud.²⁹ La prevalenza di intervistati originari della provincia ha permesso, nell'analisi delle difficoltà legate allo svolgimento della propria attività imprenditoriale, di evitare il sovrapporsi, ai problemi di genere, di problemi legati a diversità culturali rispetto all'origine.

Rispetto al titolo di studio, circa metà degli intervistati ha assolto agli obblighi scolastici³⁰; l'altra metà è invece in possesso di un diploma, di qualifica o di scuola media superiore; una sola imprenditrice, fra quelle intervistate, è laureata.

Metà del campione contattato è sposato e con uno o due figli³¹; poco meno di un quarto di esso è nubile e la restante parte si trova in situazioni diverse che si avrà modo di vedere con maggior dettaglio più avanti.

²⁹ Basilicata e Sicilia.

³⁰ Diversi a seconda dell'età dell'intervistato. In due casi, le imprenditrici erano in possesso della licenza elementare.

³¹ Nella scelta del campione da intervistare, si è cercato di contattare anche imprenditrici coniugate e con figli ancora piccoli per compensare le caratteristiche del campione di cui alla fase d'indagine precedente mediante questionario, in cui la maggioranza di imprenditrici aveva figli in età superiore ai 14 anni. In ogni caso, a tutte le intervistate, in questa fase, è stato esplicitamente chiesto di raccontare della propria situazione quando i figli erano ancora piccoli.

La maggior parte delle imprenditrici intervistate non ha dipendenti. Le variabili studiate in questa fase della ricerca sono, proprio per la sua funzione di verifica e di approfondimento, le stesse di quella precedente. In particolare, si sono analizzati:

1. la motivazione dell'imprenditrice, tanto all'inizio della sua attività, quanto oggi nella sua attuale fase di svolgimento.
2. le difficoltà incontrate nell'esercizio della funzione imprenditoriale, anch'esse nei due momenti di inizio attività e attuale. In particolare, le difficoltà legate alla condizione di genere.
3. le modalità di conciliazione dei tempi di lavoro con le esigenze di famiglia.
4. il livello di informazione in merito ad alcune opportunità per l'imprenditorialità femminile.

4.2.1 La motivazione dell'imprenditrice

La maggior parte delle intervistate, alla domanda relativa ai motivi che l'avevano spinta a intraprendere l'attività imprenditoriale, ha risposto sottolineando la passione, da sempre posseduta, per la specifica attività intrapresa.

In molti casi, si è trattato di continuare l'attività già intrapresa dalla propria famiglia, rilevando l'azienda dei genitori, magari dopo un certo periodo di affiancamento a questi ultimi nella gestione.

In qualche caso, si è trattato di una necessità, per esempio legata ad una temporanea disoccupazione del marito o al bisogno di mandare avanti l'azienda in seguito alla morte del coniuge titolare.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Una motivazione ricorrente, ma solo in certi settori, è quella della possibilità di poter meglio conciliare i propri obiettivi di crescita professionale con le esigenze di famiglia.³²

Una motivazione comune a molte imprenditrici, è il desiderio di realizzarsi attraverso un'esperienza professionale indipendente, autonoma.

Beh, sicuramente più l'orgoglio personale. Il fatto di mandare avanti una cosa tua. A un certo punto, ti vuoi realizzare. (Dopo aver lavorato per anni nel commercio come dipendente) per me è stata la voglia di una svolta in più, di salire cioè di un gradino. Mi sembrava sbagliato fermarmi.

[25 anni .Commercio]

Svolgevo già questa attività come dipendente. Mi piaceva e lo facevo volentieri. Però poi è scattato qualcosa: la voglia di provare, di vedere, di riuscire a fare qualcosa per conto mio.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

E' stata anche la voglia di mettermi alla prova, avendo maturato una certa indipendenza mentale nella professione che facevo e che, per quanto fosse da dipendente, mi dava una certa autonomia. Forse anche per non voler imposizioni, non voler avere nessuno sopra la testa, ho optato per una soluzione indipendente. Sono io il mio capo.

[38 anni. Agenzia immobiliare]

In alcuni casi la scelta è descritta come la realizzazione di un sogno che, maturato anche molti anni prima, era rimasto "nel cassetto" fino alla maturazione delle condizioni per la sua realizzazione.

³² Su questo aspetto si avrà modo di ritornare in seguito, trattando delle modalità di conciliazione dei tempi di lavoro con le esigenze di famiglia.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Non mancano, infine, il caso fortuito, l'occasione che, pur non essendo frutto di una scelta lungamente meditata e di un passaggio da tempo programmato, ha comunque spinto le imprenditrici a intraprendere questa nuova strada.

Perché mio padre era in un bar che frequentava e, un giorno, parlando con un signore, questi gli aveva detto: “ma perché non fai venire qui tua figlia che è una buona cuoca? Avrebbe così l'opportunità di mettersi da sola...” Così abbiamo iniziato.

[46 anni. Ristorante]

Non è stata una cosa voluta. E' arrivata per caso perché mio marito faceva il fotografo. Io mi sono licenziata e, trovandomi a non fare più nulla, ho deciso di aiutarlo. Aiuta oggi, aiuta domani, ho preso un po' il posto del capo. E poi, ho visto che con i bambini io ci so fare di più.

[56 anni. Studio fotografico]

Se queste sono le risposte alla domanda su cosa aveva spinto le intervistate a “mettersi in proprio”, a tutte le imprenditrici è stato anche chiesto cosa le spingesse oggi a continuare la strada intrapresa, sia per studiare un'eventuale evoluzione delle motivazioni, sia per raccogliere informazioni sul loro grado di soddisfazione, di cui si tratterà più avanti.

Una risposta ricorrente, correlata alle motivazioni iniziali, è il fatto di fare un lavoro che le consente di sentirsi indipendente nella gestione di sé e del proprio tempo.

Altrettanto importante è, per le intervistate, dare continuità a ciò che loro stesse hanno creato, magari anche guardando al futuro dei propri figli che si spera continuino l'attività da loro iniziata.

Poi ho una motivazione che è proprio quella dei figli. Di dare una continuità a qualcosa che ho creato io e che mi

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

spiacerebbe che andasse perso. Visto poi i tempi che corrono, l'andazzo che c'è. I ragazzi non è che abbiano delle grandi prospettive. Non voglio dire che il mio lavoro sia una grandissima prospettiva, ma comunque è almeno una certezza.

[52 anni. Commercio]

Le imprenditrici non hanno infine mancato di sottolineare che, oggi come quando hanno iniziato, una ragione fondamentale che le spinge a continuare la strada intrapresa è che gli piace il lavoro che fanno.

Solo in un caso l'intervistata, dichiaratasi non soddisfatta del suo lavoro, ha detto che, se tornasse indietro, non sceglierebbe più il percorso professionale intrapreso e che continua l'attività solo per mancanza di opportunità alternative.

Circa la metà delle intervistate, prima di iniziare l'attività come imprenditore, aveva già lavorato nello stesso settore, ma nell'ambito dell'azienda di famiglia, successivamente rilevata o affiancata ad un'altra da loro aperta ex-novo.

I miei genitori avevano un negozio a (omissis.) e io ero coadiuvante e lavoravo con loro. Poi ho deciso di aprire da sola, sempre nell'ambito della stessa attività, qui, in un'altra città.

[39 anni. Foto-Ottica]

Le imprenditrici intervistate che avevano già maturato un'esperienza nell'azienda dei genitori o del coniuge sono quasi sempre commercianti o agricoltori. In particolare, tutte le imprenditrici agricole intervistate hanno rilevato l'azienda di famiglia e nessuna di esse ne ha costituita una nuova.

Un terzo delle intervistate risulta invece aver svolto altre attività prima di iniziare la sua carriera imprenditoriale.

Di esse, una parte svolgeva già la stessa attività ma come lavoratore dipendente, decidendo, ad un certo punto, di investire l'esperienza acquisita nello specifico settore in un'attività in proprio. Le intervistate che si trovano in questa situazione appartengono soprattutto al campo del commercio.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Molte imprenditrici vengono però da esperienze di lavoro completamente diverse da quella successivamente intrapresa con l'attività imprenditoriale. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, raramente le intervistate che hanno avuto una precedente esperienza lavorativa, soprattutto in settore diverso da quello poi scelto per l'attività imprenditoriale, motivano il passaggio dal lavoro dipendente a quello autonomo con il desiderio di indipendenza. Ciò suggerisce che, nel campione studiato, questa non sia una ragione fondamentale a giustificazione della scelta fatta. Nel campione risulta più frequente la necessità di proseguire nella gestione dell'azienda di famiglia.

Io facevo l'insegnante. Morto mio marito, per 8 anni mi son fatta le ossa a fianco di mio cognato nella gestione dell'azienda di famiglia. Poi, venuto a mancare anche lui, ho dovuto continuare da sola, lasciando l'insegnamento. Con l'aiuto del mio bravo trattorista, io che non ero neanche figlia di agricoltori, ho dovuto imparare tutto, chiedendo a destra e a sinistra.

[69 anni. Agricoltore]

In alcuni casi, invece, il lavoro precedente, pur in campo magari diverso da quello successivamente intrapreso, ha però influenzato, in qualche modo, la scelta, fornendo le abilità richieste per lo svolgimento di un'attività imprenditoriale o contribuendo all'acquisizione della consapevolezza del possesso delle qualità necessarie.

Ero consulente informatico presso una software-house e presso alcune ditte. Era comunque un lavoro abbastanza particolare: dipendente, ma che comportava il coordinamento di altre persone, un contatto costante con il cliente, una certa responsabilità, più limitata all'inizio e, via via crescente, nei vari step di carriera.

[38 anni. Agenzia immobiliare]

Circa un quinto del campione, infine, non ha fatto alcun lavoro prima dell'inizio della sua attività. Il caso più frequente è qui quello di parrucchiere ed estetiste che dichiarano di aver iniziato la propria attività dopo opportuni percorsi di formazione.

La maggior parte delle imprenditrici intervistate ha dichiarato pertanto di aver avuto delle esperienze di lavoro nell'ambito dello stesso settore scelto per la propria attività successiva, spesso nell'ambito dell'azienda di famiglia successivamente rilevata, o in settori affini che magari hanno influito sulla propria scelta, anche se non sempre in termini di desiderio di indipendenza e autonomia.

4.2.2 Le difficoltà incontrate. Le difficoltà di genere

Al campione intervistato, è stato chiesto quali difficoltà avesse incontrato all'inizio della sua attività e quali difficoltà incontrasse oggi nel proprio lavoro. In particolare, come nella precedente indagine con i questionari, si è cercato di far luce sulle difficoltà legate alla condizione di genere.

La maggior parte delle intervistate ha escluso di aver avuto delle difficoltà, all'inizio della propria carriera imprenditoriale, per il fatto di essere una donna.

Al contrario, tutte sottolineano di aver avuto altri tipi di difficoltà, connesse con l'attività imprenditoriale intrapresa, talvolta legate allo specifico settore in cui avevano iniziato ad operare, in altri casi riferite ad aspetti diversi della gestione, non ultimo il reperimento e la gestione del personale.

Certo che all'inizio ho incontrato notevoli difficoltà, ma non erano dovute al fatto che ero donna. No, assolutamente. Piuttosto al fatto che stavo aprendo un'attività, che iniziavo un lavoro mio.

[41 anni. Parrucchiere per signora]

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Le difficoltà che ho avuto all'inizio non erano dovute al fatto che sono una donna, ma al fatto che il mio è un lavoro molto specifico rispetto al tessuto ed al mercato vercellese.

[27 anni. Produzione di articoli per l'arredo della casa. Collane e monili di materiale non ferroso]

... dovermi giostrare con quella che poi era una realtà di imprenditore: tasse, scadenze, IVA e quant'altro. Si è un attimo disorientati. Sono stata un po' spaesata all'inizio, ma poi mi sono messa in quadro

[38 anni. Agenzia immobiliare]

Devo dire che l'associazione (omissis) mi è stata molto vicino e mi ha aiutato nell'espletare tutte le varie pratiche perché per me erano difficilissime, non le avevo mai fatte. Poi, poco per volta, uno impara.

[69 anni. Agricoltore]

La difficoltà che le intervistate sottolineano più frequentemente è quella commerciale. Sembra il problema che esse hanno vissuto con maggior enfasi all'inizio della loro attività fosse proprio quello di trovare la clientela e guadagnarsi un'adeguata quota di mercato.

Se devo dire la verità, grosse difficoltà non ne ho avute, se non quella di incominciare ad inserirmi nel settore e di trovare nuovi clienti. Ecco: avere un parco clienti per poter svolgere questa attività è stato il problema più grosso.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

Altrettanto sentito risulta essere stato il problema della gestione economica-finanziaria dell'azienda, soprattutto all'inizio.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

La prima difficoltà è stata avere il denaro per iniziare l'attività. Poi far quadrare i conti: passi due o tre anni solo a pagare, non incassi niente.

[56 anni. Studio fotografico]

Se diverse imprenditrici dichiarano infine di non aver avuto particolari difficoltà all'inizio della loro attività, non mancano comunque le intervistate che riconoscono di aver dovuto affrontare degli ostacoli proprio per il fatto di essere donne. Esse sono un numero limitato, nel campione studiato e, in ogni caso, sempre riferite a settori specifici.

La mia più grande difficoltà era presentarmi in un settore prettamente maschile. Ho dovuto combattere molto contro il pregiudizio. (...) Sembrava che l'uomo, il muratore soprattutto, sapesse molto di più di quello che potessi sapere io.

[52 anni. Commercio]

Sono le stesse imprenditrici a mettere i problemi di genere da loro incontrati, con lo specifico settore di attività, per esempio l'agricoltura, il commercio di ceramiche per pavimenti e rivestimenti, accessori per bagno e cucina, ecc.

Ho avuto molte difficoltà all'inizio, per il fatto che ero giovane e pure donna. Il mondo agricolo è da sempre un mondo di uomini, in cui la donna viene concepita solo come coadiuvante, come supporto al lavoro dell'uomo. Mai come degno sostituto.

[31 anni. Agricoltore]

In merito invece ai problemi che oggi le imprenditrici devono affrontare per svolgere la propria attività, se molte di esse dichiarano di non aver problemi particolari, le difficoltà tipiche dei settori in cui esse operano diventano le difficoltà con cui esse, ogni giorno, devono lottare.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Si lavora male perché non c'è serietà, a tutti i livelli, anche nella produzione. Non si rispettano le scadenze, non sai che dire ai clienti...

[52 anni. Commercio]

Le difficoltà oggi sono esclusivamente quelle della situazione economica, della crisi del lavoro che c'è. Già da qualche anno, nel nostro settore, tendono a far produrre in paesi in cui la manodopera non costa niente. La competitività sul mercato è difficilissima da mantenere. tutte le grandi aziende per cui lavoravamo anni prima, vanno tutte a produrre all'estero. Adesso è difficile sopravvivere.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

Beh, adesso è un momento di crisi. La preoccupazione è questa crisi!

[46 anni. Ristorante]

La gestione dell'impresa nei suoi aspetti più burocratici è un altro problema particolarmente sentito oggi.

Tutte quelle leggi nuove... la 626, tutte leggi innovative che non ci fanno lavorare. Ci fanno solo pensare a scrivere, ma noi dovremmo solo lavorare e non scrivere!

[46 anni. Ristorante]

Il confronto fra le difficoltà incontrate all'inizio della loro attività dalle imprenditrici e quelle che devono affrontare oggi, nello svolgimento del proprio lavoro, permette di rilevare una loro evoluzione, questa volta legata alla propria condizione di donna. Un problema molto sentito da diverse delle imprenditrici intervistate è quello di riuscire a conciliare la propria attività, l'impegno ed i tempi da essa richiesti, con le esigenze di famiglia, la casa e i figli.

E' difficile conciliare il lavoro e la casa.

[39 anni. Foto-Ottica]

E' interessante notare che, se per qualcuno la scelta dell'attività imprenditoriale autonoma aveva rappresentato una soluzione per poter disporre in modo più autonomo del proprio tempo e dedicare più tempo alla famiglia, per altri , è proprio il tempo dedicato all'azienda che rappresenta un problema, perché sottratto al soddisfacimento degli altri bisogni legati alla sfera personale.

Per quanto riguarda la condizione di genere, la maggior parte delle intervistate ha dichiarato di non aver mai avuto problemi, nello svolgimento della propria attività, per il fatto di essere donna.

Nel mio settore (Confezioni) non ho mai avuto difficoltà per il fatto di essere donna. E' un settore in cui ci sono molte donne, ma anche molti uomini. Però questo tipo di difficoltà non l'ho mai riscontrata.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

No, mai. Mi creda! Già io sono una persona di carattere molto forte e non mi lascio... Non è che perché sono una donna, ho meno qualità rispetto ad un uomo. Sono sempre andata sicura, convinta di quello che proponevo, perché ci credevo nei miei progetti.

[25 anni .Commercio]

Per alcune, anzi, la propria condizione di genere rappresenta un vantaggio, magari connesso allo specifico settore in cui operano, o alla parte femminile della propria clientela.

