

Imprenditrici e imprese femminili in Toscana

INDICE

Presentazione

Pag. 5

Parte Prima

LE IMPRESE FEMMINILI IN TOSCANA: CARATTERI STRUTTURALI E DINAMICA IMPRENDITORIALE

di Riccardo Perugi e Fabio Faranna (Unioncamere Toscana – Ufficio Studi)

Premessa metodologica	9
1. Caratteristiche strutturali dell'imprenditoria femminile in Toscana	
1.1. La presenza dell'imprenditoria femminile sul territorio nazionale e nelle province toscane	12
1.2. I settori economici al femminile	19
1.3. La distribuzione territoriale delle imprese femminili	26
1.4. Le forme giuridiche d'impresa	32
1.5. Il profilo delle imprenditrici toscane	36
Appendice statistica al capitolo 1	49
2. La recente evoluzione dell'imprenditoria femminile in Toscana	
2.1. Le dinamiche territoriali	56
2.2. L'andamento per settore di attività e forma giuridica d'impresa	65
2.3. L'evoluzione del profilo delle imprenditrici toscane	71
Considerazioni conclusive	77
Riferimenti bibliografici	83

Parte Seconda

LE INDAGINI DI ALCUNE CAMERE DI COMMERCIO: LE ESPERIENZE LOCALI E QUELLA EUROPEA

a cura di Fabio Faranna (Unioncamere Toscana – Ufficio Studi)

Impresa: sostantivo femminile singolare	87
<i>a cura di Patrizia Rabatti e Cristina D'Aniello (Camera di Commercio di Firenze – Settore Servizi ed Iniziative Promozionali)</i>	

Uno studio sulle vocazioni, motivazioni, ostacoli ed aspettative delle imprenditrici nella provincia di Livorno	95
<i>a cura di Alga D. Foschi e Francesca Rolla (Camera di Commercio di Livorno)</i>	
L'impresa al femminile: profili di donne	109
<i>a cura di Alberto Ravecca (Camera di Commercio di Massa-Carrara)</i>	
La legislazione in favore dell'imprenditoria femminile nei Paesi dell'Unione Europea	119
<i>a cura di Silvana Donati (Camera di Commercio di Pisa)</i>	

Presentazione

Uno degli elementi che ha maggiormente caratterizzato l'evoluzione dei sistemi economici dei paesi industriali dell'Occidente nell'ultimo quarto di secolo è stato sicuramente la sempre più massiccia entrata delle donne nel mercato del lavoro e nelle attività di tipo indipendente. Le ragioni di questa tendenza sono molteplici, e vanno ricercate nei profondi cambiamenti socio-culturali, prima ancora che strutturali-economici, che hanno caratterizzato la trasformazione di questi sistemi. E' certo che la crescita del numero di figure professionali femminili altamente qualificate, in conseguenza di una più diffusa scolarizzazione, abbia determinato un maggior potenziale di auto-consapevolezza individuale, che ha fatto sì che maturasse nelle donne quel desiderio di emergere dalla sfera domestica, non più adeguata al desiderio di mettersi alla prova intraprendendo carriere lavorative che in passato mai avevano visto la partecipazione femminile.

Si tratta quindi di un percorso che ha consentito alle donne di raggiungere più elevati livelli di autonomia, di ampliare il sistema di relazioni sociali e, di conseguenza, di aumentare anche il grado di consapevolezza e di giudizio critico. D'altra parte, questa evoluzione al femminile è tutt'altro che conclusa e, nonostante la significativa intensità con la quale si è manifestata in Italia, presenta ancora alcuni elementi di arretratezza rispetto agli altri paesi europei¹. In base infatti ad una classifica stilata dal *World Economic Forum*, con la quale si intende misurare un "gap di genere", inteso come la differenza tra uomini e donne rilevata a mezzo di indici di partecipazione e peso decisionale in ambito economico, politico e sociale, l'Italia si posiziona al quarantacinquesimo posto (Lopez-Claros A., Zahidi S., 2005, p. 9).

Si è quindi sviluppata nel nostro Paese la discussione su quali azioni si debbano attuare per incentivare la partecipazione femminile alla vita professionale, sia da un punto di vista qualitativo sia quantitativo. Le istituzioni quindi, sempre più sensibili alle problematiche femminili, hanno avviato una serie di misure volte ad incoraggiare l'inserimento delle donne nel mercato del lavoro, come ad esempio l'introduzione di forme contrattuali con regimi temporali ridotti (in primo luogo il *part-time*), in modo tale da acconsentire la conciliazione con gli impegni familiari, ed a garantire le pari opportunità uomo-donna nell'ingresso in ogni ambito occupazionale, e contro quei comportamenti discriminatori che ledono la dignità della donna².

Le problematiche connesse a questi fenomeni di segregazione/discriminazione nei confronti delle donne sono ancora ben lontane da essere risolte. "Si registra in tal senso uno «strano paradosso» (Reyneri, 2002), secondo il quale si stabilisce una correlazione inversa tra i Paesi maggiormente femminilizzati sotto il profilo occupazionale e la presenza di fenomeni di segregazione/discriminazione nei confronti delle donne. Sono infatti i paesi nord europei, con sistemi economici caratterizzati da una più significativa partecipazione femminile, che presentano più frequenti fenomeni di forte disparità di trattamento sia gerarchico che economico a svantaggio delle donne. Contro-intuitivamente sono proprio le realtà meno femminilizzate (come quella italiana) quelle più sensibili alla promozione delle pari opportunità tra uomo e donna" (Meini M. C., 2005, p. 10).

D'altra parte è noto che in Italia come in Toscana, nonostante i notevoli progressi compiuti in termini di presenza femminile sul mercato del lavoro e di qualità del lavoro (percorsi di carriera, remunerazioni e posizione gerarchica), si è ancora lontani dal raggiungimento degli obiettivi posti dal trattato di Lisbona.

1 Secondo Eurostat, nel 2004, il tasso di disoccupazione femminile è ad esempio del 10,5% in Italia contro il 9,3% dell'Unione Europea, mentre per i maschi tale indice è rispettivamente del 6,4% e 7,1%.

2 La normativa italiana disciplina le pari opportunità tra uomo e donna con la Legge 125/1991, istituendo la figura del Consigliere di Pari Opportunità.

Oggi più che mai le politiche di welfare, a qualsiasi livello istituzionale, sono particolarmente attente alle componenti deboli, fra cui rientrano in particolare alcune fasce femminili della popolazione, e in tal senso si collocano tutti gli sforzi profusi sul territorio nazionale e regionale intenti a promuovere anche nuove forme di occupazione, stimolando quindi anche le capacità imprenditoriali. Tra queste misure si colloca sicuramente l'introduzione della Legge 215/92 "Azioni positive per l'imprenditoria femminile", nata con lo scopo di incentivare e sostenere, attraverso agevolazioni finanziarie, lo sviluppo di attività autonome o imprenditoriali femminili. La Legge 215/92, a partire dal 1997, ha visto cinque fasi di attuazione, con le quali sono stati finanziati 811 progetti imprenditoriali su di un totale di 23milioni di euro di contributi, mentre nel dicembre 2005 ha preso avvio la sesta fase.