No, nessuna diversità per il fatto che il loro consulente sia una donna invece che un uomo. Anzi! Alcune volte c'è il piacere di

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

fare, tra donne, la chiacchierata magari un po' più lunga. Si può discernere dalla materia principale che è la ricerca di una casa, per andare a sfiorare in quelli che sono i problemi della famiglia, dei bambini, qualsiasi cosa.

[38 anni. Agenzia immobiliare]

No, anzi! Se guardo al mio settore (Ristorazione), vedo che han più successo le donne. Probabilmente ci saranno dei settori dove le donne hanno delle difficoltà, ma non qui.

[46 anni. Ristorante]

Forse perché ho scelto un settore particolare come quello dell'abbigliamento intimo. Un uomo non potrebbe neanche stare in un ambiente così perché, come dice la parola, è una cosa intima. Ci sono cose che solo una donna può capire...

[25 anni .Commercio]

Le intervistate che dichiarano di aver avuto delle difficoltà per il fatto di essere donne, lo fanno sempre in relazione allo specifico settore in cui operano. Per alcune è stata una difficoltà iniziale, poi rientrata col tempo.

Con gli uomini dovevo parlare, fargli capire che ero preparata. Ma ho dovuto prepararmi davvero. Mi son dovuta fare strada con le unghie e con i denti in un ambiente che era abbastanza ostile.

[52 anni. Commercio]

Devo dire che, all'inizio, proprio tutti mi han detto che era una pazzia, continuare (dopo la morte del marito) da sola. Una donna!

[69 anni. Agricoltore]

Per altre è un problema che permane tuttora.

I clienti si aspettano sempre un uomo fotografo. Anche quando andiamo in giro a fare un matrimonio, tutti si rivolgono a mio marito, mai a me. Persino il sacerdote si rivolge a lui e non a me.

[56 anni. Studio fotografico]

A volte il cliente in negozio mi chiede: "quando c'è suo marito?"...

[39 anni. Foto-Ottica]

Dalle interviste, emerge pertanto che la propria condizione di donna ha rappresentato un problema solo per le imprenditrici che hanno iniziato la loro attività in alcuni settori specifici, quelli più strettamente collegati a stereotipi di genere. Sembra comunque anche che il problema, magari più marcato all'inizio dell'attività, tenda a diminuire nel corso degli anni, laddove le imprenditrici riescono a guadagnarsi la stima degli altri operatori di settore e soprattutto dei clienti dimostrando di possedere competenza e professionalità. Ad una evidente correlazione con il settore di appartenenza, se ne aggiunge un'altra, con l'età dell'imprenditrice. Le intervistate più anziane sono quelle che rilevano di più le difficoltà di genere all'inizio della propria carriera, quasi sempre superate col tempo. Ciò fa pensare quindi anche ad un'evoluzione, con il trascorrere del tempo, degli stereotipi di genere nella cultura.

Studiando le difficoltà incontrate, a tutte le imprenditrici è stato infine chiesto se avessero fatto ricorso a finanziamenti, all'inizio e durante la loro attività, se ci fossero state delle difficoltà ad ottenerli e se, in qualche modo, avessero mai avuto l'impressione che i loro finanziatori potessero nutrire una scarsa fiducia nei loro progetti imprenditoriali, magari proprio perché proposti da una donna.

Alcune delle imprenditrici non hanno mai richiesto finanziamenti, perché non ne hanno avuto la necessità, o perché hanno contratto debiti di

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

regolamento, ottenendo dai propri fornitori più o meno lunghe dilazioni di pagamento.

Altre si sono invece trovate nella necessità di contrarre anche debiti di finanziamento, rivolgendosi presso le banche, in genere per finanziare, mediante mutuo, grossi investimenti nell'azienda³³. Qualche volta per finanziare le esigenze di circolante mediante, magari, delle aperture di credito.

Nella maggior parte dei casi, i finanziamenti sono stati ottenuti senza grossi problemi.

Si lavora tuttora con le banche perché se vuoi fare qualcosa, devi lavorare con loro. Io penso che siano tranquille perché, prima di darti il finanziamento, fanno dei controlli. Controllano che la persona non abbia mai avuto problemi, effetti mandati indietro, ecc.

[65 anni. Commercio]

Quando gli intervistati raccontano invece di problemi avuti nell'ottenere finanziamenti dalle banche, non li mettono mai in relazione al fatto che fosse stata una donna a chiederli, ipotesi che, anzi, tendono sempre ad escludere, in risposta alla specifica domanda dell'intervistatore.

No, per quanto riguarda il fatto di essere uomo o donna, non c'entra niente. Loro (Le banche), quando fanno dei prestiti, vogliono solo delle garanzie, che la ditta sia una ditta sana. Quel problema (di genere), non c'è mai stato.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

Tuttavia, il metodo d'indagine dell'intervista in profondità ha permesso di cogliere che, anche a questo proposito, non sempre il contenuto manifesto coincide perfettamente con le informazioni desumibili mediante l'altra parte dell'intervista, rappresentata dai processi interpersonali. In alcuni casi, infatti, se non veniva detto esplicitamente dall'intervistata, si capiva comunque che il

³³ Investimento iniziale, ampliamenti successivi, rinnovo di beni strumentali, ecc.

rapporto con le banche era stato gestito congiuntamente con il coniuge o che, comunque, le banche non si trovavano a scegliere se finanziare o meno un nuovo progetto di attività, bensì un'azienda già avviata con adeguate garanzie di solidità patrimoniale e redditività.

4.2.3 L'impegno di lavoro e le esigenze di famiglia

A tutte le intervistate del campione è stato chiesto quale fosse il loro impegno orario medio giornaliero e come conciliassero l'impegno richiesto dal loro lavoro con le esigenze di famiglia.

Come si è già detto descrivendo il campione, metà delle imprenditrici contattate sono coniugate e con uno o due figli; poco meno di ¼ di esse è nubile; una sola imprenditrice ha più di 3 figli, mentre soltanto quattro non ne hanno; infine, tre delle intervistate sono vedove, separate o divorziate.

I due terzi del campione ha dichiarato un impegno medio superiore alle otto ore giornaliere. Solo un terzo delle imprenditrici descrive un impegno compreso tra le 6 e le 8 ore. Tra queste ultime, però, compaiono diversi commercianti che hanno risposto dichiarando l'orario di apertura del loro negozio. Tuttavia, dalle interviste a questi soggetti, emerge un impegno spesso maggiore, rispetto al normale orario di apertura dell'esercizio.

Le imprenditrici che non hanno figli, non lamentano problemi particolari nella gestione della sfera personale e lavorativa. Lo stesso vale per coloro che hanno dei figli che, ormai grandi, abbiano raggiunto una certa autonomia e indipendenza.

Al contrario, le imprenditrici che sembrano trovare maggiori difficoltà a conciliare gli impegni di lavoro con le esigenze di famiglia sono quelle che hanno dei figli ancora piccoli. In alcuni casi sembra addirittura emergere un certo senso di frustrazione per il fatto di non poter seguire i figli direttamente o di non riuscire a rivolgere loro adeguate energie al rientro dal lavoro.

*E' stata dura...soprattutto per mio figlio (ora grande).
Quando lui voleva giocare a pallone, io magari non potevo*

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

seguirlo, perché era sabato e dovevo lavorare. Avrei dovuto fare qualche rinuncia per lui: dovevo portarlo a giocare a pallone, una gara di nuoto, andare a chitarra... insomma mi sono dimenticata un po' di lui.

[46 anni. Ristorante]

Le soluzioni adottate per conciliare le esigenze del lavoro con quelle di famiglia sono principalmente di due tipi: ogni qual volta possibile, ci si appoggia ai nonni (genitori e/o suoceri); altrimenti, si ricorre all'aiuto di baby-sitter, asilo, scuole a tempo pieno, ecc.³⁴

Sono stata aiutata anche dai miei genitori, da mia mamma che era casalinga. Si è occupata soprattutto della routine quotidiana, perché i miei figli me li sono allevati io. I miei mi hanno dato un valido appoggio.

[52 anni. Commercio]

Quando la bambina era piccola, dovevi sempre dipendere da qualcuno per portarla all'asilo o a scuola, andarla a prendere...Era un problema, perché i figli, quando non sono indipendenti, li devi seguire.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

Ho un bimbo di tre anni, quindi mi rivolgo agli asili nido, alla baby-sitter e, poi, anche con gli orari di lavoro, bisogna conciliare tutto.

[40 anni. Altri servizi pubblici, sociali e personali]

Quando era piccino (il figlio), ho preso la baby-sitter. Poi è andato all'asilo e alla scuola a tempo pieno. Una scuola privata,

³⁴ I due tipi di soluzione non si escludono, bensì spesso si integrano.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

perché lo tenevano fino alle 18.00 e mi faceva comodo. Tornava a casa con i compiti già fatti. Poi, alle medie, si arrangiava da solo.

[46 anni. Ristorante]

Talvolta si lamenta una non piena corrispondenza degli orari dell'asilo o della scuola con le esigenze di lavoro della madre.

Prima l'asilo, poi la scuola...Anche se, di sicuro, gli orari dell'asilo e della scuola non vanno incontro alla mamma che lavora.

[39 anni. Foto-Ottica]

In più interviste, le imprenditrici hanno raccontato di essersi più volte portate i figli sul lavoro, quando non potevano fare diversamente o quando gli orari dell'asilo o della scuola non corrispondevano alle loro esigenze. Questo è emerso soprattutto nel commercio.

Con i figli mi sono aggiustata. Sono cresciuti qui (in negozio).

[39 anni. Foto-Ottica]

Le imprenditrici che ancora non hanno figli, sembrano consapevoli delle difficoltà che incontreranno con la maternità.

Secondo me, quando sarò mamma, avrò delle serie difficoltà. Quando i figli sono piccoli, è forse il momento più difficile. Soprattutto per una donna che ha bisogno di stargli dietro un attimo di più. L'allattamento.... Noi, come commercianti, non è che abbiamo grandi agevolazioni.

[25 anni .Commercio]

D'altro canto qualcuno dimostra di essere anche particolarmente informato sulle opportunità offerte alle imprenditrici vercellesi.

Si, poi adesso è nata questa banca Ma.Bi³⁵, questa associazione in collaborazione con la banca...

[48 anni. Commerciante]

Quasi tutte le imprenditrici, però, sottolineano l'importanza dell'organizzazione per conciliare le esigenze del lavoro con quelle personali e della famiglia. Spesso lo fanno, anzi, con un certo orgoglio mettendo in evidenza come loro siano riuscite a trovare un giusto equilibrio tra le differenti esigenze.

Il mio compagno ha le sue esigenze e io le mie. La difficoltà quindi c'è. Però, basta un minimo di organizzazione e si fa tutto.

[25 anni .Commercio]

Trovando dei compromessi. Ho meno incombenze che magari una madre di famiglia, ma ho altre cose a livello di hobbies che mi tolgono altrettanto tempo. Sono abbastanza attiva. Allora cerco di conciliare le attività del mattino o i buchi liberi durante la giornata, per organizzarmi la commissione o la spesa. Mi considero abbastanza organizzata.

[38 anni. Agenzia immobiliare]

Son sempre riuscita a giocarmi bene i miei orari.

[54 anni. Ind. tessili e dell'abbigliamento]

..Con la buona volontà: organizzarsi e preparare il pranzo al mattino prima di venire in negozio, ...

³⁵ La Banca Ma.Bi è un'iniziativa volta a mettere in contatto donne che lavorano e che sono disponibili a scambiarsi attività, servizi ed esperienze. Chi aderisce, specifica quale attività intende svolgere o quali servizi prestare e gli scambi vengono registrati in un apposito conto corrente, come in banca. Qui però non vengono annotate somme di denaro, bensì ore. Lo sportello Banca Ma.Bi si trova presso COMTUR SRL, Via Duchessa Jolanda, 26 - 13100 Vercelli.

[65 anni. Commercio]

Questo enfatizzare la necessità di organizzarsi, sembra essere una caratteristica tipica delle imprenditrici contattate.

Non mancano comunque quelle che ammettono, quantomeno nei momenti di maggior lavoro, di dover fare delle rinunce.

Nei mesi di punta, facciamo solo lavoro. La famiglia non esiste più. La casa nemmeno, in quel periodo.

[56 anni. Studio fotografico]

In un'intervista è emerso un aspetto interessante che sembra utile rilevare: con la crescita dei figli, diminuiscono i problemi ma, talvolta, non si tratta di una soluzione definitiva. La crescita dei figli si accompagna all'invecchiamento dei genitori dell'imprenditrice e, quegli stessi nonni che tanto avevano contribuito, col loro aiuto, a conciliare le esigenze di lavoro con quelle della famiglia, possono venire a trovarsi loro stessi nella condizione di aver bisogno di aiuto e assistenza.

Io sono figlia unica e, i miei genitori che prima mi aiutavano, adesso vanno aiutati. La mia famiglia non è più di 4 persone, ma si è allargata a 6. Ed è pesantina, la cosa: io non ho più la voglia di allora e l'anziano è più duro da gestire del bambino.

[52 anni. Commercio]

Sono infine diverse le imprenditrici che hanno dichiarato di far uso di ausili domestici esterni.

4.2.4 L'informazione

Un ulteriore aspetto che questa parte della ricerca ha cercato di studiare è stato quello del livello di informazione delle imprenditrici intervistate, in merito ad alcune agevolazioni e/o opportunità previste per l'imprenditorialità femminile, nonché ad aspetti della gestione della propria impresa che possono contribuire alla soluzione dei problemi da loro lamentati e rilevati dalla ricerca stessa.

E' stato pertanto chiesto alle intervistate se sapevano dell'esistenza di associazioni di imprenditrici e che esistono delle agevolazioni per l'imprenditorialità femminile.

Alla prima domanda, circa la metà delle imprenditrici ha dichiarato di non aver mai sentito parlare di associazioni di imprenditrici. La restante metà ha invece risposto positivamente anche se, come il metodo d'indagine ha consentito di rilevare, non sempre la conoscenza era reale o adeguata.

Alla seconda domanda, circa due terzi ha risposto di sapere dell'esistenza di agevolazioni per l'imprenditorialità femminile anche se, tranne in un caso, non ne hanno mai fatto uso. Anche qui, però, il metodo d'indagine rileva un certo contrasto tra il contenuto verbale delle interviste e quello non verbale. Alcune domande di verifica hanno rilevato che, anche in questo caso, la conoscenza non sempre è reale e spesso non adeguata.

Non abbiamo mai sentito nulla perché, a noi imprenditrici, non arriva mai nulla. Se ci facessero sapere le cose, probabilmente useremmo di più questi finanziamenti.

[56 anni. Studio fotografico]

Mi ha telefonato, non so chi, per la Regione. Però, essendo una cosa telefonica.... Poi bisognava spendere almeno 25.000 euro. Cosa devo comprare con 25.000 euro? E' una cosa poco seria...

[56 anni. Studio fotografico]

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Infine, è stato chiesto alle imprenditrici se conoscessero forme di flessibilità del lavoro quali, per esempio, il part-time orizzontale, il part-time verticale, il job sharing, il telelavoro, congedi e permessi, elasticità dell'orario giornaliero, ecc.

Più della metà dichiara di conoscere tali forme di flessibilità ma, fatta eccezione per una piccola parte di imprenditrici che ne fa uso (soprattutto del part-time), anche qui valgono le stesse considerazioni fatte per le due domande precedenti in merito alla conoscenza.

Si, vagamente, vagamente..

[25 anni .Commercio]

Si può pertanto concludere che, complessivamente, il livello di informazione presso il campione studiato non fosse particolarmente approfondito. Pertanto se, da un lato, le imprenditrici lamentano delle difficoltà nello svolgimento della loro attività, dall'altro l'informazione da esse posseduta in merito ad iniziative che potrebbero rappresentare anche soltanto una parziale soluzione ai loro problemi, non sembra essere adeguata.

5. Osservazioni conclusive

L'analisi di cui al capitolo tre di questo lavoro fornisce un quadro abbastanza completo ed esauriente della situazione delle imprese individuali a titolarità femminile attive in provincia di Vercelli al 19/01/2004.

L'indagine ha innanzitutto rilevato le dimensioni della presenza di tali aziende nell'economia locale: esse rappresentano 1/4 delle imprese individuali che, a loro volta, sono il 69% delle imprese attive nel vercellese.

Rispetto al settore, più di un terzo di esse opera nel commercio all'ingrosso o al dettaglio, seguito dall'agricoltura che ospita il 21,24% delle imprenditrici vercellesi titolari di azienda individuale. La maggior presenza di imprenditrici si registra nei settori connessi ad occupazioni che, come il commercio, tendono a registrare una maggior partecipazione femminile (parrucchiere, estetista, lavanderie, ecc.), e nei servizi in generale. Questo conferma, anche per la provincia di Vercelli, una certa segregazione occupazionale, come definita nel capitolo 1. Risulta confermata anche la significativa presenza delle donne, per tradizione più portate allo svolgimento delle funzioni connesse alle occupazioni di questo settore, nei servizi sociali e personali.