Si è quindi cercato di creare le condizioni necessarie affinché si verificasse un più deciso sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche se l'ingresso delle donne nell'universo imprenditoriale è rimasto ad ogni modo motivato principalmente dall'esistenza di una tradizione imprenditoriale "familiare", per cui molte donne sono diventate imprenditrici per successione, ereditando cioè un'attività imprenditoriale già esistente³. D'altro canto, la nascita dell'idea imprenditoriale, per le donne, è spesso anche il frutto della necessità indotta dalla difficoltà di accesso ad occupazioni più convenzionali. L'autoimpiego risulta quindi, in alcuni casi, l'unica soluzione in grado di aiutare le donne a sottrarsi a processi di compressione e segregazione del mondo del lavoro dipendente. Inoltre, la scelta di intraprendere può essere legata anche ad una scelta reddituale tra la posizione di lavoratore dipendente e la posizione di imprenditore, scelta spesso strettamente correlata a forme di instabilità contrattuale, dovute ad un sempre più frequente ricorso a tipologie contrattuali di tipo flessibile. Il rischio di impresa, generato con l'avvio di un'attività imprenditoriale, diventa quindi in questi casi una valida alternativa alla convivenza con un'alienante segregazione lavorativa quando non, nel peggiore dei casi, con una condizione di disoccupazione⁴.

Questa ricerca si colloca quindi nel quadro di un articolato progetto volto ad incentivare la partecipazione femminile nell'ambito delle attività autonome, essendo ricompresa nel più ampio "Programma Regionale per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile". Le pagine che seguono intendono così fotografare il fenomeno dell'imprenditoria femminile in Toscana in modo tale da fornire uno strumento, composto da un patrimonio di dati e informazioni, che possa essere di supporto a chi viene chiamato ad operare scelte, sia politiche che tecniche, volte ad incentivare e ad incidere su questa importante realtà della nostra regione.

Il volume, in particolare, si articola in due sezioni distinte. Nella prima si analizza sotto un profilo più strettamente quantitativo il ruolo e lo spazio occupato dalle imprese femminili all'interno del contesto economico regionale, evidenziandone alcune fra le più significative peculiarità strutturali e delineando i tratti salienti delle più recenti dinamiche che hanno caratterizzato questo specifico segmento imprenditoriale. Nella seconda sezione sono invece raccolte, sotto forma di sintesi, quattro studi promossi e realizzati dalle Camere di Commercio di Firenze, Livorno, Massa Carrara e Pisa in collaborazione con i rispettivi Comitati per la Promozione dell'imprenditoria Femminile; indagini che a nostro avviso arricchiscono da un punto di vista interpretativo l'analisi svolta nella precedente sezione.

È nostra intenzione, per il futuro, proseguire con il monitoraggio proposto in queste pagine, rendendo periodica l'analisi qui avviata e rinnovando di volta in volta la collaborazione, già instaurata nel presente rapporto, con il sistema camerale regionale, al fine di affiancare ad analisi di tipo maggiormente statistico-economico alcuni approfondimenti tematici ritenuti di particolare interesse in questo ambito.

3 Si veda a questo proposito anche Ministero delle Attività Produttive, Unioncamere, 2005.

4 Per maggiori approfondimenti, Catturi G., Di Pietro R., 2003.

PARTE PRIMA

Le imprese femminili in Toscana: caratteri strutturali e dinamica imprenditoriale

di Riccardo Perugi e Fabio Faranna (Unioncamere Toscana - Ufficio Studi)

Premessa metodologica

Obiettivo del presente lavoro è quello di presentare il ruolo ed il peso economico che l'imprenditoria femminile è andata acquistando all'interno del contesto economico regionale, evidenziandone alcune fra le più significative caratteristiche strutturali e delineando i tratti salienti delle più recenti dinamiche che hanno interessato questo specifico segmento imprenditoriale. Rispetto all'analisi che verrà successivamente sviluppata, è qui opportuno premettere brevemente alcuni aspetti metodologici che consentiranno di meglio comprendere pregi e limiti delle informazioni fornite e delle valutazioni che da queste derivano.

In particolare, la fonte principale da cui scaturiscono i dati di seguito esposti è rappresentata dal Registro delle Imprese del sistema camerale italiano, la cui gestione informatizzata è demandata alla società consortile Infocamere, partecipata dallo stesso sistema camerale. L'analisi, condotta su un archivio amministrativo, è dunque interamente *desk*, non essendo stata realizzata alcuna rilevazione diretta sul campo presso le imprese, e sebbene lo strumento utilizzato non sia specificamente costruito per finalità statistiche, lo studio che è stato in tal modo possibile realizzare rappresenta soltanto una fra le numerose possibili applicazioni di tale banca dati ai fini dell'analisi economica territoriale.

Ciò ha tuttavia reso ovviamente necessaria la definizione di criteri convenzionali di classificazione e di selezione delle imprese registrate, per l'individuazione di quelle definibili "femminili" all'interno dell'universo imprenditoriale regionale e nazionale. A tal fine, per stabilire con quale criterio misurare la partecipazione femminile nelle imprese, si è preso spunto dalla definizione data dalla Legge 215/92 ("Azioni positive per l'imprenditoria femminile", art. 2) e dalla successiva Circolare n. 1151489 del 22/11/2002 art. 1.2 del Ministero delle Attività Produttive, provvedimenti in base ai quali il grado di partecipazione femminile è desunto sulla scorta della natura giuridica dell'impresa, dell'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio donna e della percentuale di donne presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Infocamere, conseguentemente, ha reso disponibile on-line un *software* di interrogazione del Registro imprese che, a seconda che le aziende siano costituite come società di capitale, società di persone/cooperative, ditte individuali o altra forma giuridica, permette di classificare le imprese stesse in base alla maggiore o minore capacità di controllo esercitato dalle donne. Tale capacità di controllo, basata sulla maggiore o minore presenza femminile nella compagine sociale e/o fra le figure di riferimento nella relativa conduzione imprenditoriale, viene quindi graduata secondo quanto indicato nella tabella 1.1:

Di seguito, l'analisi è stata condotta considerando come femminili tutte le imprese dove la relativa presenza risulta almeno maggioritaria secondo i criteri dati, e dunque includendo anche quelle dove tale presenza è forte o esclusiva. Si deve d'altro canto rilevare come le imprese dove la presenza femminile è esclusiva coprono la quasi totalità dell'universo analizzato (tab. 1.2) includendo fra l'altro, per le definizioni date, tutte le imprese individuali il cui titolare sia una donna.

L'ampliamento del campo di osservazione, accogliendo una definizione più estesa di impresa femminile, è apparso tuttavia interessante nella misura in cui le aziende rimanenti, seppur numericamente limitate rispetto al totale, consentono di includere realtà imprenditoriali "miste", in cui la partecipazione femminile al capitale sociale, per quanto

ancora predominante, si apre ad altri apporti gestionali e di capitale (sia maschili, sia da parte di persone giuridiche), dando vita a strutture aziendali più complesse ed articolate.¹

Tabella 1.1

Schema di classificazione delle imprese femminili secondo il grado di presenza femminile

Presenza femminile	Società di Capitale	Società di persone e cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
Maggioritaria	-Se l'elenco dei soci è presente nel Reg. Imprese: >50% del capitale sociale e >50% "amministratori" -Se l'elenco dei soci NON è presente nel Reg. Imprese: >50% "amministratori"	>50% "soci"	-----	>50% "amministratori"
Forte	-Se l'elenco dei soci è presente nel Reg. Imprese: >=2/3 del capitale sociale e >=2/3 "amministratori" -Se l'elenco dei soci NON è presente nel Reg. Imprese: >=2/3 "amministratori"	>=60% "soci"	-----	>=60% "amministratori"
Esclusiva	-Se l'elenco dei soci è presente nel Reg. Imprese: 100% del capitale sociale e 100% "amministratori" -Se l'elenco dei soci NON è presente nel Reg. Imprese: 100% "amministratori"	>=100% "soci"	Titolare	100% "amministratori"

Si deve infine segnalare come la banca dati da cui il presente lavoro attinge le sue informazioni classifichi le persone registrate in impresa suddividendo le qualifiche e le cariche che esse possono assumere in quattro diverse tipologie (titolari, soci, amministratori e altre cariche), e di come per ognuna di queste classi sia possibile scendere nel dettaglio in maniera tale da individuare in modo più preciso l'effettivo ruolo rivestito all'interno dell'impresa dal soggetto considerato. Al tempo stesso, si deve evidenziare come alla stessa persona possano eventualmente far riferimento, nel medesimo contesto aziendale, più cariche e qualifiche: secondo i criteri di trattamento statistico della banca dati, a ciascuna persona registrata viene così associata solo la prima carica da questi dichiarata², mentre qualora un soggetto detenga più cariche in unità imprenditoriali distinte l'informazione viene rilevata più volte (attribuendo cioè una frequenza per ogni carica ricoperta, anche se il riferimento è alla stessa persona fisica), ragion per cui il numero di posizioni in tal modo considerate non corrisponde esattamente all'effettivo numero di persone con cariche in azienda.