La maggior parte delle imprenditrici ha un'età compresa fra 40 e 49 anni, fatta eccezione per l'agricoltura che, con il maggior numero di titolari in età compresa fra i 50 e i 59 anni, risulta essere il settore "più vecchio". I settori "più giovani" sono invece quelli delle *Altre industrie manifatturiere diverse dalle precedenti*³⁶ e quello degli *Altri servizi pubblici, sociali e personali*.

³⁶ Che comprende tutte le aziende manifatturiere (industriali ed artigiane) che operano in settori diversi dal *tessile e dell'abbigliamento* e dall'*alimentare, bevande e tabacco*.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

L'indagine di cui al capitolo 4 ha completato il quadro delle caratteristiche con le informazioni raccolte tramite i questionari e le interviste presso il campione estratto.

In molti casi, le intervistate del campione, iniziano la loro esperienza imprenditoriale dopo aver già avuto altre esperienze di lavoro, come lavoratrici dipendenti e, nella maggior parte dei casi, nello stesso settore in cui hanno poi aperto l'attività. Il settore in cui questa caratteristica sembra più frequente è il commercio. Altrettanto diffusa è l'esperienza lavorativa nell'azienda di famiglia, successivamente rilevata.

Le imprenditrici intervistate motivano la loro scelta professionale sottolineando la "passione" per l'attività che stanno svolgendo, in molti casi maturata ancor prima che essa iniziasse. Sulla scelta iniziale, ha comunque avuto un peso rilevante il desiderio di realizzarsi attraverso un'esperienza professionale indipendente ed autonoma. In molti casi si è infine trattato di rilevare e proseguire l'attività di famiglia.

Fra le motivazioni che spingono oggi le imprenditrici del campione a continuare nell'attività intrapresa, tende a ridimensionarsi, pur restando alto, il peso della *volontà di lavorare in autonomia* ed il *desiderio di indipendenza*, mentre cresce il *trarre soddisfazione dal lavoro e misurare le proprie capacità*, quasi a conferma dell'acquisizione, da parte loro, di alcune delle tipiche caratteristiche che pertengono al modello imprenditoriale. Vogliono dare continuità a quanto da loro creato a suo tempo, anche nell'interesse dei figli che esse sperano possano continuare nella gestione dell'azienda da loro creata. Per alcune di loro, il lavoro svolto permette di sentirsi indipendente nella gestione di

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

sé e del proprio tempo, riuscendo così a ritagliarsi più tempo da dedicare alla famiglia³⁷.

Le difficoltà incontrate all'inizio della loro carriera imprenditoriale, più che imputabili al fatto di essere donne, sono tipiche dell'attività d'impresa. I problemi più sentiti dal campione studiato sono quelli legati agli aspetti economici, finanziari e commerciali della gestione dell'attività che avevano appena costituito, insieme agli adempimenti burocratici, contabili e soprattutto fiscali. Spesso, le difficoltà lamentate sono quelle tipiche del settore in cui avevano appena fatto il loro ingresso. Il genere non sembra essere vissuto, soprattutto nella seconda parte della ricerca sul campione intervistato, come un problema prioritario. E' tuttavia evidente una correlazione con il settore di attività: in certi settori, tradizionalmente maschili, le imprenditrici lamentano di aver avuto delle difficoltà all'inizio dell'attività; in altri, tradizionalmente più femminili, l'essere donna può aver addirittura rappresentato un vantaggio. Le donne che dichiarano di aver incontrato delle difficoltà di genere all'inizio della loro attività, operano quasi sempre in settori più tradizionalmente maschili, come per esempio, l'agricoltura. Tendono invece ad escluderlo, magari con decisione, le intervistate del *commercio*, degli *altri servizi pubblici, sociali e personali*³⁸, e degli *alberghi e ristoranti*. Poiché questo tende ad accompagnarsi alla composizione del settore con, per esempio, più donne nei settori in cui prevale la dimensione femminilità e viceversa, anche questo aspetto del problema di cui si è detto nel capitolo 1 risulta verificato.

³⁷ Come si è avuto modo di vedere, questo che per alcune è un vantaggio, per altre è invece una difficoltà, non riuscendo a conciliare i tempi di lavoro con le esigenze di famiglia.

³⁸ Il settore *altri servizi pubblici, sociali e personali* comprende, tra le altre, le seguenti attività: parrucchiere, estetista, lavanderie, baby-parking, ecc.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Inoltre, tali problemi iniziali tendono ad essere lamentati più dalle imprenditrici meno giovani, che hanno iniziato la loro attività diversi anni fa. Ciò potrebbe essere segno di un'evoluzione delle condizioni di genere e del differente peso che tali stereotipi culturali tendono ad esercitare con l'avanzare del tempo. In quasi tutti i casi studiati, gli eventuali problemi di genere incontrati all'inizio dell'attività, sono poi stati superati col tempo.

La situazione di difficoltà iniziale, tende infatti ad evolversi in una positiva accettazione, tanto da parte dei colleghi maschi, quanto da parte dei clienti più fedeli, conquistata dimostrando di possedere i requisiti di ruolo richiesti per quel particolare status. Per quasi nessuna imprenditrice del campione, l'essere donna rappresenta oggi un problema nel suo lavoro.

Tra le difficoltà lamentate, tanto all'inizio, quanto nell'attuale svolgimento dell'attività, che più si collegano alla condizione di genere delle intervistate, figurano la gestione del tempo e come conciliare le esigenze di famiglia con gli impegni di lavoro. I 2/3 del campione ha dichiarato un impegno medio superiore alle 40 ore settimanali, che tende a variare al variare del settore. Come si è accennato nel capitolo 1, a proposito dell'uso del tempo nella società contemporanea, se si considerano tutte le attività nel loro complesso, e cioè sia le ore di lavoro retribuito che quelle di lavoro non retribuito³⁹, le donne che dalle ricerche citate già lavorano più ore degli uomini, quando si trovano nella situazione delle imprenditrici intervistate, dispongono veramente di poco tempo per se stesse e per le attività del tempo libero.

Quello che per alcune imprenditrici era stato un motivo di scelta di questa strada professionale, per altre diventa oggi un problema, soprattutto in

³⁹ Attività domestiche, cura dei figli e delle altre persone della famiglia, produzione per l'autoconsumo, gestione della contabilità per gli affari del marito.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

presenza di figli ancora piccoli. Le soluzioni adottate, in questo caso, vanno dall'aiuto di altri familiari (i nonni in particolare), al ricorso ad asili, scuole, baby-sitter, ecc. In ogni caso, dalla quasi totalità del campione viene sottolineata, spesso con un certo orgoglio, la necessità di organizzarsi, al fine di conciliare i tempi e le esigenze dei diversi ruoli che si ritrovano a ricoprire (imprenditrice, moglie, madre, ecc.). Se si confrontano le difficoltà incontrate dal campione all'inizio dell'attività con quelle da esso lamentate oggi, nell'ambito del proprio lavoro quotidiano, si può notare:

- una diminuzione della percezione della mancanza di credibilità che invece rappresentava una difficoltà per alcune imprenditrici all'inizio della loro carriera, e la totale scomparsa dei pregiudizi di parenti e familiari. Ciò può essere connesso all'acquisizione, attraverso la professionalità dimostrata nello svolgere il proprio lavoro, di quei requisiti di ruolo di cui si è detto e della conseguente conquista della fiducia da parte degli altri.
- tendono ad aumentare i problemi legati alla gestione del tempo ed alla conciliazione degli impegni di lavoro con le esigenze di famiglia.
- aumentano, assumendo una particolare rilevanza, i problemi connessi alla specifica attività di imprenditore, legati alla gestione d'impresa, in particolare quelli burocratici, contabili e fiscali.

Anche se dai questionari raccolti risulta che un discreto numero di imprenditrici è a conoscenza dell'esistenza di agevolazioni per l'imprenditorialità femminile, dalle interviste emerge invece una scarsa informazione in proposito e, in ogni caso, il campione studiato ha fatto un basso uso di tali agevolazioni.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

Nonostante le difficoltà dichiarate, le imprenditrici del campione sono soddisfatte della propria scelta, del proprio lavoro e di ciò che hanno realizzato.

Complessivamente, quindi, la ricerca ha permesso anche di verificare le ipotesi di partenza.

Nella realtà delle piccole imprese (aziende individuali) studiate, pur esistendo, non sembra assumere un ruolo rilevante il problema di genere, venendo quest'ultimo, quando rilevato, dopo tutta una serie di altri problemi, più legati allo svolgimento dell'attività d'impresa ed alla gestione dell'azienda nei suoi aspetti commerciale, economico e finanziario.

Laddove il problema di genere si pone, si rileva un'evidente correlazione con il settore di attività. Nei settori in cui sono più forti gli stereotipi di genere, le imprenditrici hanno riscontrato maggiori difficoltà, soprattutto all'inizio della loro attività, ma queste ultime tendono a diminuire col tempo, quando le titolari dimostrano di possedere la professionalità ed i requisiti culturalmente richiesti per il ruolo occupato.

L'analisi temporale sembra suggerire una diminuzione, col passare del tempo, del peso degli stereotipi di genere in certi settori.

E' infine ipotizzabile che le conclusioni a cui si è giunti studiando questo campione di imprese individuali, non siano estendibili ad altre realtà imprenditoriali o lavorative (aziende collettive ed organizzazioni di maggiori dimensioni; rapporto di lavoro dipendente, ecc.) per le quali possono presumibilmente vigere regole diverse e per il cui studio, si rimanda ad altre ricerche.

Infine, se le ricerche citate nel capitolo 1 su donne occupate in settori tradizionalmente maschili avevano rilevato una certa tendenza, da parte di queste

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

ultime, alla continua ed attiva costruzione di genere, che le portava a sottolineare la loro femminilità, questo non sembra essere particolarmente presente nel campione studiato. Qui il problema, anche per le imprenditrici che operano in settori tradizionalmente meno femminili, non sembra tanto quello di continuare ad essere considerate delle donne, bensì delle imprenditrici all'altezza del loro ruolo, soprattutto all'inizio della loro carriera. E le intervistate del campione hanno dimostrato di esserlo, se si considerano le attività che, pur magari con sacrificio, hanno saputo prima creare e poi portare avanti. Soprattutto nelle interviste, sembrano voler dire che, quantomeno nel contesto in cui si sono trovate ad operare loro, non conti tanto essere uomini o donne, bensì continuo l'idea e le qualità imprenditoriali. E' sicuramente vero, come lo è anche il fatto che loro hanno realizzato la propria idea imprenditoriale perché ne hanno avuto la possibilità. Non sempre e non ovunque però ciò accade. Le differenze di genere, in quanto costruzione sociale, non hanno giocato nel loro caso un ruolo determinante perché è stata data loro la possibilità di accedere al ruolo imprenditoriale a cui ambivano. E' auspicabile che questa possibilità venga data a tutte le donne, in tutti i contesti occupazionali ed a tutti i livelli, perché le differenze di genere culturalmente costruite vengano meno proprio nella cultura di ciascuno, tanto da non avere più dubbi nel rispondere chi possa essere il chirurgo della storia riportata all'inizio di questo volume.

6. Bibliografia

- A. Bagnasco, M. Barbagli e A. Cavalli, *Corso di Sociologia*, Il Mulino, Bologna 1977.
- W.H. Banaka, *L'intervista in profondità*, Franco Angeli, Milano 1981.
- F. Bttio, *The sexual division of labour. The Italian case*, Clarendon Press, Oxford 1988.
- Chito Guala, *Posso farle una domanda? L'intervista nella ricerca sociale*, La Nuova Italia, Roma 1993.
- P. David e G. Vicarelli (a cura di), *Donne nelle professioni degli uomini*, Franco Angeli, Milano 1994.
- A. Groppi (a cura di), *Il lavoro delle donne*, Laterza, Bari 1994.
- Geert Hofstede, *Cultures and Organizations. Software of the mind*, McGraw.Hill Inc., 1997.
- M. Mead, *Sex and temperament in three primitive societies*, W. Morrow, New York 1935, trad. it. *Sesso e temperamento in tre società primitive*, Il Saggiatore, Milano 1967.
- M. Nuciari, *Donne nelle Forze Armate. Ragioni sociologiche per l'integrazione*, in M. Nuciari e G. Sertorio *Nuovi ruoli per nuove Forze Armate*, G. Giappichelli, Torino 2003.
- R. Marvulli, *I questionari nelle indagini di opinione*, Tirrenia Editrice, Torino 1977.
- R. Moss Kanter, *Men and women of the corporation*, Basic Books, New York 1977.
- Sabbadini e Palomba, *Tempi diversi. L'uso del tempo di uomini e donne nell'Italia di oggi*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma 1994.
- S. Stella Piccone e C. Saraceno (a cura di), *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Il Mulino, Bologna 1996.

Parte seconda – L'imprenditorialità femminile nella provincia di Vercelli

C. L. Williams, *Gender differences at work.. Women and men in non-traditional occupations*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles 1989.

*Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli
ultimi 5 anni – Analisi demografica*

PARTE TERZA

**L'imprenditorialità femminile nella
realtà vercellese degli ultimi 5 anni
Analisi demografica
(Stefano Spelta)**

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

PREMESSA

Il ruolo della donna costituisce un aspetto fondamentale per la crescita socio-economica attuale, caratterizzata da una presenza sempre più consistente di donne impegnate in attività manageriali. Il fenomeno dell'imprenditoria femminile, infatti, ha conosciuto negli ultimi anni un notevole sviluppo, in accordo con il crescente desiderio, da parte delle donne, di una maggior indipendenza professionale, insieme alla ricerca di affermazione sociale e di autorealizzazione nell'ambito professionale. A favorire questo incremento hanno contribuito, in larga misura, le numerose iniziative ed agevolazioni finanziarie promosse sia a livello nazionale sia regionale a sostegno delle donne intenzionate a creare ed avviare un'attività.

Il presente lavoro intende fornire alcuni elementi di valutazione del fenomeno dell'imprenditoria femminile, e si presenta come uno strumento di conoscenza e di indagine della realtà imprenditoriale nella provincia di Vercelli in un dato arco di tempo, vale a dire negli ultimi 5 anni.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI

La seguente indagine si propone di rilevare ed analizzare l'andamento delle imprese in cui la donna sia titolare o rivesta una carica sociale di primo piano, considerato nella realtà vercellese dell'ultimo quinquennio.

In altre parole, si tratta di stimare complessivamente l'andamento del numero di aziende nell'ultimo quinquennio, e specificatamente in riferimento ai seguenti settori:

- agricoltura
- industria/artigianato

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

- commercio
- servizi
- turismo
- altri settori

I dati qui presentati, consentono di analizzare, a livello provinciale, la demografia delle imprese e di esaminare il fenomeno in relazione a diverse variabili, in modo tale che la struttura dell'imprenditorialità femminile sia considerata sotto più di un aspetto, in particolare con riferimento ai seguenti:

1. l'attività sociale svolta dall'impresa.
2. la natura giuridica delle imprese;
3. la localizzazione delle imprese nell'ambito della provincia vercellese.

In tal modo, incrociando i dati rilevati è stato possibile:

- verificare quali sono le aree che presentano un numero più elevato di aziende "femminili" ancora in vita;
- definire la natura giuridica delle imprese;
- conoscere quali sono i settori numericamente più consistenti.

METODOLOGIA DELLA RICERCA

I dati sono stati forniti dal Registro delle Imprese di Vercelli, in collaborazione con la Camera di Commercio, e sono riferiti alle imprese iscritte nell'archivio camerale a partire dall'anno 2000 fino al primo semestre dell'anno 2004, all'interno delle quali sia presente almeno una persona di sesso femminile rivestita di una carica imprenditoriale significativa (titolare, socio, amministratore, ...).

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Sono state prese in analisi le ditte individuali la cui titolare è di sesso femminile, le società di persone e le società di capitali nelle quali le socie detengono una quota (del capitale) o ricoprono una carica amministrativa ugualmente significativa.

**DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI NELL'ULTIMO
QUINQUENNIO**

L'elaborazione delle informazioni relative agli ultimi 5 anni (anni 2000 – 2004) evidenzia un andamento non del tutto positivo, in quanto benché si registri un numero piuttosto elevato di nuove imprese nate nella realtà territoriale vercellese, tuttavia vi è un'altrettanta elevata cessazione di attività: infatti, su un totale di 3583 imprese femminili iscritte al Registro Imprese a partire dall'anno 1996 ad oggi, soltanto negli ultimi 5 anni ne sono cessate più del 20%, dato preoccupante perché riferito ad una realtà territoriale come quella vercellese.

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

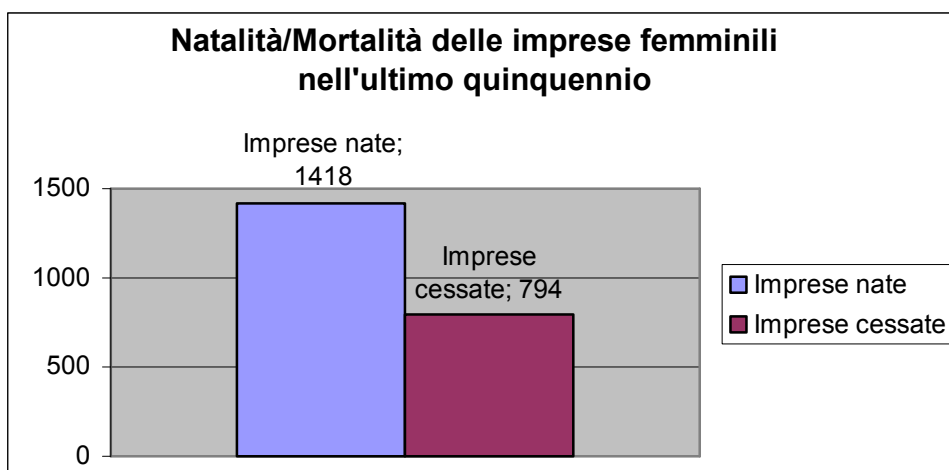


Grafico 1

La tabella successiva mostra il trend delle imprese femminili negli ultimi 5 anni; le nuove iscrizioni al Registro Imprese sono state pari a 1418 unità, mentre le cessazioni di attività arrivano a 794 unità, registrando un saldo attivo di 624 imprese.

ANNO	NATE	CESSATE	SALDO ATTIVO
2000	289	192	97
2001	325	180	145
2002	345	184	161
2003	293	169	124
2004	166	69	97

Tabella 1

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI ANNO PER ANNO

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Per quanto riguarda l'avvio e la cessazione delle imprese, considerate anno per anno, si può affermare che il 2004 è l'anno che registra, in termini percentuali, la crescita più consistente, pari al 58,5%, mentre, per contro, il 2000 è l'anno con il tasso di sopravvivenza inferiore, pari al 34%; i rimanenti anni presentano valori percentuali che si assestano intorno al 44%.

Anno 2000

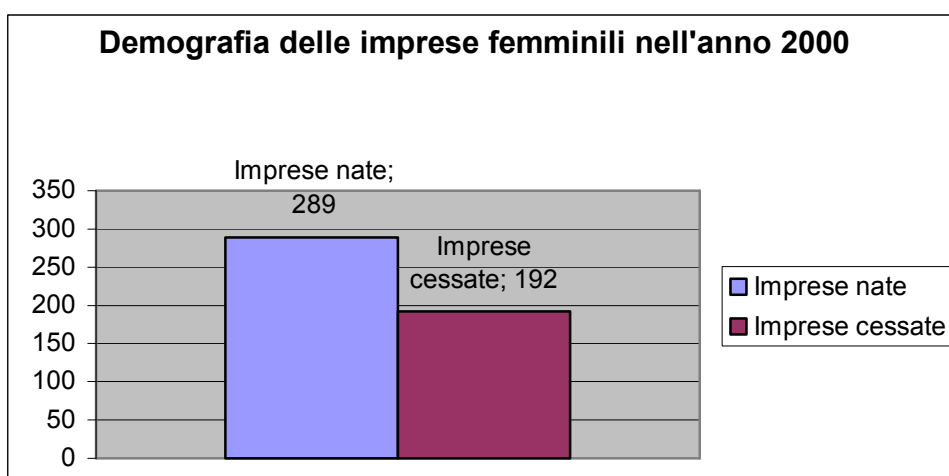


Grafico 2

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Anno 2001

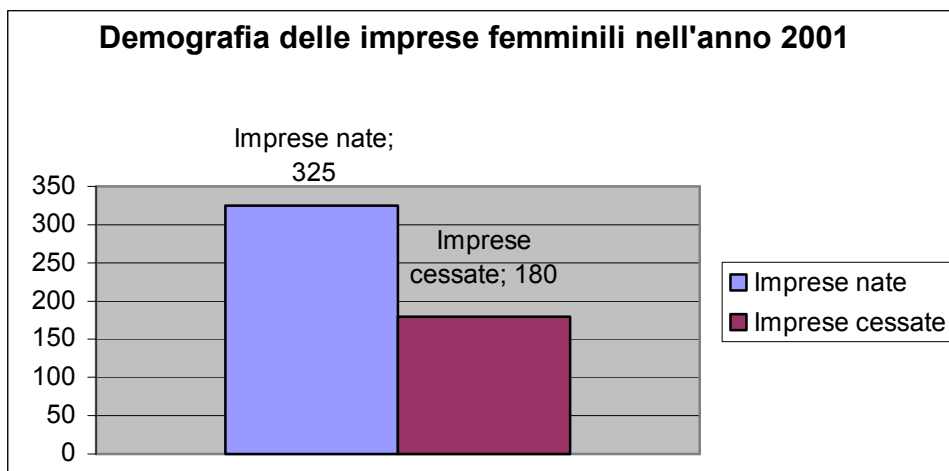


Grafico 3

Anno 2002

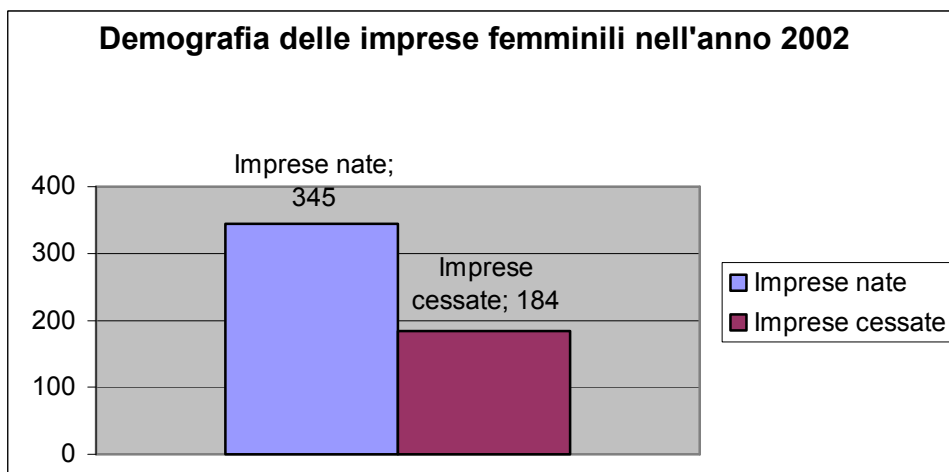


Grafico 4

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Anno 2003

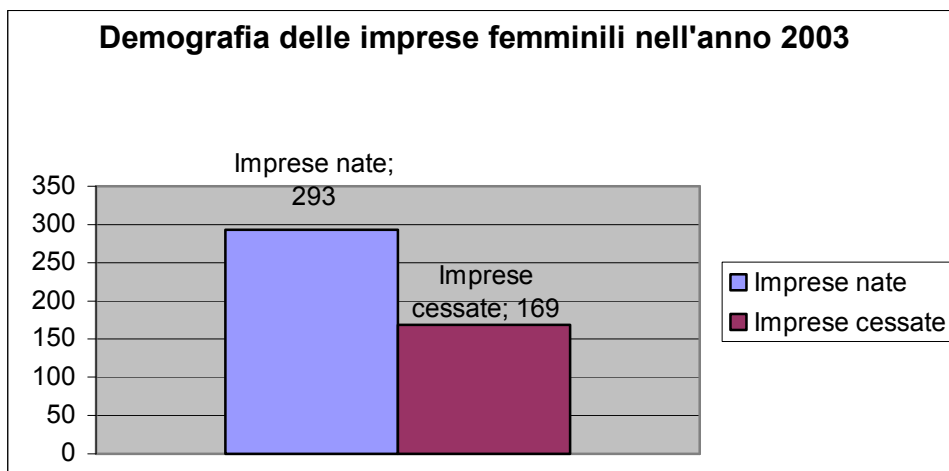


Grafico 5

Anno 2004

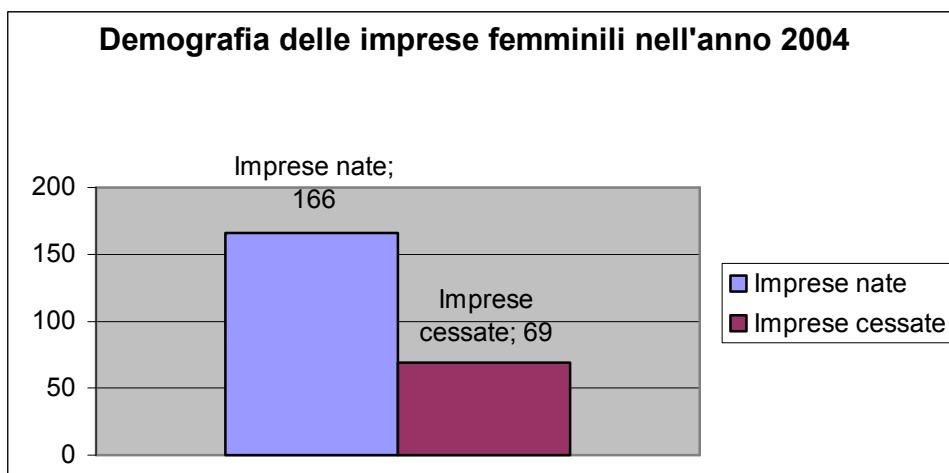


Grafico 6

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ULTIMO QUINQUENNIO

La realtà provinciale vercellese mostra, da parte delle imprenditrici che rivestono cariche aziendali, una tendenza più spiccata a svolgere la propria attività nei settori del Commercio, dei Servizi e dell'Industria/Artigianato, a sfavore di quello Agricolo.

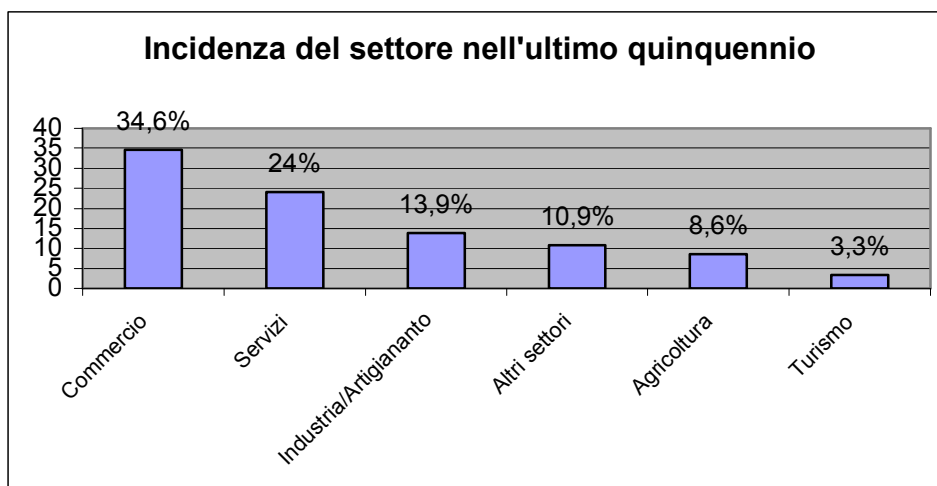


Grafico 7

Infatti, prendendo in considerazione ogni singolo settore di attività esaminato, ne risulta che la percentuale di crescita del numero di aziende presenti valori positivi: in particolare, Turismo e Servizi registrano ben oltre il 50%; seguono, poi, Industria/Artigianato di poco inferiore al 50%; e, infine, Agricoltura e Commercio intorno al 30%.