1 A questo proposito si richiama l'attenzione sul fatto che le imprese "non femminili" non possono essere automaticamente denominate imprese "maschili" dal momento che, come accennato, negli assetti proprietari un ruolo significativo è giocato anche dalle partecipazioni detenute da soggetti giuridici, oltre che da persone fisiche.

2 Poiché si ritiene eccessivamente arbitrario stabilire una gerarchia di importanza fra le diverse cariche presenti in archivio, si assume implicitamente come presupposto l'ipotesi che, in fase di *data entry*, l'operatore inserisca per prima la carica ritenuta più importante dalla persona dichiarante.

Tabella 1.2

Imprese femminili registrate per grado di presenza femminile

Dati al 31-12-2004

Presenza femminile	Toscana		Italia	
	v.ass.	v. %	v.ass.	v. %
Maggioritaria	848	0,9	10.783	0,8
Forte	6.619	7,1	73.218	5,4
Esclusiva	86.391	92,0	1.282.472	93,9
Totale	93.858	100,0	1.366.473	100,0

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

1. Caratteristiche strutturali dell'imprenditoria femminile in Toscana

1.1. La presenza dell'imprenditoria femminile sul territorio nazionale e nelle province toscane

La situazione fotografata al 31/12/2004 mostra in Italia 5.997.749 imprese registrate, delle quali 1.366.473 (pari al 22,8% del totale) possono essere identificate come "Imprese Femminili" sulla base dei criteri specificati nella premessa (tab. 1.3).

Tabella 1.3

Imprese femminili registrate in Italia e in Toscana al 31-12-2004

Area territoriale	Valori assoluti			Valori %	
	Imprese totali	Imprese femminili	Imprese non femm.	quota (1)	incidenza (2)
Toscana	409.838	93.858	315.980	6,9	22,9
Arezzo	37.766	8.657	29.109	9,2	22,9
Firenze	108.326	22.597	85.729	24,1	20,9
Grosseto	30.052	8.608	21.444	9,2	28,6
Livorno	32.815	8.542	24.273	9,1	26,0
Lucca	44.722	9.972	34.750	10,6	22,3
Massa C.	21.225	5.331	15.894	5,7	25,1
Pisa	40.860	9.195	31.665	9,8	22,5
Pistoia	33.502	7.313	26.189	7,8	21,8
Prato	30.988	6.729	24.259	7,2	21,7
Siena	29.582	6.914	22.668	7,4	23,4
Emilia R.	469.228	91.851	377.377	6,7	19,6
Lombardia	938.262	185.455	752.807	13,6	19,8
Marche	175.413	40.452	134.961	3,0	23,1
Piemonte	460.540	108.321	352.219	7,9	23,5
Veneto	506.591	104.139	402.452	7,6	20,6
Nord-Ovest	1.578.907	339.166	1.239.741	24,8	21,5
Nord-Est	1.200.462	244.701	955.761	17,9	20,4
Centro	1.226.000	282.123	943.877	20,6	23,0
Sud e Isole	1.992.380	500.483	1.491.897	36,6	25,1
Italia	5.997.749	1.366.473	4.631.276	100,0	22,8

(1) Quote regionali/provinciali delle imprese femminili sul relativo totale nazionale (per le ripartizioni e per le regioni) o sul totale Toscana (per le province toscane).

(2) Incidenza delle imprese femminili sul totale delle imprese registrate nella regione/provincia di competenza.

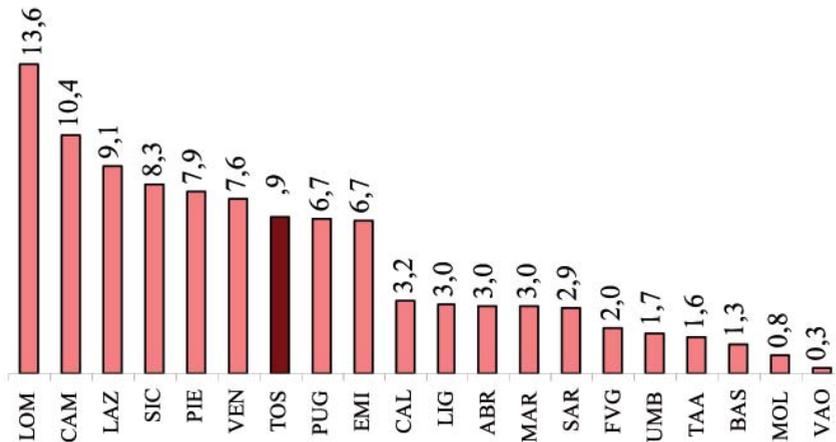
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

È la Lombardia la prima regione per numero di imprese femminili registrate (con il 13,6% del relativo totale nazionale), seguita dalla Campania, dal Lazio, dalla Sicilia e dal Piemonte. La Toscana, con circa il 7% delle imprese femminili italiane (pari in termini assoluti a quasi 94.000 unità), si colloca invece al settimo posto nella graduatoria regionale, risultando preceduta anche dal Veneto (graf. 1.1).

Grafico 1.1

Distribuzione delle imprese femminili nelle regioni italiane al 31-12-2004

Valori % sul totale nazionale



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Applicando la suddivisione del campo di variazione in quartili³ alla serie dell'incidenza delle imprese femminili rispetto al totale regionale (graf. 1.2) emergono tuttavia indicazioni diverse rispetto alle precedenti. Infatti regioni come il Molise, la Basilicata, l'Abruzzo e la Val d'Aosta, che nel contesto nazionale appena osservato presentano quote marginali di imprese di donne, si caratterizzano sotto tale profilo per sistemi imprenditoriali ad elevata partecipazione femminile, dove almeno una impresa su quattro è appunto condotta da donne (con un massimo del 30,8% nel Molise). Merita inoltre un'attenta analisi la Campania, che anche in questo caso risulta tra le regioni più femminilizzate sotto il profilo imprenditoriale, con una incidenza sul totale regionale pari al 26,7%.

La Toscana, con una percentuale di imprese femminili sul totale regionale del 22,9%, risulta in linea con il valore medio nazionale (22,8%), pur collocandosi nel terzo quartile insieme a Marche, Sardegna, Friuli e Puglia, e dunque nella seconda metà della graduatoria regionale, in compagnia del resto ad alcune delle principali regioni del Centro-Nord (Lombardia, Veneto, Emilia, Lazio). Come si può osservare, il posizionamento

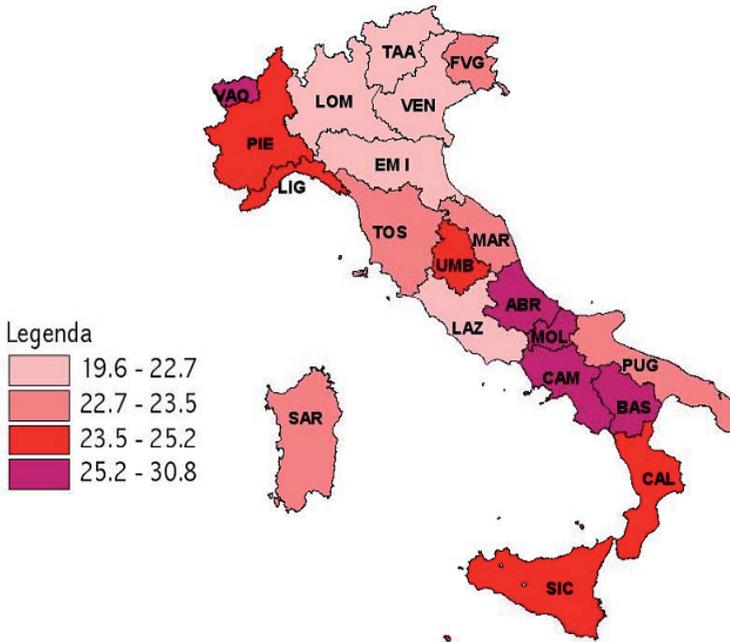
³ Viene detto "primo quartile" (o quartile inferiore) di n termini X_1, X_2, \dots, X_n , disposti in ordine crescente, quel valore della variabile studiata al di sotto del quale si trova il primo quarto dei termini (e quindi al di sopra del quale si trovano i restanti tre quarti delle unità statistiche); il secondo quartile coincide invece con la mediana, dividendo la distribuzione dei termini in due parti di uguale numerosità; il terzo quartile degli n termini è infine quel valore della variabile studiata al di sotto del quale si trovano i tre quarti de termini.

della Toscana risulta in tal senso affine a quello di buona parte del Centro Italia e del Nord-Est, aree con cui condivide del resto modelli di sviluppo socio-economici analoghi, caratterizzati da processi di industrializzazione leggera in settori tradizionali, da una estesa frammentazione del sistema produttivo, da fenomeni di imprenditorialità diffusa, per non ricordare che alcuni dei principali elementi costitutivi degli stessi.

Grafico 1.2

Presenza delle imprese femminili nelle regioni italiane al 31-12-2004

Incidenza % sul totale regionale (suddivisione in quartili)



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

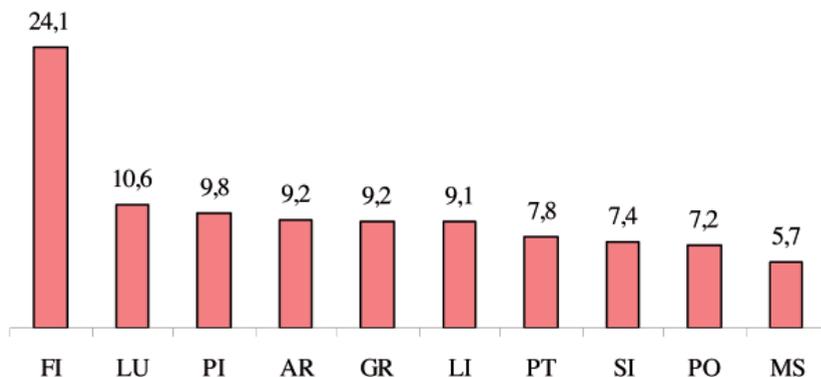
Sempre al 31/12/2004, la distribuzione territoriale delle imprese femminili, in Toscana, presenta una marcata concentrazione nell'area provinciale fiorentina (24,1%), seguita a distanza da Lucca (10,6%), Pisa (9,8%), Arezzo, Grosseto (entrambe con il 9,2%) e Livorno (9,1%). Contributi più limitati provengono invece da Pistoia, Siena, e Prato (ciascuna con un apporto compreso fra il 7 e l'8%), mentre Massa Carrara chiude la graduatoria con il 5,7% (graf. 1.3).

Anche in questo caso, come già osservato in precedenza a proposito dell'analisi regionale, l'incidenza delle imprese femminili sul tessuto imprenditoriale locale presenta tuttavia uno scenario che ribalta, per certi versi, la situazione appena descritta (graf. 1.4). Sotto tale profilo emerge infatti che le province a più alta incidenza femminile sono Grosseto (il 28,6% delle imprese grossetane è a conduzione femminile), Livorno (26,0%) e Massa Carrara (25,1%), mentre Firenze risulta al contrario quella meno femminilizzata, con un tasso pari al 20,9%.

Grafico 1.3

Distribuzione delle imprese femminili nelle province toscane al 31-12-2004

Valori % sul totale regionale

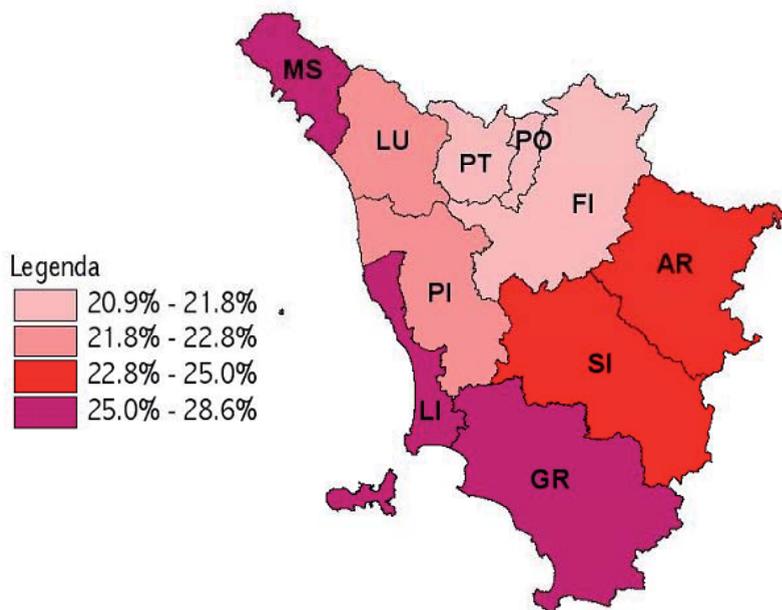


Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Grafico 1.4

Presenza delle imprese femminili nelle province toscane al 31-12-2004

Incidenza % sul totale provinciale (suddivisione in quartili)

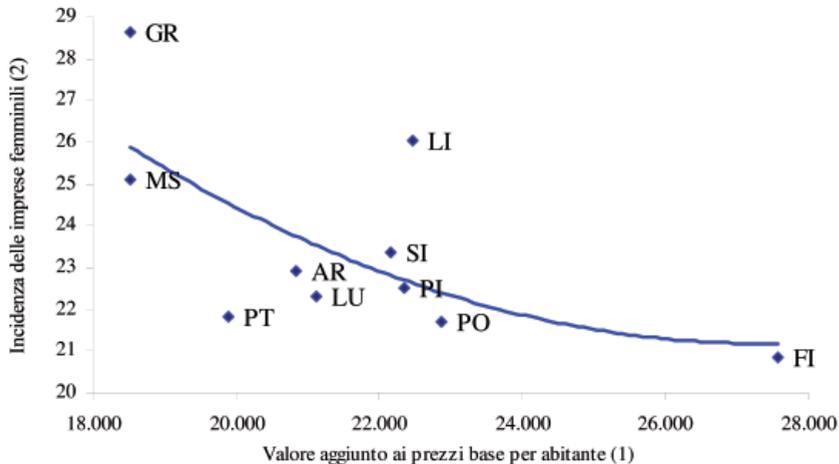


Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Da ciò discende pertanto, a livello locale, una presenza femminile nella conduzione di iniziative imprenditoriali che risulta decisamente più intensa lungo la costa e, soprattutto, nelle province che presentano un livello di sviluppo meno pronunciato (misurato in termini di pil pro-capite) rispetto al resto del panorama regionale, mentre i valori più bassi si registrano nell'Area Metropolitana Firenze-Prato-Pistoia, ovvero nell'Area che rappresenta il principale motore propulsivo dell'intera economia regionale (graf. 1.5). Vi sono tuttavia alcune significative eccezioni a questa "regola", ed in particolare Livorno da un lato (con un tasso di femminilizzazione imprenditoriale superiore rispetto a quanto avrebbe potuto suggerire il livello del pil pro-capite) e Pistoia dall'altro (con un tasso inferiore rispetto al livello di ricchezza pro-capite prodotta), mentre Grosseto mostra un'accentuazione particolarmente marcata fra livello effettivo di femminilizzazione imprenditoriale e valore atteso in base alla linea interpolante tracciata.