Agricoltura

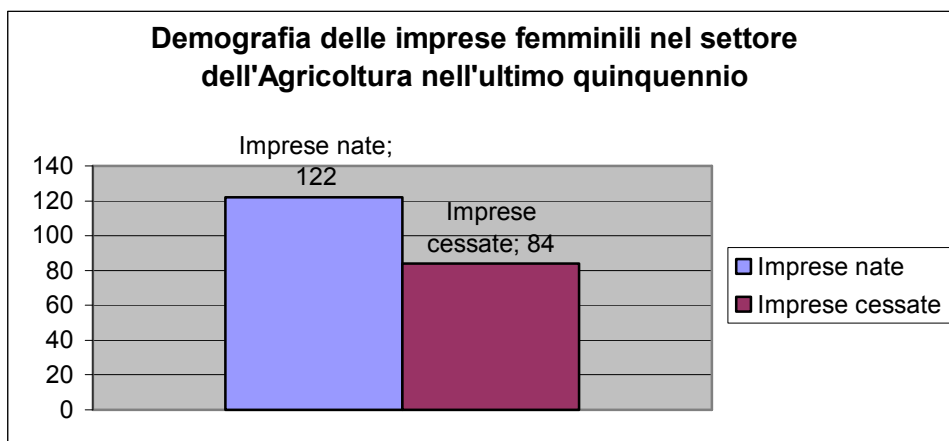


Grafico 8

Industria/Artigianato

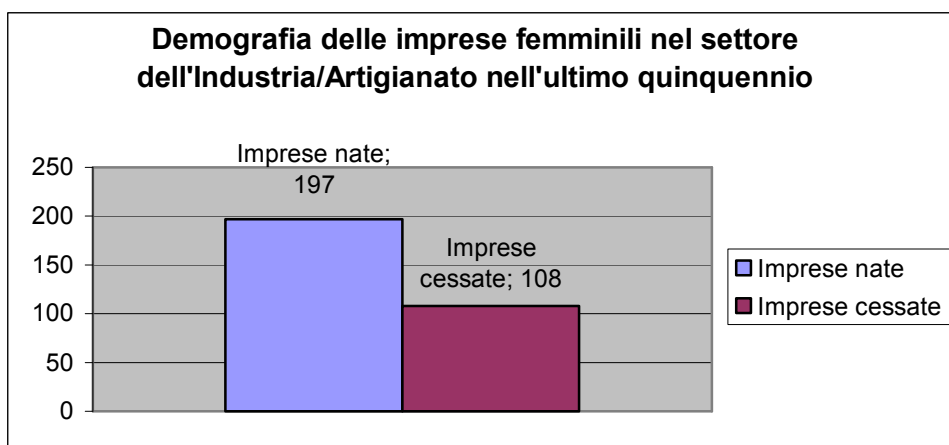


Grafico 9

Commercio

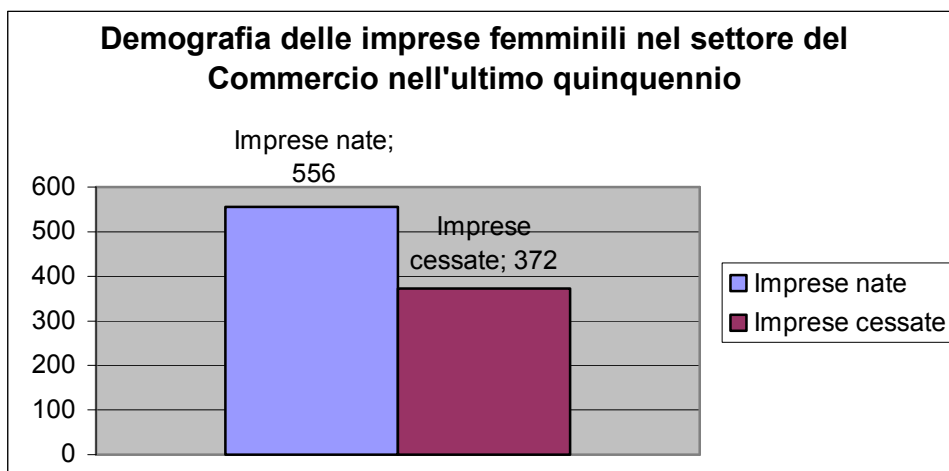


Grafico 10

Servizi

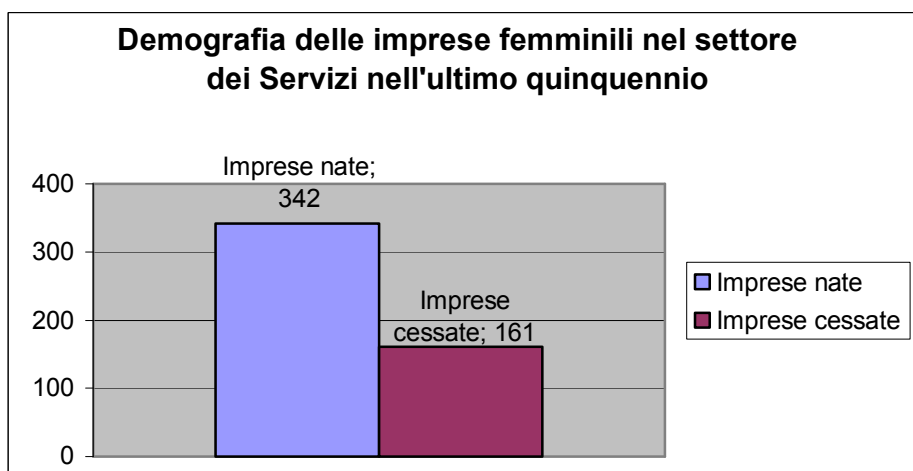


Grafico 11

Turismo

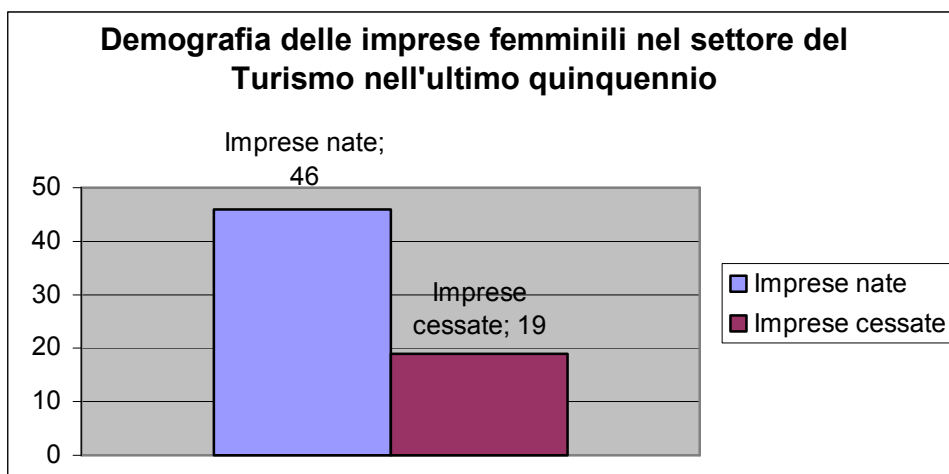


Grafico 12

Altri settori

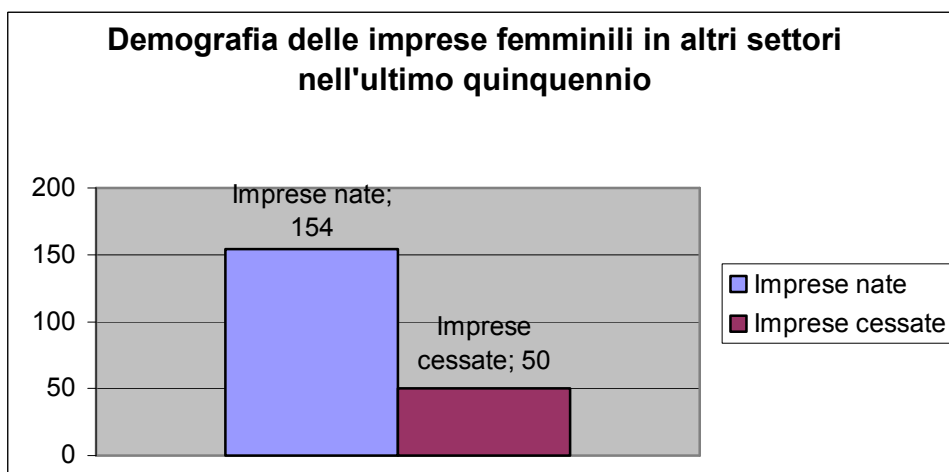


Grafico 13

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

E' possibile, inoltre, calcolare bilancio tra imprese attivate e cessate negli ultimi 5 anni, all'interno dei principali settori dell'economia presi in esame:

SETTORE	NATE	CESSATE	ATTIVE
Agricoltura	122	84	38
Industria/Artigianato	197	108	89
Commercio	556	372	184
Servizi	342	161	181
Turismo	46	19	27
Altri settori	154	50	104

Tabella 2

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

I dati opportunamente studiati ed analizzati permettono di individuare nel Commercio e nei Servizi non solo le attività prevalentemente avviate dalle imprenditrici, ma anche quelle che presentano un minor tasso di mortalità:

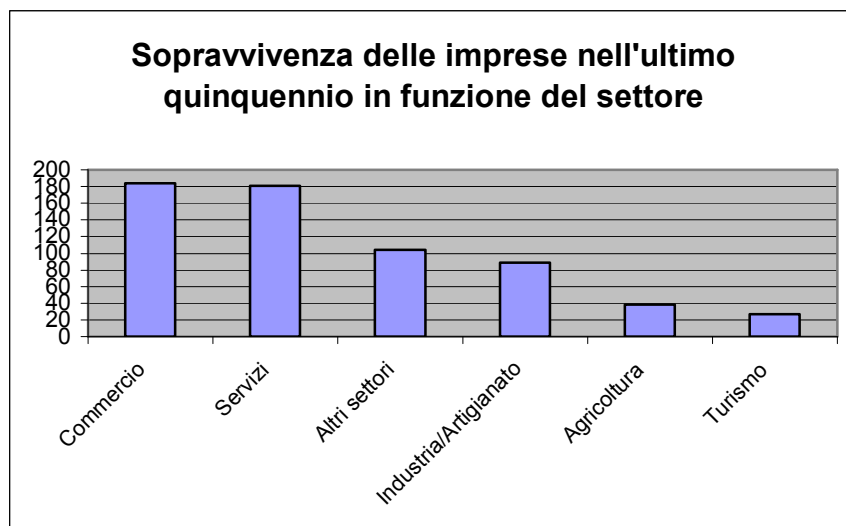


Grafico 14

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ANNO 2000

L'interpretazione dei dati in funzione del settore e considerati anno per anno, consentono di valutare nel dettaglio l'andamento delle imprese.