Grafico 1.5

Relazione fra presenza di imprese femminili e livello del valore aggiunto nelle province toscane



(1) Valori correnti in euro (anno 2004). Dati depurati dal valore di servizi finanziari (sifim) misurati indirettamente.

(2) Incidenza % delle imprese femminili sul totale delle imprese registrate nella provincia di competenza (al 31-12-2004).

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-StockView e Unioncamere-Istituto G. Tagliacarne

In questo caso due sembrano i principali fattori esplicativi:

- a) da un lato, mercati locali del lavoro dove più limitate sono le opportunità occupazionali per le donne spingono verosimilmente la componente femminile delle forze di lavoro a cercare con maggiore frequenza possibilità di auto-impiego. In effetti, la correlazione fra imprenditorialità femminile e partecipazione femminile al mercato del lavoro, misurata sulle 10 province toscane, appare negativa (tab. 1.4), attestandosi su valori piuttosto

elevati sia che si consideri la serie dei tassi di occupazione (-0,50) che, soprattutto, quella dei tassi di attività (-0,59)⁴;

- b) dall'altro, sistemi economici locali meno articolati sotto il profilo settoriale e meno caratterizzati da una presenza industriale significativa sembrano rendere più rarefatta la presenza di soggetti imprenditoriali all'interno della stessa compagine maschile. In effetti (tab 1.5), sia per Massa Carrara che per Livorno si notano tassi di imprenditorialità maschile significativamente al di sotto di quelli medi toscani, mentre anche quelli femminili si attestano al di sotto del corrispondente valore medio regionale. Grosseto si attesta al contrario su livelli superiori per entrambe le componenti, con quella maschile che presenta tuttavia un differenziale decisamente meno spiccato rispetto all'analogo tasso femminile. Lo stesso coefficiente di correlazione raggiunge del resto, in questo caso, un livello particolarmente elevato (0,85) denotando come, a livello interprovinciale, le diversità osservate nella partecipazione al tessuto imprenditoriale locale tendano a seguire modelli non dissimili fra i due generi.

Tabella 1.4

Partecipazione al mercato del lavoro e imprenditorialità femminile
Valori percentuali (dati al 31-12-2004)

	Tasso femminile di		
	attività (1)	occupazione (2)	imprenditorialità (3)
Arezzo	60,2	56,9	22,9
Firenze	61,1	56,7	20,9
Grosseto	52,3	48,3	28,6
Livorno	53,0	48,9	26,0
Lucca	57,5	53,1	22,3
Massa C.	50,4	44,9	25,1
Pisa	53,2	49,4	22,5
Pistoia	56,2	51,0	21,8
Prato	54,9	49,9	21,7
Siena	61,3	58,6	23,4
Coefficiente di correlazione fra (1) e (3) = -0,5901			
Coefficiente di correlazione fra (2) e (3) = -0,5036			
Toscana	57,1	52,9	22,9
Italia	50,6	45,2	22,8

(1) Rapporto fra forze di lavoro e popolazione 15-64 anni.

(2) Rapporto fra occupati e popolazione 15-64 anni.

(3) Rapporto fra imprese femminili e imprese totali.

Fonte: elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Istat-RCFL e Infocamere-StockView

⁴ Questa evidenza statistica sembra del resto confermare quanto rilevato anche attraverso indagini dirette. Fra le motivazioni che stanno alla base della scelta imprenditoriale da parte delle donne è stato infatti rilevato che "il motivo più ricorrente è indicato quale la mancanza del posto di lavoro, per cui la scelta di fare l'imprenditrice risulterebbe più un ripiego che non una scelta consapevole. (Regione Toscana-Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro, 1999, p. 96)

In un caso e nell'altro, ad ogni modo, la maggiore presenza femminile all'interno delle compagini imprenditoriali delle tre province citate sembra riconducibile non tanto a fattori "virtuosi" di maggiore apertura ed inclusione, quanto piuttosto a difficoltà nell'entrare nei circuiti del mercato del lavoro dipendente, e dunque alla persistenza di una maggiore marginalizzazione della componente femminile sotto tale profilo, oltre che alla debolezza dello stesso tessuto imprenditoriale che in generale deprime, anche per la componente maschile, gli indicatori di imprenditorialità.

Tabella 1.5

Densità imprenditoriale maschile e femminile: graduatoria provinciale
Valori % (dati al 31-12-2004)

Province	Uomini		Province	Donne	
	Tassi (1)	Indici (2)		Tassi (1)	Indici (2)
Prato	43,1	126	Prato	14,9	125
Grosseto	36,2	106	Grosseto	14,4	121
Firenze	35,8	105	Siena	12,8	107
Pistoia	35,4	103	Lucca	12,1	101
Siena	35,2	103	Pistoia	11,7	98
Lucca	34,8	102	Firenze	11,7	98
Arezzo	32,3	94	Arezzo	11,5	97
Massa C.	31,2	91	Massa C.	11,3	95
Pisa	30,8	90	Livorno	10,9	91
Livorno	27,8	81	Pisa	10,4	88
coefficiente di correlazione fra tasso di densità imprenditoriale maschile e femminile = 0,8454					
Toscana	34,3	100,0	Toscana	11,9	100,0

(1) Tasso di densità imprenditoriale = rapporto fra persone con cariche in impresa e popolazione 15-64 anni.

(2) Numeri indice del tasso di densità imprenditoriale (Toscana = 100)

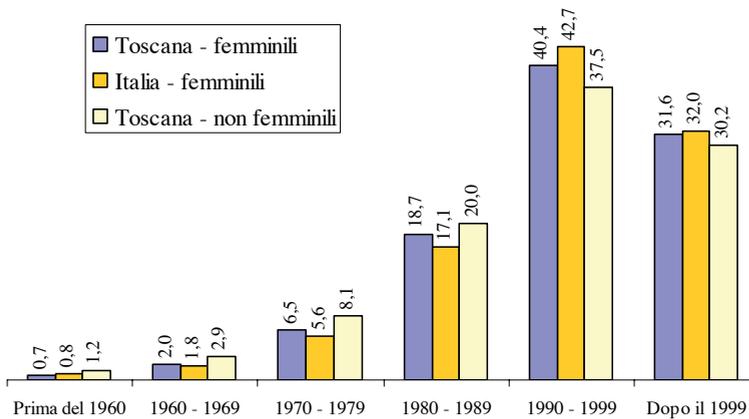
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-StockView e Istat

Nella nostra regione, infine, le imprese a conduzione femminile sono in prevalenza di recente costituzione, anche se questa caratteristica appare leggermente meno accentuata rispetto al resto del territorio nazionale (Grafico 1.6 e App. Stat. tab. 1.A): alla fine del 2004, il 72% (in assoluto, 67.588 posizioni) aveva infatti meno di quindici anni (il 75% in Italia), ed il 32% (29.648 imprese) meno di cinque. Particolarmente elevata è l'incidenza delle imprese femminili di più recente costituzione a Prato, con il 38% di imprese iscritte nel corso degli ultimi 5 anni, ed a Grosseto, dove l'80% si è comunque registrata a partire dal 1990. Firenze è invece quella che detiene la quota più elevata di imprese femminili costitutesi nel corso degli anni Ottanta (22%), mentre Massa Carrara evidenzia una più accentuata presenza di unità attive da prima del 1980 (13%). Le imprese femminili toscane risultano invece di più recente costituzione rispetto a quelle non femminili, in misura

marginale per quanto riguarda la quota di quelle la cui iscrizione ai registri camerali è avvenuta a partire dal 2000, ed invece in maniera più sensibile per quelle la cui registrazione risale agli anni Novanta. Alla fine del 2004, pertanto, la durata media del complesso delle imprese femminili toscane risultava inferiore a quella delle non femminili.

Grafico 1.6

Imprese femminili e non femminili per periodo di iscrizione al Registro Imprese
Valori percentuali (dati al 31/12/2004)



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

1.2. I settori economici al femminile

La distribuzione delle imprese a conduzione femminile per settore economico mette in evidenza come l'imprenditoria femminile tenda ancora ad identificarsi in buona misura con alcune specifiche tipologie di attività, ed in particolare con quelle che vengono raggruppate sotto l'etichetta dei "servizi alla persona" e dei "pubblici esercizi". Malgrado negli ultimi anni si sia assistito ad un indebolimento di quegli elementi che caratterizzano questa forma di segregazione orizzontale⁵, sembra così possibile riconfermare quel giudizio in base al quale le imprese femminili "vengono ancora identificate con tipologie di attività percepite, a livello culturale, come tipicamente femminili, legate quindi allo stereotipo del ruolo femminile ... basato su una visione del mondo sociale dove la differenza fra il ruolo degli uomini e quello delle donne crea un ordine « naturale » di divisione del lavoro. Le imprese femminili sembrano quindi relegate a quegli ambiti socioeconomici in cui fattori

5 I fenomeni di segregazione orizzontale si verificano allorché "la presenza delle donne nel mercato del lavoro non si presenta equamente distribuita fra le professioni, ma si concentra in alcuni tipi di lavori o in alcuni settori produttivi" (Regione Toscana, 2005, p. 81). Per estensione questa definizione, che ha come principale riferimento il mondo del lavoro dipendente o quello del lavoro professionale, viene qui applicata al lavoro autonomo che si concretizza attraverso la creazione d'impresa, allorché la capacità imprenditoriale femminile tende ad esprimersi ed a concentrarsi in maniera prevalente in alcuni ambiti produttivi ed economici.

soggettivi considerati peculiari della natura femminile (capacità di dialogo, propensione alla cura, attitudine alla gestione dei rapporti, ecc.) giocano un ruolo prioritario” (Regione Toscana-Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro, 1999, p. 98).

La fotografia alla fine del 2004, in Toscana, evidenzia una decisa concentrazione di imprese femminili nel settore del commercio (tab. 1.6): il 30,1% delle imprese femminili (28.231 posizioni registrate, su un totale di 106.361 imprese complessivamente registrate nel settore considerato) svolge infatti un’attività economica in tale settore. Tuttavia, benché quasi un’impresa femminile su tre svolga un’attività di tipo commerciale, l’incidenza delle imprese a conduzione femminile è in questo settore (26,5%) inferiore a quello riscontrato in altri segmenti imprenditoriali. Sono in particolare i settori che comprendono i servizi legati all’istruzione e quelli sanitari, sociali, alla persona e domestici che registrano i più alti tassi di incidenza femminile, sia a livello regionale che provinciale, pur dovendo segnalare il fatto che da un punto di vista di consistenza imprenditoriale quelli considerati comprendano appena il 9,7% delle imprese toscane di donne (9.145 unità).

Tabella 1.6

Imprese registrate per settore di attività economica in Toscana

Valori assoluti, composizione % sul totale regionale ed incidenza % delle imprese femminili per settore di attività (dati al 31-12-2004)

Attività economica (codice Ateco)	Imprese		Comp. %	Inc. %
	Femminili	Totale		
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	15.315	48.930	16,3	31,3
B Pesca e piscicoltura	50	456	0,1	11,0
C Estrazione di minerali	41	545	0,0	7,5
D Attività manifatturiere	13.955	67.748	14,9	20,6
E Prod. e distr. en. el., gas e acqua	8	158	0,0	5,1
F Costruzioni	2.659	58.378	2,8	4,6
G Comm. e rip. beni pers.	28.231	106.361	30,1	26,5
H Alberghi e ristoranti	7.397	23.454	7,9	31,5
I Trasporti e comunicazioni	1.593	13.917	1,7	11,4
J Intermed. monetaria e finanz.	1.759	7.831	1,9	22,5
K Att. immob., informatica, ricerca	10.590	45.125	11,3	23,5
L P.A. e difesa; assicuraz. soc.	1	17	0,0	5,9
M Istruzione	323	1.137	0,3	28,4
N Sanità e altri servizi sociali	460	1.178	0,5	39,0
O Altri servizi	8.360	17.526	8,9	47,7
P Servizi domestici	2	2	0,0	100,0
X Imprese non classificate	3.114	17.075	3,3	18,2
Totale	93.858	409.838	100,0	22,9

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Un altro settore che, sia per capacità professionali sia per le opportunità offerte dal contesto economico, risulta attrarre da sempre l’universo imprenditoriale femminile è quello a cui fa riferimento l’insieme delle attività ricettive e di ristorazione, in cui troviamo circa il 7,9% (7.397 unità) delle imprese femminili toscane, per un peso relativo sul totale

del settore pari al 31,5%. Significativo risulta inoltre il ruolo delle imprenditrici anche nel settore agricolo che, con il 16,3% del totale delle posizioni femminili toscane, incidono sul complesso delle imprese agricole per il 31,3%.

Seguono su valori intermedi, in termini di incidenza femminile sul totale di settore, le attività riconducibili ai servizi alle imprese (23,5%), all'intermediazione monetaria e finanziaria (22,5%) ed al manifatturiero (20,6%), e che catturano, nel primo e nel terzo caso, una quota consistente delle imprese femminili operanti in regione (11,3% per i servizi alle imprese, 14,9% per il manifatturiero). Decisamente più modesta è infine la presenza relativa delle donne nei restanti settori, fra cui occorre ricordare la pesca, l'estrattivo, le *public utilities*, l'edilizia, i trasporti.

Alcuni approfondimenti settoriali

Al fine di comprendere meglio come l'universo imprenditoriale femminile si struttura in relazione ai diversi settori economici, riteniamo comunque opportuno produrre una disaggregazione di alcuni ambiti di attività che caratterizzano il contesto territoriale toscano.

Iniziando dal settore manifatturiero (tab. 1.7), che con circa 14.000 imprese femminili presenta una incidenza del 20,6% sul totale di settore, si osserva come siano il sistema moda ed il comparto della trasformazione alimentare a raccogliere il maggior numero di imprese di donne (rispettivamente, 7.378 e 1.454 unità), con i diversi segmenti produttivi del tessile-abbigliamento-calzature che raccolgono una quota che supera la metà del totale delle posizioni femminili registrate nel manifatturiero (52,9%). Anche per quanto riguarda l'incidenza delle imprese femminili sul totale di settore i comparti segnalati riportano inoltre i valori più elevati in ambito manifatturiero, con una punta nelle confezioni-abbigliamento (38,1%) ed una media del 30,1% per l'intero sistema moda.