Agricoltura

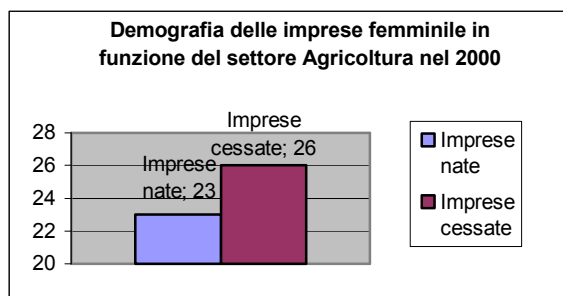


Grafico 15

Industria/Artigianato

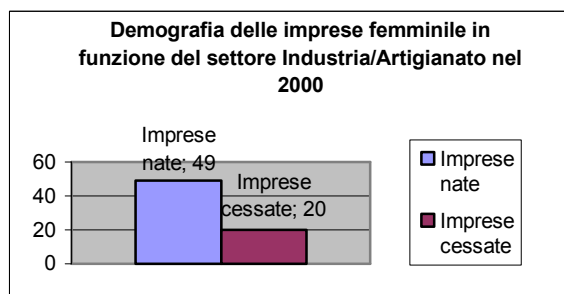


Grafico 16

Commercio

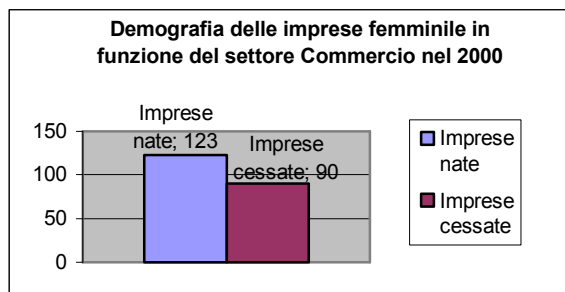


Grafico 17

Servizi

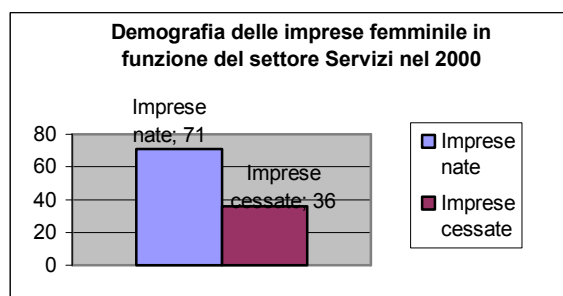


Grafico 18

Turismo

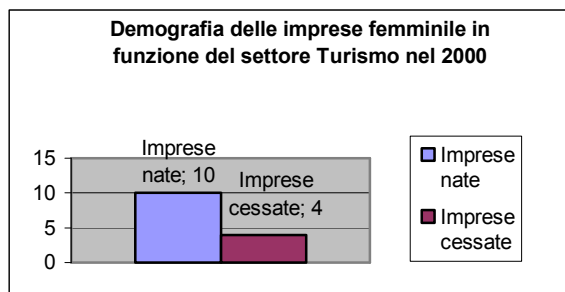


Grafico 19

Altri settori

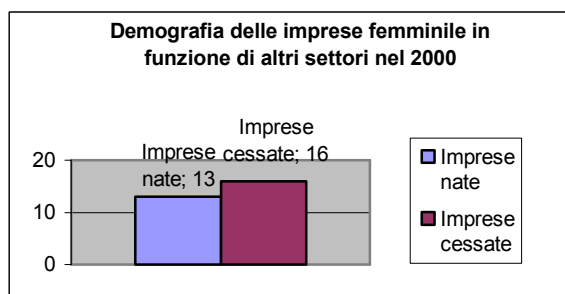


Grafico 20

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ANNO 2001

Agricoltura

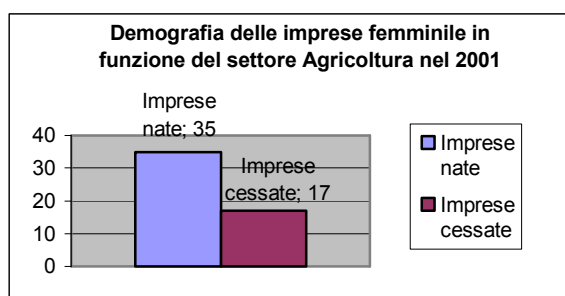


Grafico 21

Industria/Artigianato

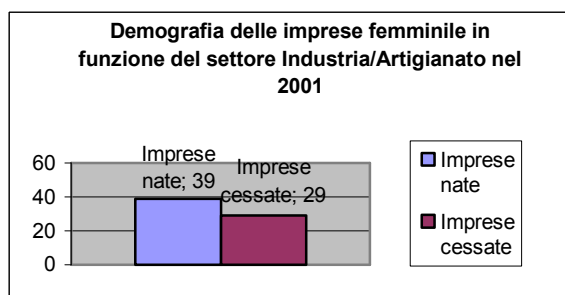


Grafico 22

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Commercio

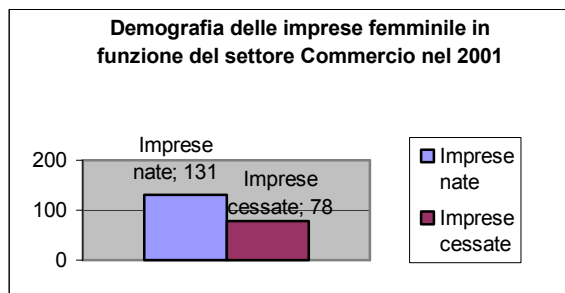


Grafico 23

Servizi

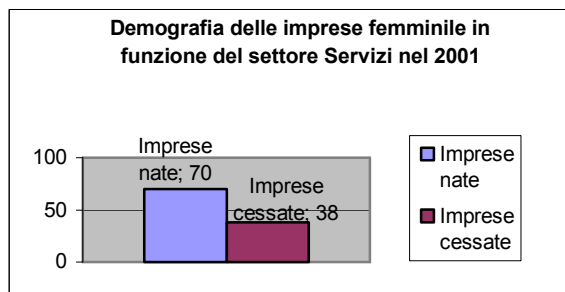


Grafico 24

Turismo

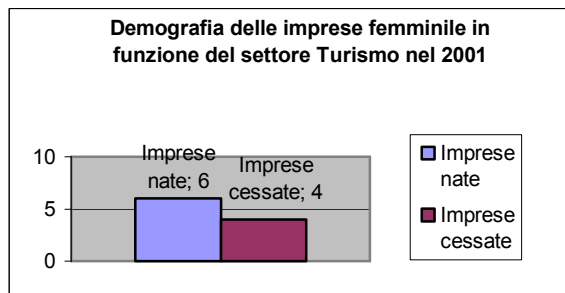


Grafico 25

Altri settori

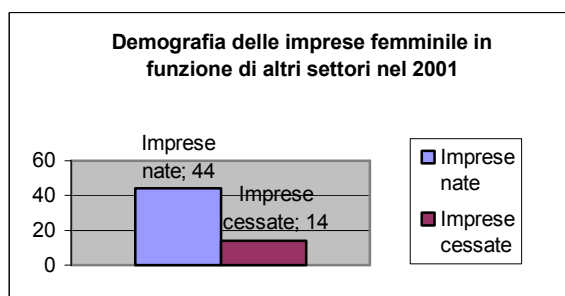


Grafico 26

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ANNO 2002

Agricoltura

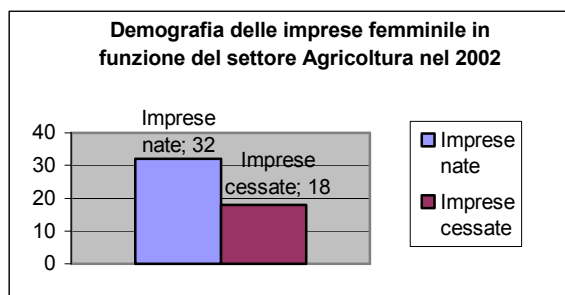


Grafico 27

Industria/Artigianato

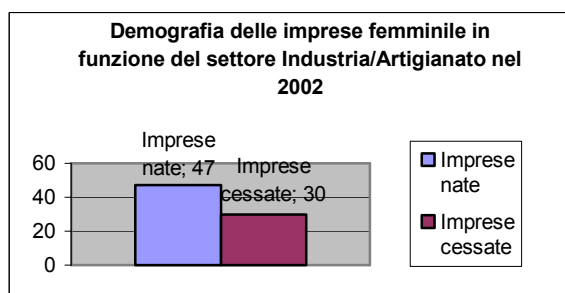


Grafico 28

Commercio

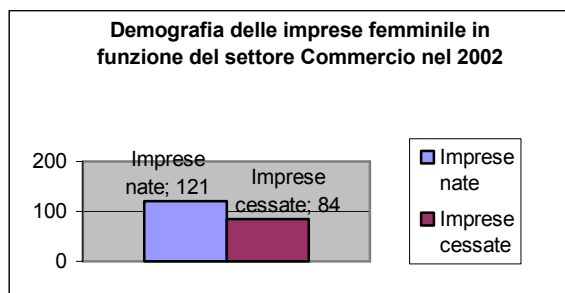


Grafico 29

Servizi

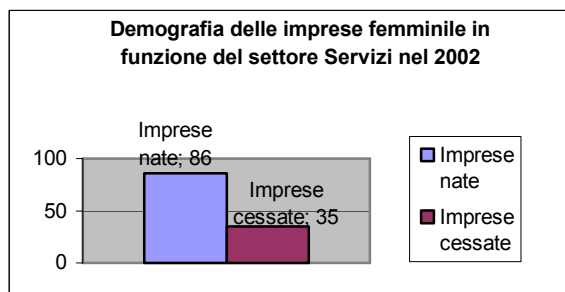


Grafico 30

Turismo

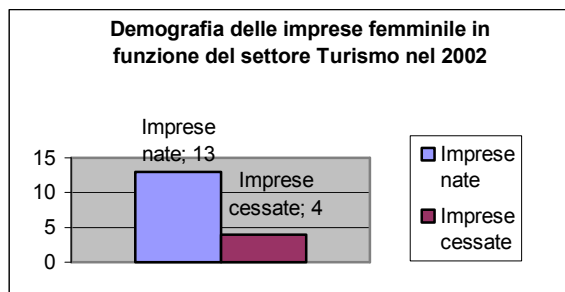


Grafico 31

Altri settori

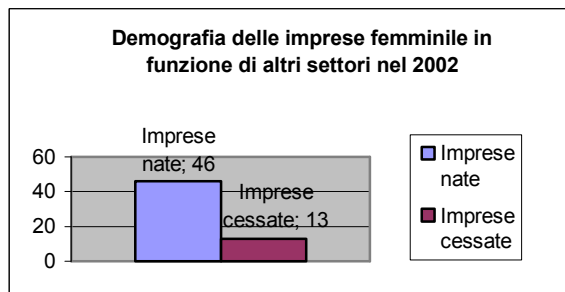


Grafico 32

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ANNO 2003

Agricoltura

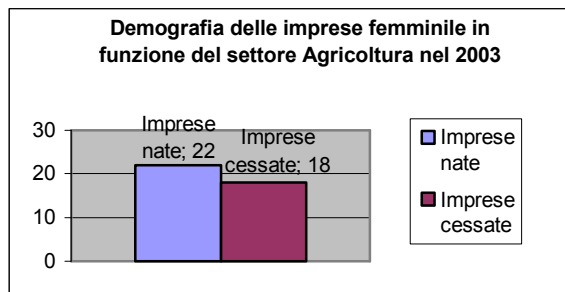


Grafico 33

Industria/Artigianato

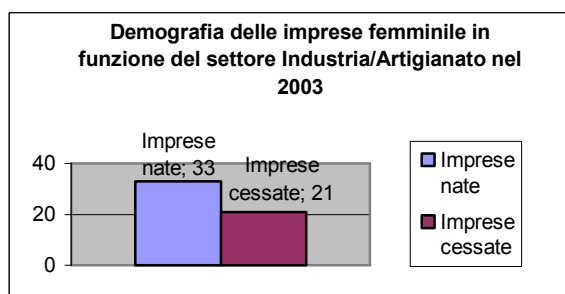


Grafico 34

Commercio

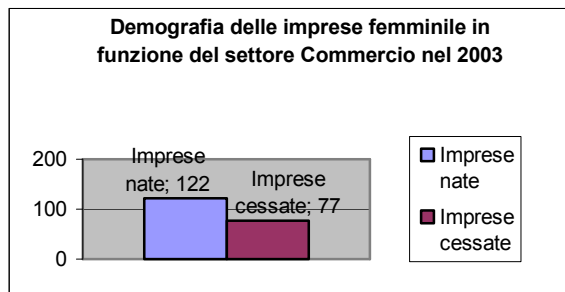


Grafico 35

Servizi

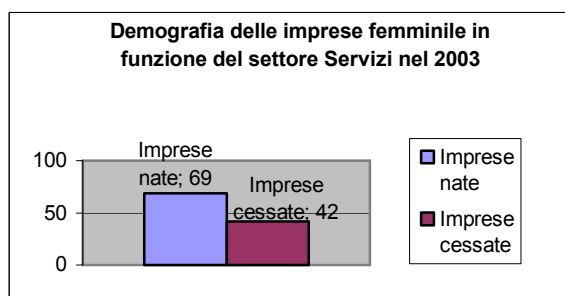


Grafico 36

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Turismo

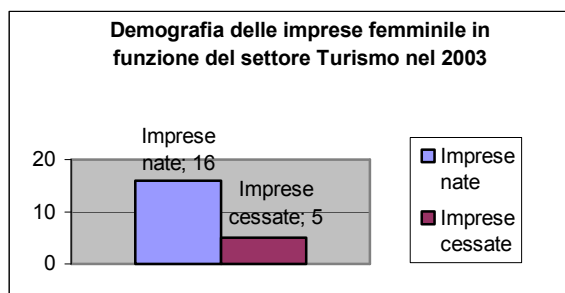


Grafico 37

Altri settori

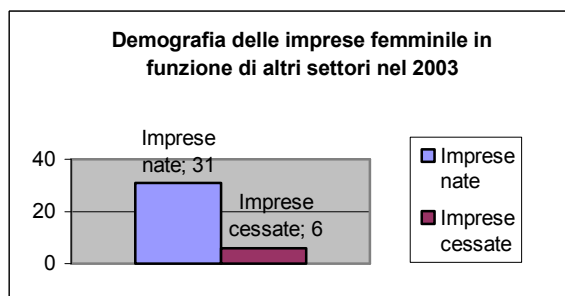


Grafico 38

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE FEMMINILI IN FUNZIONE DEL SETTORE NELL'ANNO 2004

Agricoltura

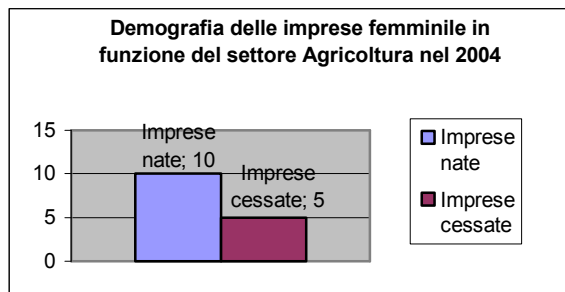


Grafico 39

Industria/Artigianato

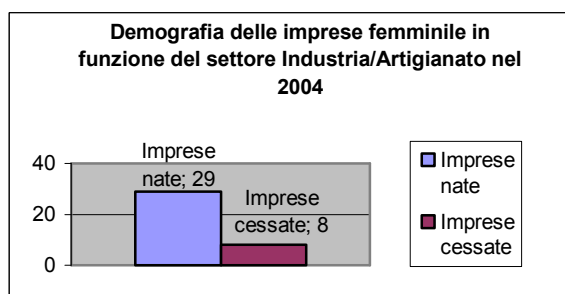


Grafico 40

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Commercio

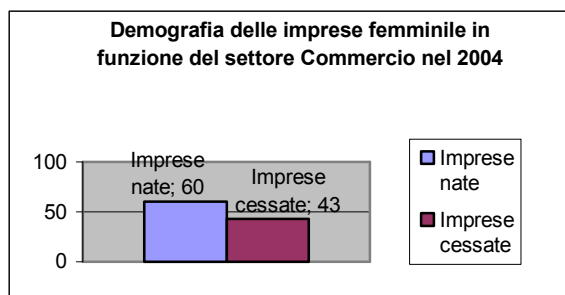


Grafico 41

Servizi

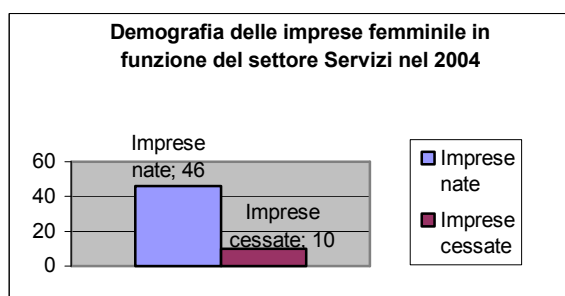


Grafico 42

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Turismo

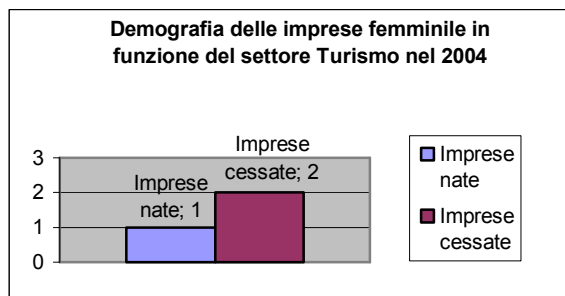


Grafico 43

Altri settori

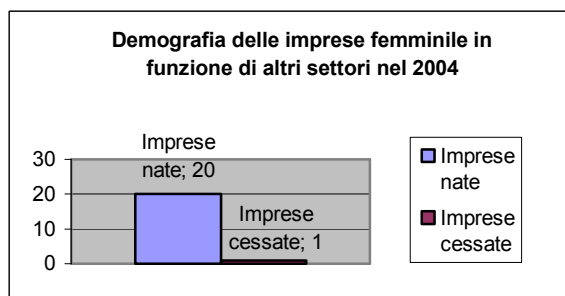


Grafico 44

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE IN FUNZIONE DELLA NATURA GIURIDICA DELLE IMPRESE NELL'ULTIMO QUINQUENNIO

Un'ulteriore informazione deriva dall'analisi dei dati rispetto alla natura giuridica delle imprese, che evidenzia una netta predominanza di ditte individuali:

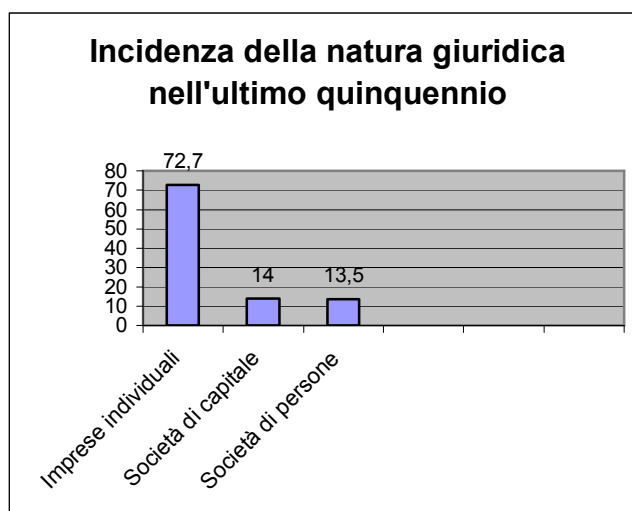


Grafico 45

Tuttavia confrontando i grafici qui di seguito, si deduce che le medesime imprese individuali, rispetto alle altre forme giuridiche, registrano anche un alto tasso di cessazione” di attività, ben il 66%, insieme alle società di persone, pari al 61%, mentre sono le società di capitale ad avere la percentuale inferiore, pari al 13%.

Imprese individuali

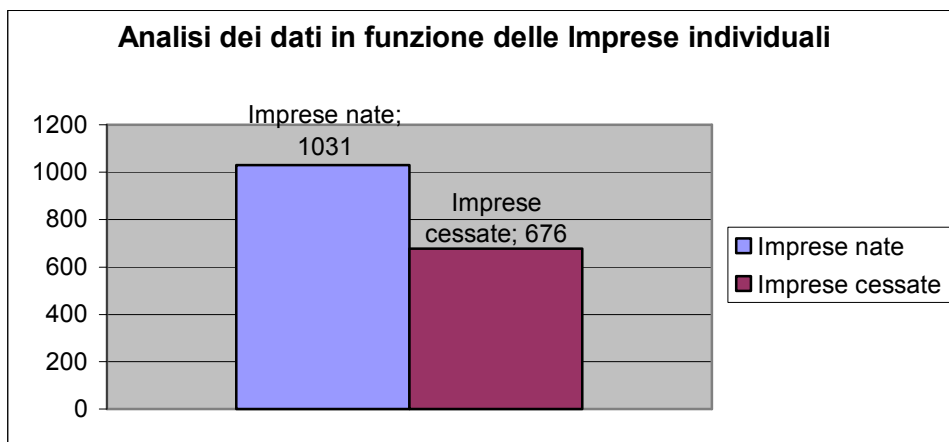
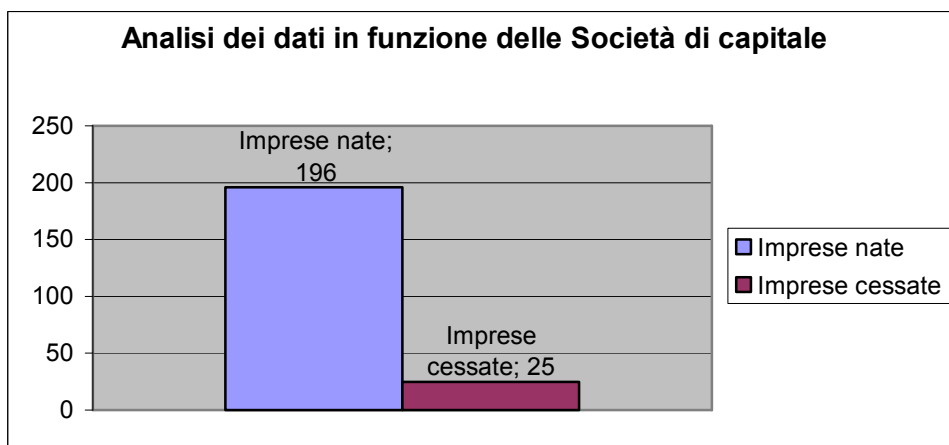


Grafico 46

Società di capitale



Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Grafico 47

Società di persone

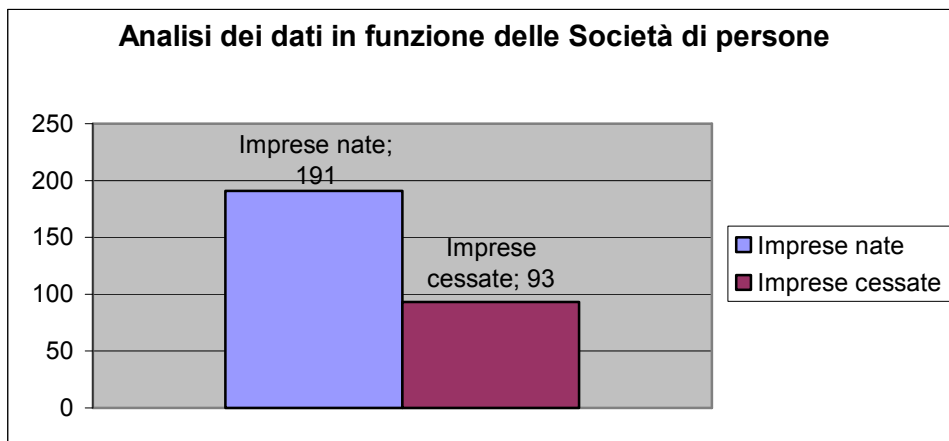


Grafico 48

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

LOCALIZZAZIONE DELLE IMPRESE SUL TERRITORIO

Le 1418 imprese distribuite sul territorio vercellese registrano una concentrazione pari al 29% solo nel Comune di Vercelli, con un totale di 297 aziende, seguito da Borgosesia, con il 7,6% e 79 aziende, Santhià, Gattinara, Cigliano e Crescentino, ognuno con un numero di imprese compreso tra 56 e 42.

La tabella qui riportata, illustra nel dettaglio il numero di imprese femminili avviate nei Comuni del vercellese:

Comune	Imprese	Comune	Imprese	Comune	Imprese
Vercelli	297	Carisio	5	Rive	3
Borgosesia	79	Fontanetto Po'	5	Salasco	3
Santhià	56	Lozzolo	5	Scopello	3
Gattinara	53	Moncrivello	5	Stroppiana	3
Cigliano	46	Ronsecco	5	Villarboit	3
Crescentino	42	San Giacomo Vercellese	5	Boccioleto	2
Saluggia	37	Villata	5	Campertogno	2
Varallo	37	Arborio	4	Collobiano	2
Trino	32	Borgo Vercelli	4	Costanzana	2
Serravalle Sesia	25	Cellio	4	Cravagliana	2
Borgo d'Ale	23	Civiasco	4	Guardabosone	2
Livorno Ferraris	22	Motta De' Conti	4	Lamporo	2

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

Tronzano Vercellese	20	Piode	4	Mollia	2
Alice Castello	19	San Germano Vercellese	4	Albano Vercellese	1
Quarona	19	Scopa	4	Caresana	1
Ghislarengo	12	Alagna Valsesia	3	Cervatto	1
Roasio	11	Asigliano Vercellese	3	Greggio	1
Palazzolo Vercellese	10	Balocco	3	Olcenengo	1
Valduggia	10	Casanova Elvo	3	Pertengo	1
Caresanablot	10	Crova	3	Quinto Vercellese	1
Bianzè	7	Desana	3	Riva Valdobbia	1
Formigliana	7	Fobello	3	Rossa	1
Lenta	6	Pezzana	3	Sali Vercellese	1
Rovasenda	6	Postua	3	Tricerro	1
Buronzo	5	Prarolo	3	Vocca	1

Tabella 3

Parte terza – L'imprenditorialità femminile nella realtà vercellese degli ultimi 5 anni – Analisi demografica

mentre il grafico successivo rappresenta i Comuni aventi la più alta concentrazione di imprese femminili (in particolare sono inseriti fino a quelli con un numero superiore alle 20 imprese):

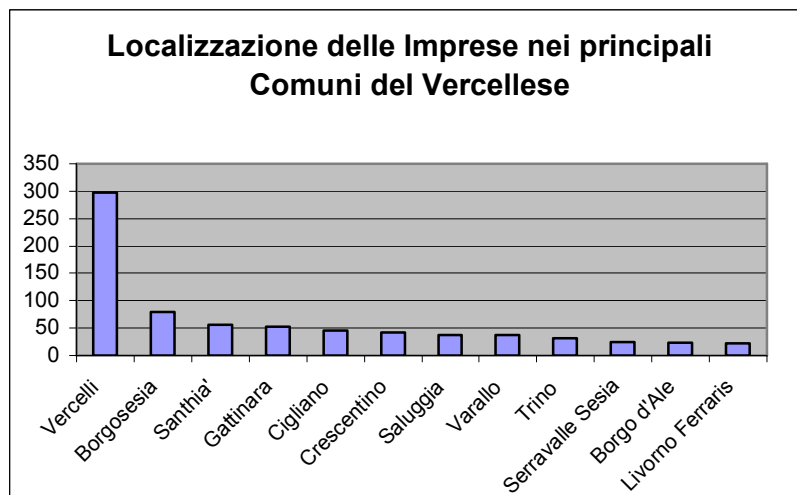


Grafico 49

PARTE QUARTA

**L'imprenditorialità femminile
a Malaga**

(don Jose Luis Garcia Chacón)

(Trad. Vittorio Gelso)

1. Introduzione

Viviamo in una realtà economica lavorativa che, per la sua competitività e le difficoltà connesse al fatto di essere donna, rende la presenza delle donne nel mercato del lavoro dell'Andalucia ancora scarsamente rappresentativa.

Se da un lato è vero che le varie Istituzioni stanno lottando in tanti modi contro la discriminazione innegabile nei confronti della costituzione di una vera e propria classe imprenditoriale femminile, dall'altro occorre comunque sottolineare come proprio uno dei punti più qualificanti dell'Amministrazione Regionale dell'Andalucia sia la costituzione di incentivi e strumenti adeguati per favorirne la crescita e lo sviluppo.

Con questa breve ricerca, cercheremo di fornire una visione globale di questi strumenti così come di quei programmi ed incentivi che fanno capo ad associazioni e organizzazioni impegnate perché le donne abbiano sempre più un rapporto di pari dignità con i tanti uomini che costituiscono la classe imprenditoriale della nostra società.

2. La politica di sostegno alle donne imprenditrici in Malaga

Si riportano, a titolo di esempio, alcuni programmi e iniziative della Giunta Andalucia nell'ambito delle politiche di sostegno alle donne imprenditrici in malaga.

Programmi e iniziative della Giunta di Andalusia

Centro Andaluso di Imprenditrici (CADE)

Organismo dipendente dell'Assessorato all'Impiego e Sviluppo Tecnologico della Giunta di Andalusia, fu creato con l'obiettivo di servire da strumento di stimolo e di appoggio alla cultura e alle attività imprenditoriali e innovatrici all'interno della Comunità Andalusia.

Nel CADE si offrono attenzione e orientamento, valutando singolarmente ogni idea per la costituzione di una nuova impresa, viene seguito il progetto attraverso un appoggio tecnico, informazioni circa gli aiuti disponibili e sostegno per l'espletamento delle pratiche burocratiche necessarie.

Quanto sopra, al fine di perseguire una doppia finalità:

- Essere motore di sviluppo per la nascita di nuove idee, la creazione e lo sviluppo delle iniziative imprenditoriali, attraverso l'introduzione di nuove tecnologie e innovazioni gestionali.
- Essere un punto di riferimento di "ingegneria pedagogica" per l'individuazione e la codificazione di "buone pratiche" nell'attività imprenditoriale.

Il CADE conosce, raccoglie e ottimizza le migliori iniziative esistenti, rispettando le competenze e ciò che è stato fatto dalle altre Amministrazioni Pubbliche o Istituzioni che già operino nello stesso ambito di cooperazione e integrazione.

Il Centro Andaluso, dunque, è un ottimo sistema di cuscinetto tra gli imprenditori e il sistema produttivo, il sistema finanziario e i centri di ricerca, sviluppo e innovazione.

Finalmente, dunque, si è arrivati ad ottenere, grazie all'opera del CADE, un Sistema di Qualità per ottenere l'integrazione, la partecipazione attiva in

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Associazioni e Reti di Istituzioni con competenza ed esperienze in relazione al modo di “fare impresa” e all'innovazione che esse possono offrire.

Programma per Imprenditori

L'Istituto del *Fomento* dell'Andalusia è uno strumento della Giunta dell'Andalusia, attraverso il proprio Assessorato all'Impiego e allo Sviluppo Tecnologico.

Questo organismo offre agli imprenditori e agli impresari andalusi un insieme di programmi di aiuti che vanno sotto la voce di “Sovvenzioni Globali di Andalusia 2000-2006”, cofinanziati attraverso il Fondo Sociale Europeo per lo Sviluppo Regionale (FEDER), con l'obiettivo principale di favorire la creazione di imprese e nuovi posti di lavoro in Andalusia.

Questo programma facilita l'effettivo inserimento nel mondo del lavoro dei più giovani e delle donne imprenditrici dell'Andalusia, sostenendo l'avvio delle iniziative imprenditoriali e il consolidamento delle imprese, favorendone – allo stesso modo – l'ampliamento e la modernizzazione delle stesse.

I suoi destinatari sono le Piccole e Medie Imprese dell'Andalusia che provino a sviluppare o già sviluppino effettivamente le proprie attività nei settori dell'Industria e dei Servizi (lasciando esclusi il settore del carbone e della pesca, così come le attività relazionate con la produzione, la prima trasformazione e/o la commercializzazione ai grossisti dei prodotti agricoli che figurano nell'Anexo 1 della Comunità Europea e che siano o siano stati promossi da giovani, donne, altri imprenditori).

Nota: Le Piccole e Media Imprese sono tali secondo le definizioni vigenti dell'Unione Europea.

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Attualmente si intendono le imprese con meno di 250 persone, il cui volume di affari non superi i 40.000.000 di euro e il cui bilancio complessivo annuale non ecceda i 27.000.000 di euro e che siano conformi al criterio dell'indipendenza così come regolamentato dalla Commissione Europea.

Riguardo al secondo gruppo di beneficiari, oggetto della presente ricerca, i requisiti delle donne che possono accedere agli aiuti di questo programma sono i seguenti:

- Donne andaluse di qualsiasi età;
- Donne con capacità imprenditoriali, che accedano per la prima volta al mondo dell'impresa, sia come imprenditrici individuali che attraverso società nella quali posseggano almeno il 51% del capitale sociale e rappresentino, come minimo il 50% dei soci;
- La maggioranza dei soci donne dovrà essere impiegato come lavoratore o come amministratore contabile dell'azienda.

Questo programma finanzia investimenti in attività, materiali o immateriali, necessarie per l'avvio e il consolidamento dei progetti imprenditoriali.

Aiuti rimborsabili

Si possono concedere a questa tipologia di donne aiuti a lunga scadenza senza nessun tipo di interessi, per i quali la miglior garanzia viene ritenuta la validità del progetto.

I contributi interessano un massimo del 60% delle spese rimborsabili, con un tetto massimo di 300.000 euro.

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Contributi Diretti agli investimenti

Con gli stessi criteri si offrono anche contributi diretti ad investimenti per una quantità massima pari al 46% dell'investimento sovvenzionabile, per un tetto massimo di 276.000 euro.

I requisiti, in generale, per accedere ai contributi sopra menzionati sono:

che l'investimento sovvenzionabile sia superiore a 6.000 euro e inferiore a 600.000 euro.

Nei casi di Investimenti Sovvenzionabili superiori a 150.000 euro e in quegli altri in cui si concedono Aiuti Rimborsabili, l'azienda beneficiaria dovrà avere una forma giuridica societaria.

I criteri di valorizzazione per la determinazione dal tipo di aiuto e la determinazione dell'importo sono i seguenti:

- creazione di nuovi posti di lavoro
- tecnologie e innovazione
- adeguamento agli inputs regionali
- contestualizzazione del mercato
- ambiente
- originalità e interesse del progetto o dell'impresa
- area di interesse prioritaria nella strategia regionale di sviluppo economico
- appartenenza ad una Azione di Fomento.

Nota: la *Azione di Fomento* è uno strumento attraverso il quale l'istituto di *fomento* dà impulso, rende dinamici ed incentiva progetti imprenditoriali in aree geografiche o settori di produzione compresi nella sua strategia di sviluppo regionale.

Istituto Andaluso della Donna

E' l'organismo che rappresenta le donne in Andalusia, dipende dalla Giunta della Regione Andalusia, offre informazioni sopra i programmi e i progetti che si sviluppano nella nostra comunità autonoma destinati alle donne, fornisce dati statistici e servizi di pubblicazione.

La struttura provinciale del IAM è costituita da 8 centri provinciali, ciascuno ubicato in uno degli otto capoluoghi delle province andaluse. Questi centri offrono svariate informazioni per la donna, dai suoi diritti e doveri, fino a vari casi di discriminazione, passando per l'Orientamento al lavoro, la formazione professionale e la creazione di imprese.

Secondo gli studi e l'analisi dell'Istituto Andaluso della donna (IAM), la donna malaguenza che si avvicina al lavoro di imprenditrice ha un'età media di circa 33 anni, il 50% di esse è di Malaga e di queste all'incirca il 40% ha figli e la maggior parte possiede un livello minimo di studio equivalente alla Formación Empresarial.

Il settore predominante in questo tipo di imprese è quello dei Servizi (50%), fatto logico tenendo in considerazione che questo è il settore economico principale della provincia. Di seguito il Commercio (30%), mentre il resto si distribuisce uniformemente tra l'Industria, il Turismo e alcune attività corrispondenti al settore primario.

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Rispetto alle forme giuridiche predominanti, le imprese individuali e le formule societarie unipersonali sono le più utilizzate, con un investimento medio iniziale di 30.000 euro e con un impiego iniziale di 3 lavoratori per impresa.

Ogni centro provinciale appartenente al IAM ha differenti aree tematiche:

- area di informazione
- area di psicologia
- area giuridica
- area di attenzione sociale
- area di impiego e formazione
- area di partecipazione e programmi
- programmi (VIVEM, OPEM, CUALIFICA, donna e pesca, donna e agricoltura)

Ovviamente, concentreremo più la nostra attenzione sulle ultime tre, di maggiore rilevanza per l'oggetto del presente lavoro di ricerca.

Area di formazione e impiego

Il programma VIVEM

Il programma VIVEM consiste in un servizio per sostenere la creazione e il miglioramento delle imprese.

I centri VIVEM sono servizi provinciali specializzati nell'accompagnamento all'avviamento di iniziative imprenditoriali di donne; si offrono informazioni, formazione e accompagnamento tecnico per la creazione di nuove imprese e il miglioramento di attività imprenditoriali e/o autonome delle donne andaluse.

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Questo programma, è stato utilizzato da più di 1200 imprese che sono nate in tutta l'Andalucia con l'appoggio di questi centri.

La prima esperienza si è sviluppata in Malaga nel 1993-94 e si è basata su un processo di accompagnamento e formazione diretto a un numero chiuso di imprenditrici che vennero accompagnate dalla definizione dell'idea fino all'avvio dell'impresa.

Da questa iniziativa sono nati altri centri provinciali che offrono anche attualmente i seguenti servizi per donne imprenditrici:

- Modulo di creazione di idee e animazione per fare impresa, diretto a donne che considerano l'auto impiego o la creazione di impresa come una possibilità di lavoro ma non hanno ancora né un'idea né un progetto ben definito
- Modulo di orientamento per l'auto impiego, diretto a donne che già hanno originariamente un'idea definita che desiderano approfondire e analizzarne le possibilità di successo sul mercato
- Corsi di formazione imprenditoriale rivolti a donne imprenditrici che hanno definito tutti i dettagli del proprio progetto imprenditoriale e ne hanno finalmente deciso l'avviamento.

Questa formazione ha come obiettivo quello di fornire gli strumenti tecnici alle imprenditrici in tutti gli aspetti che riguardano la creazione e la gestione di imprese, accompagnarle attraverso un tutoraggio individualizzato e di gruppo nel processo di sviluppo del progetto e l'elaborazione del Business Plan così come facilitare loro l'uso delle tecnologie dell'informazione e la loro applicazione nella gestione delle loro imprese

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

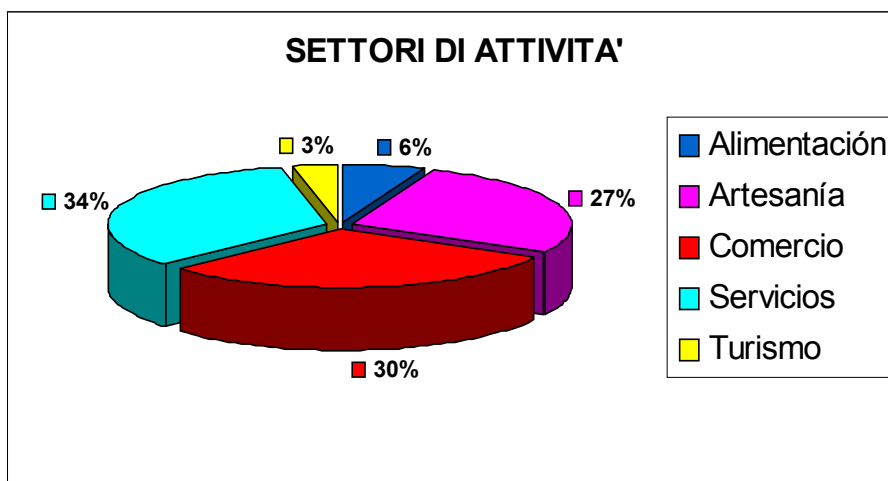
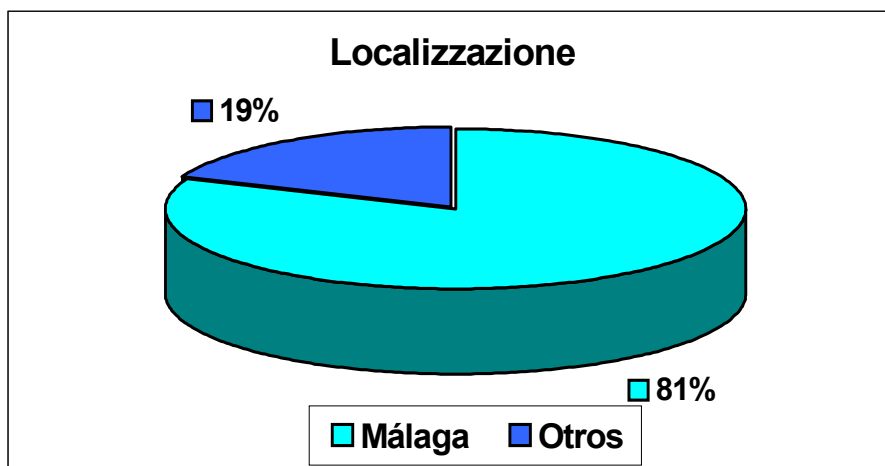
- Formazione a distanza, rivolto a imprenditrici che hanno definito il proprio progetto imprenditoriale e hanno deciso di avviarlo però per ragioni personali e/o temporali legate al proprio progetto, non possono partecipare di persona ai corsi di formazione.
- Accompagnamento e tutoraggio. Servizio personalizzato e continuo prestato attraverso il personale tecnico dei Centri VIVEM per sviluppare il progetto di impresa. Questo servizio si adegua alle necessità e alle possibilità delle donne interessate.
- Accompagnamento a imprenditrici per il miglioramento e la crescita delle loro imprese
- Azioni in collaborazione con associazioni di categoria (Mentoring – impresa, che si pone l'obiettivo di favorire il trasferimento di esperienze e informazioni necessarie per l'ingresso e il consolidamento della nuova impresa sul mercato; Seminari monografici, per favorire dibattiti e riflessioni)

3. Le imprese malaguene costituite da donne

Nella provincia di Malaga si trovano 274 imprese costituite da donne. Di queste, l'81% appartengono a imprese o iniziative imprenditoriali in fase di avviamento presso il capoluogo, Malaga, il 19%, invece, nella sua provincia, nei comuni di seguito elencati: Marbella, Mijas, Molina, Nerja, Periana, Pizarra, Rincon de la

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Victoria, Rio Gordo, Ronda, Torremolinos, Torrox, Valle de Abdalejis, Vèlez Malaga e Villa del Trabaco.



Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

Le imprese che figurano nel database furono create da donne imprenditrici di Malaga e provincia nei seguenti settori: alimentazione, artigianato, commercio, servizi, turismo.

A Malaga e provincia è stato creato il 6% degli affari nel settore Alimentazione/Agroalimentare nel quale ci sono attività come l'elaborazione e la distribuzione delle tipiche torte di Algarrobo, più conosciute come "torte d'olio", vendita di prodotti tipici iberici, produzione e vendita di latte di capra, apicoltura e prodotti naturali di miele, pasticceria, vendita di caramelle, confetteria, prodotti derivati dalla carne come, chorizos frescos, salsicce, morcillas, pinchos e magro en adobo, salazon de tocino, prosciutto, fabbricazione e commercializzazione di bibite rinfrescanti, sciroppi e succhi, vini, prodotti vegetariani, vendita di mieli artigianali del bosco, romero, azahar, polen, fabbricazione, imbottigliamento e vendita di olio di oliva etc.

Le imprese del settore dell'Artigianato della provincia di Malaga rappresentano il 27% delle imprese costituite da donne. All'interno di questo settore si sviluppano le seguenti iniziative imprenditoriali: disegno e creazione di complementi di pelle naturale, ceramica artistica, pittura artistica sulla seta, restauro di mobili, artigianato dell'argento e delle pietre, cartoncini delle felicità realizzati con fiori andalusi, azulejos e lavori con l'argilla, prodotti tipici dell'Africa Subsahariana, artigianato floreale, produzione di ventilatori, borse, collane, pendenti, disegno ed elaborazione della bigiotteria artigianale.

Il settore del Commercio rappresenta il 30% del panorama economico nell'ambito delle imprese costituite da donne nella provincia di Malaga.

Tra le attività di questo settore le più significative sono quelle di seguito specificate: commercializzazione di materiale di informatica, vendita capi

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

d'abbigliamento e oggettistica femminile, vendita di abbigliamento per future mamme e per i loro bambini, vendita di regali in argento e pietre pregiate, artigianato delle calzature, commercializzazione di sistemi per l'igiene e pulizia della casa, commercio di piante naturali, vendita di prodotti destinati alle famiglie, tessuti per le tende, tappeti, tappezzeria, vendita di strumenti musicali, accessori sportivi, giochi educativi, manufatti, vendita di prodotti tipici dell'Axarquia e prodotti biologici, acquisto e vendita di cd ed lp, immagini e disegni esclusivi, complementi, disegni di vestiti unici confezionati artigianalmente per spose o feste, vendita diretta e a domicilio di sistemi di igiene e pulizia per la famiglia, negozi con materiale esoterico, accessori per automobili, aerei, elicotteri, barche, commercio di oli, cornici e materiale per pittura, materiale per belle arti, promozione, commercializzazione, installazione e mantenimento di apparecchi destinati al trattamento dell'acqua, vendita di articoli per danza e arti marziali, vendita di materiali per la protezione al lavoro, uniformi e vestiti di lavoro per il settore servizi e costruzioni, materiale da parrucchiere, estetica e piercing per il corpo.