Si tratta di segmenti imprenditoriali dove la penetrazione femminile è resa probabilmente più agevole, oltre che da fattori socio-culturali, anche da processi produttivi generalmente caratterizzati da più contenuti tassi di accumulazione e di investimento, e dove il frazionamento della filiera fra un elevato numero di micro-unità riduce le barriere all'entrata esistenti, consentendo alle donne di reperire più agevolmente le risorse necessarie per avviare un'attività.

A livello generale si deve peraltro osservare che non sembra possibile estendere la portata di queste considerazioni all'insieme dei vari comparti manifatturieri (tab 1.8), per lo meno nella misura in cui non emerge una chiara relazione inversa fra grado di partecipazione imprenditoriale femminile e dimensione media d'impresa (misurata in termini di addetti o di dipendenti).

Alcuni specifici comparti sembrano infatti rappresentare non trascurabili eccezioni rispetto alla precedente ipotesi esplicativa: è il caso ad esempio della meccanica di precisione, dei prodotti in metallo e dei prodotti in legno, dove la presenza di imprese femminili risulta limitata pur in presenza di dimensioni medie di impresa modeste, o del cartario, della gomma-plastica e della produzione di metalli, in cui una dimensione media d'impresa relativamente elevata si accompagna ad una non trascurabile presenza di imprese femminili. È allora lecito ritenere che altre motivazioni siano maggiormente in grado di determinare il livello di partecipazione femminile all'attività imprenditoriale,

ed in particolare che l'individuazione del settore di attività risulti condizionato anche dalla concreta possibilità di acquisire le competenze necessarie sotto il profilo tecnico-professionale e di gestione del relativo processo produttivo.

Tabella 1.7

Imprese registrate nel settore manifatturiero in Toscana

Valori assoluti, composizione % sul totale regionale ed incidenza % delle imprese femminili per comparto di attività (dati al 31-12-2004)

Attività economica (codice Ateco)	Imprese		Comp. %	Inc. %
	Femminili	Totale		
DA15 Industria alimentare	1.454	5.816	10,4	25,0
DA16 Industria del tabacco	1	7	0,0	14,3
DB17 Industrie tessili	2.695	9.176	19,3	29,4
DB18 Confezioni-abbigliamento	2.637	6.916	18,9	38,1
DC19 Cuoio-pelle-calzature	2.046	8.446	14,7	24,2
DD20 Industria del legno	389	3.977	2,8	9,8
DE21 Industria della carta	135	811	1,0	16,6
DE22 Editoria e stampa	444	2.395	3,2	18,5
DF23 Produzione coke e raffinerie	1	29	0,0	3,4
DG24 Industria chimica	88	701	0,6	12,6
DH25 Industria della gomma-plastica	136	817	1,0	16,6
DI26 Lavorazione minerali non met.	585	3.611	4,2	16,2
DJ27 Produzione di metalli	64	344	0,5	18,6
DJ28 Prodotti in metallo	716	6.863	5,1	10,4
DK29 Macchine e apparecchi mecc.	301	3.519	2,2	8,6
DL30 Macchine da ufficio ed elaborat.	21	201	0,2	10,4
DL31 Macchine e appar. elettronici	208	1.190	1,5	17,5
DL32 App. radiotel. e comunicazioni	68	452	0,5	15,0
DL33 App. medicali e di precisione	170	1.836	1,2	9,3
DM34 Autoveicoli e rimorchi	22	174	0,2	12,6
DM35 Altri mezzi di trasporto	97	1.167	0,7	8,3
DN36 Altre manifatturiere	1.621	8.932	11,6	18,1
DN37 Recupero e prep. riciclaggio	56	368	0,4	15,2
Totale	13.955	67.748	100,0	20,6

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tipicamente, infatti, queste competenze vengono spesso acquisite anche attraverso processi formativi *on-the-job*, attraverso cioè processi di apprendimento che si realizzano direttamente nei contesti di inserimento lavorativo, e che offrono nel tempo la possibilità al lavoratore o alla lavoratrice dipendente di acquisire le conoscenze necessarie per avviare una attività imprenditoriale in proprio. In effetti, se consideriamo la quota dell'occupazione dipendente detenuta dalla componente femminile (tab 1.9), otteniamo una graduatoria dei diversi comparti produttivi che vede ai vertici proprio quei settori che presentano anche una maggiore presenza di imprese femminili. Rispetto alla correlazione fra grado di imprenditorialità femminile e dimensione aziendale, inoltre, quella fra quota di imprenditorialità femminile e quota di occupazione dipendente femminile mostra livelli ben

più elevati (0,73), tendendo a ridimensionarsi in questo caso la portata dei casi “anomali” in precedenza segnalati segnalati.

Tabella 1.8

Partecipazione femminile al tessuto imprenditoriale e dimensioni d'impresa nel settore manifatturiero in Toscana

Incidenza % delle imprese femminili per comparto di attività (dati al 31-12-2004), addetti e dipendenti medi per impresa (dati al 2001)

Attività economica (codice Ateco)	Inc. %	Addetti	Dip.
DB18 Confezioni-abbigliamento	38,1	5,2	3,8
DB17 Industrie tessili	29,4	6,4	4,8
DA15 Industria alimentare	25,0	6,1	4,1
DC19 Cuoio-pelle-calzature	24,2	7,7	6,1
DJ27 Produzione di metalli	18,6	30,1	28,4
DE22 Editoria e stampa	18,5	5,4	3,7
DN36 Altre manifatturiere	18,1	5,1	3,5
DL31 Macchine e appar. elettronici	17,5	7,7	6,1
DH25 Industria della gomma-plastica	16,6	13,3	11,7
DE21 Industria della carta	16,6	17,9	16,3
DI26 Lavorazione minerali non met.	16,2	7,7	6,0
DN37 Recupero e prep. riciclaggio	15,2	6,7	5,1
DL32 App. radiotel. e comunicazioni	15,0	6,2	4,8
DA16 Industria del tabacco	14,3	30,6	28,6
DM34 Autoveicoli e rimorchi	12,6	66,7	65,2
DG24 Industria chimica	12,6	31,1	29,6
DL30 Macchine da ufficio ed elaboratori	10,4	10,0	8,6
DJ28 Prodotti in metallo	10,4	5,9	4,2
DD20 Industria del legno	9,8	3,4	1,9
DL33 App. medicali e di precisione	9,3	3,9	2,5
DK29 Macchine ed apparecchi meccan.	8,6	10,2	8,6
DM35 Altri mezzi di trasporto	8,3	15,1	13,6
DF23 Produzione coke e raffinerie	3,4	15,9	14,5
coefficiente di correlazione fra inc. % e addetti = -0,1990			
coefficiente di correlazione fra inc. % e dipendenti = -0,2024			
Totale	20,6	5,2	3,9

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview e Istat-Censimento Industria e Servizi 2001

In altri termini, la più elevata occupazione dipendente femminile esistente in certi comparti manifatturieri sembra aumentare in maniera significativa la probabilità delle donne di intraprendere una attività imprenditoriale in quegli stessi comparti (così come, viceversa, un più basso grado di occupazione sembra rappresentare una ulteriore barriera all'entrata sotto tale profilo), rappresentando anche in termini di evidenza empirica un fattore maggiormente esplicativo rispetto al precedente nello spiegare la propensione femminile all'esercizio di una data attività autonoma piuttosto di un'altra. In definitiva, anche questa

disaggregazione mostra come, pur all'interno di un settore che, come il manifatturiero, non sembra di per sé rappresentare un terreno particolarmente fertile per l'imprenditoria femminile, si ripresentino alcuni elementi di segregazione orizzontale cui si è in precedenza già fatto riferimento, e che possono trovare già a monte, nella segregazione orizzontale esistente in termini di occupazione dipendente, un fattore di determinante importanza.