Il 34% dell'imprenditoria femminile nell'ambito dell'economia provinciale si dedica al settore dei Servizi.

Le imprese forniscono servizi diversi, qui di seguito specificati: installazione dei dispositivi a energia solare, aria condizionata, restauro di mobili, servizio di residenza per i maggiorenni, servizi immobiliari e di arredamento per casa, uffici stampa e di comunicazione con i mass-media, organizzazione di congressi e pubbliche relazioni, formazione sportiva, distribuzione di materiali, servizi finanziari, servizi di traduzione di testi in tutte le lingue, interpretazione e trascrizione di video, organizzazioni di spettacoli, animazione per i bambini, compleanni comunioni, servizi di estetica, studio fotografico, reportage

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

professionali di eventi, servizi fiscali, elaborazioni contabili, giuridiche e finanziarie, servizi di disegno grafico, multimediale, pubblicità e marketing, servizi di consulenza per protocolli e relazioni istituzionali, scuole private specializzate nella formazione di professionisti dell'aeronautica, chirurgia plastica, estetica e dermatologica, servizi per l'adattamento di spazi architettonici per persone disabili, restauro e abitabilità di case e spazi di lavoro, tampografia, serigrafia, stampa, borse di carta e plastica, caramelle, gadget per le imprese, servizio di vendita, installazione e mantenimento in materia di telecomunicazioni, servizi di stampa psicoanalitica, organizzazione e gestione di attività scolastiche complementari, preparazione e abilitazione della donna nella materia di immagine personale, parrucchieri e trucco, realizzazione di pittura su muro, pittura decorativa, organizzazione di azioni formative nelle aree di formazione per occupati, formazione continua nelle aree di gestione imprenditoriale e informatica, noleggio di biciclette da passeggio e mountain bike, realizzazione di studi e investigazioni sull'ambiente, raccolta di oli e grassi vegetali ai fini del loro smaltimento, sistema di gestione della qualità, invio di rose a domicilio, servizi di architettura ecologica e bioclimatica, pubblicazione di libri, riviste, mappe e guide sulla Serrania de Ronda.

Il 3% delle imprese e imprenditrici della provincia di Malaga lavorano nel settore del Turismo.

Tra le attività che sono più sviluppate vi sono le seguenti: agenzie di viaggi incentrate sul turismo rurale, servizio di affitto di alloggi in stile rustico, realizzazione di iniziative a tutela dell'ambiente e di manifestazioni sportive in parchi naturali o zone protette, vendita di biglietti per aerei, treni e barche, prenotazioni di hotel, servizio di informazione sui monumenti, gastronomia, percorsi guidati, arte, creazione e commercializzazione di pacchetti turistic

4. Conclusioni

La politica di supporto alla creazione ed al consolidamento delle imprese al femminile in Spagna comprende due tipi di misure in generale:

- ❑ quelle che afferiscono direttamente la creazione ed il consolidamento delle aziende;
- ❑ quelle che interessano indirettamente la prospettiva della creazione delle aziende e del loro consolidamento (perché favoriscono l'attività di piccole imprese in generale).

Tra le prime, sono incluse:

- semplificazione amministrativa (programma di miglioramento e semplificazione della norma del Piccole e Medie Imprese);
- formazione di occupati per posti di lavoro specifici e formazione per le nuove tecnologie;
- finanziamento di impresa (prestiti di Partecipazione, la maggior parte delle linee ICO, SGR e parti inferiori del rischio capitale)
- Innovazione (PROFIT, le iniziative per l'accesso dell'azienda nella società delle informazioni, prestiti CDTI e programma PYME)

Tra le seconde:

- Facilitare la creazione di imprese (UVE, progetto Nuova Impresa),
- eliminazione dello IAE per persone fisiche e giuridiche con fatturazione annuale inferiore a 1 milione di euro
- vantaggi fiscali per finanziamento delle giovani aziende (Nuova Impresa)
- finanziamento delle aziende giovani (piccoli crediti di ICO, il rifinanziamento di CERSA a favore di piccole imprese o nuove, la linea di supporto a capitalizzazione delle aziende (che iniziano la loro attività meno di due anni del funzionamento del MCYT)

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

- promozione e innovazione di formazione delle aziende giovani (iniziativa NEOTEC, promozione nei campi scientifici e tecnologici)

- Formazione per la creazione ed il consolidamento delle aziende (Fondazione INCYDE)

Altre misure della promozione della cultura imprenditoriale (introduzione dell'idea dell'azienda nella formazione secondaria, programmi LIDER e CITIUS, premio Principe Felipe per l'Eccellenza Imprenditoriale)

All' interno delle politiche attuali di supporto nella provincia di Malaga abbiamo dato risalto alle seguenti funzioni più innovative.

Riguardo ai programmi ed alle iniziative fomentati dalla riunione dell' Andalusia:

1. Il CADE, il centro integrale per la generazione, la creazione e lo sviluppo delle aziende. Si noti la sua metodologia, che considera le funzioni quali la ricerca ed il trasferimento di buone pratiche nell'attività di impresa. Il Cade prova ad essere mediatore utile fra gli imprenditori, il sistema produttivo, quello finanziario e per concludere, i centri di ricerca. Valore aggiunto: l'impianto di un sistema di qualità da integrare alle associazioni ed alle istituzioni dedicate all'attività imprenditoriale e innovativa.

2. "Programma imprenditoriale", dell'istituto Fomento dell'Andalusia. Si noti l'appoggio finanziario nei confronti di imprenditori/trici attraverso sussidi rimborsabili, i vantaggi diretti del tipo di interesse o le sovvenzioni all'investimento. Con questi sussidi, l'Istituto di Fomento, cerca di favorire la creazione di nuovi posti di lavoro attraverso moderna tecnologia e innovazione.

3. Istituto Andaluso della Donna

Il programma VIVEM:

3.1. I centri si sono specializzati nel supporto all'iniziativa di impresa della donna per favorire la creazione e per migliorare l'attività di impresa della donna

Parte quarta – L'imprenditorialità femminile a Malaga

in Andalusia. Dalla sua creazione (1996) sono state più di 1200 le aziende che sono state generate dalle donne finora.

3.2. Servizi di Orientamento e di Preformazione per uso OPEM.

Servizio in essere nella provincia di Malaga, che consiste nell'appoggio e nell'attenzione individualizzata all'inserimento della donna nel mondo del lavoro.

3.3 "Aule Informatiche" e Unità UNIVERTECNA

Da parte dell'Istituto Andaluso della Donna, le cosiddette "Aule Informáticas", che facilitano gli utenti circa le conoscenze di base in informatica, e le Unità di Orientamento per l'impiego dopo l'Università, UNIVERTECNA, che includono non solo orientamento e accompagnamento ma anche formazione complementare e utile con le conoscenze linguistiche, manageriali o il confronto diretto con altre realtà imprenditoriali europee.

3.4 Programma Donne - Agricoltura.

Rivolto a donne impegnate in agricoltura, propone corsi di formazione rivolti principalmente a donne con prospettive occupazionali nel settore agricolo.

3.5 Premi Meridiana

Celebrato ed assegnato annualmente dall'Istituto Andaluso della Donna, è un prestigioso riconoscimento per il lavoro della gente o di Istituzioni che difendono o hanno considerato durante la loro carriera professionale l'uguaglianza fra gli uomini e le donne.

3.6 Sovvenzioni.

3.7 Iniziative europee per il lavoro in Andalusia. Si può evidenziare anche il Progetto Equal dal titolo: "Costruendo il futuro: un'opportunità di lavoro per le donne".

CONCLUSIONI

(Eraldo Olivetta)

Conclusioni

La crescente presenza femminile nel mercato del lavoro, sia a livello di lavoro dipendente che autonomo, spinge ad interrogarsi sull'integrazione delle donne e su come quest'ultima, in certi ruoli quali soprattutto quelli manageriali dove continua ad esistere il cosiddetto "soffitto di vetro", non sia ancora completa.

Nella parte prima di questo lavoro, ripercorrendo brevemente il cammino delle leggi che hanno favorito l'uguaglianza dei diritti, è stato possibile rivedere i principi che hanno ispirato, nelle differenti fasi, l'intervento del legislatore sulla condizione femminile e, in particolare, sul lavoro. Da questo breve esame, risulta evidente l'evoluzione della cultura, tanto in merito al ruolo della donna nella società, quanto riguardo alla necessità di intervento per favorire la parità fra i sessi. Dalla paternalistica tutela di un soggetto considerato congenitamente debole, all'attuale affermazione di uguaglianza e parità, alle prospettive di intervento per la sua effettiva realizzazione.

Il Fondo Sociale Europeo ha riservato una quota considerevole delle risorse finanziarie disponibili all'Asse E, quello appunto di intervento sulle pari opportunità. Ecco quindi, sempre nella parte prima, la presentazione del progetto D'Impresa, in cui si inserisce la ricerca di cui alle parti successive di questo volume.

Ma, poiché lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile dipende anche dalle opportunità offerte alle imprenditrici e dalla loro conoscenza di queste ultime, prima di entrare nel merito della ricerca vera e propria, era necessario ancora un passaggio: la seppur breve presentazione di tre degli interventi mediante i quali il legislatore ha previsto delle agevolazioni per le imprese che presentano determinati requisiti. Sono stati quindi indicati, per ciascun intervento, i soggetti beneficiari, le iniziative e le spese ammissibili ai contributi, nonché le specifiche modalità di accesso.

Conclusioni

Anche se, come precisato nel capitolo 1 della parte seconda, le donne tendono ad impiegare più tempo degli uomini nel lavoro non retribuito, oggi l'accesso al lavoro retribuito può essere considerato una norma nei paesi occidentali. Negli ultimi decenni, sono sicuramente stati fatti molti passi avanti verso una maggiore emancipazione della donna. Ne sono indicatori, a livello di Unione Europea, sia l'aumento della scolarità, sia la sempre maggiore partecipazione delle donne al lavoro qualificato, con un aumento dell'occupazione fissa, in posti più sicuri e con migliori prospettive di carriera. Sicuramente questi progressi sono stati favoriti anche dai mutamenti nella domanda, con una diminuzione dei lavori pesanti nell'industria, un aumento dei lavori impiegatizi e dei servizi (sviluppo del terziario) e con la diffusione del part-time⁴⁰ che ben si presta a conciliare il lavoro con le esigenze di famiglia.

A livello italiano, il tasso di attività⁴¹ mostra un picco in corrispondenza delle classi 25-29 anni, per poi cominciare a scendere soprattutto dalle classi 35-39⁴². Questo può essere un segnale della tendenza a lasciare il lavoro dopo il matrimonio o, più avanti, dopo la nascita del primo figlio. I fattori che influenzano la percentuale di attività femminile sono essenzialmente l'età, la presenza di figli, quantità e qualità dei servizi all'infanzia fruibili e il livello di scolarizzazione.

Nonostante i passi avanti fatti a livello europeo, continuano a sussistere segregazione occupazionale, sia orizzontale, legata al mantenimento di differenze salariali, sia verticale, con le difficoltà che ancora oggi le donne possono incontrare ad occupare posizione di vertice nelle organizzazioni.

In questo contesto europeo si colloca la realtà italiana e, in particolare, quella vercellese studiata nella seconda parte.

Anche se la ricerca riguardava le sole imprenditrici titolari di aziende individuali, numerosi punti risultanti dall'indagine presentano affinità con il più ampio contesto nazionale ed europeo.

⁴⁰ Maggiore negli altri paesi dell'Unione e un po' meno in Italia.

⁴¹ Esso rappresenta la proporzione di donne in età lavorativa che domandano lavoro o sono occupate.

⁴² Fonte: Eurostat, Labour Force Survey.

Conclusioni

La maggior parte delle imprenditrici vercellesi ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni ⁴³ e, come le donne dirigenti in Italia secondo delle ricerche condotte dallo CNEL, non ha rinunciato alla famiglia per dedicarsi al lavoro essendo coniugata e con almeno un figlio.

Esattamente come dai risultati di queste ricerche a livello nazionale, anche le imprenditrici vercellesi intervistate hanno creato la loro impresa dopo aver già avuto una precedente occupazione, quasi sempre come lavoratrici dipendenti, spesso nello stesso settore e, frequentemente, nell'ambito dell'azienda di famiglia successivamente rilevata.

Anche la maggior presenza di imprese dirette da donne nei settori del commercio, dei servizi e del terziario in generale, rispecchia perfettamente nella realtà locale, la situazione nazionale. Unica eccezione, tipica del vercellese, è l'elevata presenza di imprenditrici nel settore agricolo. Tuttavia, la presenza delle donne in misura maggiore nei settori più tradizionalmente femminili, non va dimenticato, fa aumentare l'indice di segregazione, come definito nel capitolo 1 della parte seconda.

Infine, fra le maggiori difficoltà lamentate dalle intervistate all'inizio della loro attività, assumono un ruolo rilevante quelle connesse all'attività di gestione dell'impresa nei suoi aspetti economici, finanziari, amministrativi e fiscali, piuttosto che i problemi di genere. Anche questo aspetto rispecchia i risultati delle ricerche fatte a livello nazionale.

Le imprenditrici intervistate, pertanto, presentano, pur con le peculiarità tipiche del contesto vercellese, le caratteristiche delle imprenditrici nazionali. Sono nel complesso soddisfatte del loro lavoro, che permette loro anche di realizzarsi attraverso un'esperienza professionale indipendente ed autonoma. Mentre però a livello nazionale sembra che solo una donna su cinque confessi di sentirsi in difficoltà per il poco tempo che le resta dopo il lavoro e che vorrebbe dedicare essenzialmente ai figli (quando ne ha) o a sé stessa, nel campione intervistato risultano rilevanti le difficoltà a conciliare gli impegni di lavoro con le esigenze della famiglia.

⁴³ Fatta eccezione per l'agricoltura.

Conclusioni

La posizione imprenditoriale femminile che emerge dall'indagine vercellese, quindi, oltre a rispecchiare in molti tratti il profilo delle imprenditrici nazionali, sembra avere connotati piuttosto positivi e testimoniare una scelta imprenditoriale che non sia solo un rimedio alla mancanza di altre alternative occupazionali.

E' tuttavia credibile ipotizzare che tale scelta, a livello di lavoro autonomo, sia meno difficile di quella di diventare dirigenti, in un contesto di lavoro dipendente, in organizzazioni magari ancora molto patriarcali.

Se l'analisi di cui al capitolo 3 della parte seconda rappresenta un po' la fotografia dell'imprenditorialità individuale femminile nella provincia di Vercelli nel gennaio 2004, i dati della parte terza offrono invece utili informazioni sulla dinamica evolutiva della demografia delle imprese femminili, attraverso lo studio delle aziende nate e cessate, nei differenti settori di attività, negli ultimi cinque anni.

Dalla parte quarta, infine, è possibile trarre alcuni spunti di riflessione in un'ottica di raffronto ed integrazione delle esperienze di due realtà diverse, quali quella vercellese e quella di Malaga, nel sud della Spagna.

Si nota immediatamente una diversa distribuzione territoriale delle imprese di Malaga rispetto alla realtà vercellese: mentre da noi il 79% delle imprese a titolarità femminile opera in differenti località nel territorio della provincia, contro il 21% che invece ha sede legale in Vercelli città, nella realtà spagnola studiata l'81% delle imprese sono situate nella città capoluogo, contro il restante 19% situato nelle località della provincia. Decisamente più omogenea, rispetto a quella vercellese, è la distribuzione per settori: più di un terzo delle imprese opera nel settore servizi e quasi un terzo nel commercio. Se a questi dati si aggiunge il 27% delle imprese a titolarità femminile del settore artigianale e se si considera l'elenco delle attività specifiche di questo settore, riportato nella parte quarta, si nota come, anche nella realtà spagnola, l'imprenditorialità femminile tenda a concentrarsi di più nel terziario e nei settori più tradizionalmente femminili.

Conclusioni

I riferimenti alle politiche di appoggio alla creazione ed allo sviluppo di imprese in Spagna, infine, confermano le strategie volte ad incentivare tanto l'imprenditorialità, quanto l'occupazione femminile, conformemente alle politiche dell'Unione Europea, e con diverse corrispondenze con quanto avviene nel nostro paese.

Il perseguimento degli scopi e le attività svolte nell'ambito del progetto *D'Impresa* hanno, nel loro complesso, permesso di tracciare un quadro dell'imprenditorialità femminile vercellese, in relazione anche agli obiettivi operativi dell'Asse E. Sta ora a tutti gli attori sociali coinvolti fare le scelte e compiere le azioni più opportune sulla strada di una sempre maggiore parità. Ma tale parità non va intesa in modo statico, bensì come un "processo", facendo assumere alla problematica in questione, una visione più attenta alla dimensione collettiva dei fenomeni sociali. E' auspicabile che ciò avvenga considerando le differenze che distinguono uomini e donne come una risorsa da cui attingere reciprocamente, per il beneficio di tutti.

Finito di stampare **da LitoCopy** Vercelli - 2004