Tabella 1.9

Dipendenti in imprese toscane del settore manifatturiero per genere e relazione con tasso di imprenditorialità femminile

Attività economica (codice Ateco)	Uomini	Donne	Totale	Dip. femm.	Impr. femm.
	valori ass. (dati al 2001)			(1) %	(2) %
DB18 Confezioni e abbigliamento	3.522	16.499	20.021	82,4	38,1
DB17 Industrie tessili	21.799	17.070	38.869	43,9	29,4
DA15 Industria alimentare	9.050	6.375	15.425	41,3	25,0
DC19 Cuoio, pelle e calzature	17.581	23.277	40.858	57,0	24,2
DJ27 Produzione di metalli	4.715	656	5.371	12,2	18,6
DE22 Editoria e stampa	4.181	2.294	6.475	35,4	18,5
DN36 Mobili e altre manifatturiere	14.082	8.671	22.753	38,1	18,1
DL31 Macchine e apparecchi elettron.	5.050	1.553	6.603	23,5	17,5
DH25 Industria della gomma-plastica	6.068	2.685	8.753	30,7	16,6
DE21 Industria della carta	7.656	1.529	9.185	16,6	16,6
DI26 Lav. minerali non metalliferi	13.078	3.342	16.420	20,4	16,2
DN37 Recupero e prep. per il riciclaggio	754	174	928	18,8	15,2
DL32 App. radiotel. e comunicazioni	1.734	959	2.693	35,6	15,0
DA16 Industria del tabacco	48	95	143	66,4	14,3
DM34 Autoveicoli e rimorchi	3.151	694	3.845	18,0	12,6
DG24 Industria chimica	8.826	3.679	12.505	29,4	12,6
DL30 Macch. da ufficio ed elaboratori	608	224	832	26,9	10,4
DJ28 Prodotti in metallo	18.528	3.795	22.323	17,0	10,4
DD20 Industria del legno	5.747	1.557	7.304	21,3	9,8
DL33 App. medicali e di precisione	2.749	1.065	3.814	27,9	9,3
DK29 Macch. e apparecchi meccanici	19.061	3.024	22.085	13,7	8,6
DM35 Altri mezzi di trasporto	6.523	1.361	7.884	17,3	8,3
DF23 Produzione di coke e raffinerie	304	45	349	12,9	3,4
coefficiente di correlazione fra dip. femm. e impr. femm. = 0,7308					
Totale	174.815	100.623	275.438	36,5	20,6

(1) Quota di occupazione dipendente femminile su totale.

(2) Quota di imprese femminili su totale (dati al 31-12-2004).

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Istat-CIS 2001 e Infocamere-StockView

Valutazioni analoghe sembrano potersi riproporre anche nel commercio dove, più che la certo non sorprendente prevalenza di imprese femminili nella distribuzione al dettaglio (ben tre imprese femminili su quattro operanti nel commercio), è significativa soprattutto l'incidenza all'interno del comparto delle imprese gestite da donne (37,6%), nettamente superiore rispetto a quanto rilevato nel commercio all'ingrosso e nel commercio

e riparazione di autoveicoli (tab. 1.10).

Interessante è infine la disaggregazione di quell'insieme di attività diversificate alle quali ci possiamo riferire sinteticamente e convenzionalmente con il termini di servizi alle imprese (attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali), all'interno delle quali è ricompreso un segmento significativo del terziario avanzato⁶ (tab. 1.11). Delle 10.590 imprese di donne che svolgono la propria attività in tale settore economico (l'11,3% delle imprese femminili toscane), il 46,1% si colloca all'interno del comparto delle attività immobiliari (4.884 posizioni registrate), con una incidenza sul relativo totale del 22,1%. Ancora più significativo è tuttavia osservare che 4.002 imprese femminili svolgono attività di tipo professionale ed imprenditoriale, variegato complesso di segmenti imprenditoriali che ricomprendono il campo delle consulenze legali, contabili, fiscali e commerciali, quello degli studi di mercato, di promozione pubblicitaria, fotografici, di architettura e di ingegneria, quello dei collaudi e delle analisi tecniche (certificazione di prodotti, processi e sistemi), dei servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale, di vigilanza e investigazione, di pulizia, di call center, di segreteria, di traduzione, di imballaggio/confezionamento per conto terzi, cosicché la presenza femminile, nell'analisi di questo spaccato, raggiunge il suo valore più alto (26,3%).

Tabella 1.10

Imprese registrate nel settore del commercio in Toscana

Valori assoluti, composizione % sul totale regionale ed incidenza % delle imprese femminili per settore di attività (dati al 31-12-2004)

Attività economica (codice Ateco)	Imprese		Comp. %	Inc. %
	Femminili	Totale		
G50 Comm. e ripar. di autov. e moto	1.026	11.040	3,6	9,3
G51 Commercio all'ingrosso	5.705	38.095	20,2	15,0
G52 Commercio al dettaglio	21.500	57.226	76,2	37,6
TOTALE	28.231	106.361	100,0	26,5

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

A fronte di un fenomeno di progressiva terziarizzazione del sistema economico regionale, dove è proprio il terziario avanzato a fruire maggiormente di questo clima di espansione, l'universo imprenditoriale femminile, come sembrano mostrare i numeri appena presentati, sembra aver reagito positivamente a tutti quegli impulsi provenienti da una domanda crescente di servizi ad alto valore aggiunto, attraverso l'ingresso di nuovi soggetti con un'alta preparazione professionale, carichi di motivazioni e contenuti, ed intenti ad abbattere quegli elementi discriminanti che in passato impedivano anche solo di

6 Fra le varie classificazioni e definizioni che cercano di delineare le caratteristiche del "terziario avanzato", ricordiamo a titolo esplicativo e certamente non esaustivo che alcuni autori "hanno cercato di delineare il terziario avanzato individuando le sue caratteristiche: c'è chi si è focalizzato sull'aspetto tecnologico e lo ha definito come «quell'insieme di attività che diffondono innovazione tecnologica» (Zanni L., 1999), altri hanno spiegato i servizi avanzati come «quelle attività di natura complessa, multidisciplinare e interdisciplinare, caratterizzate da prevalente contenuto intellettuale e richiedenti alta specializzazione professionale (Pontarollo E., Crosti A., 1990)»." (Cialdai M., 2002, p. 14)

intraprendere gran parte delle attività dei comparti appena analizzati.

Tabella 1.11

Imprese registrate nel settore dei servizi alle imprese in Toscana

Valori assoluti, composizione % sul totale regionale ed incidenza % delle imprese femminili per settore di attività (dati al 31-12-2004)

Attività economica (codice Ateco)	Imprese		Comp. %	Inc. %
	Femminili	Totale		
K70 Attività immobiliari	4.884	22.059	46,1	22,1
K71 Noleggio di macchinari	357	1.660	3,4	21,5
K72 Informatica e attività connesse	1.313	5.986	12,4	21,9
K73 Ricerca e sviluppo	34	223	0,3	15,2
K74 Altre attività prof.li e imprend.li	4.002	15.197	37,8	26,3
Totale	10.590	45.125	100,0	23,5

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Per quanto riguarda l'analisi disaggregata del settore dei servizi pubblici, sociali e alla persona si nota poi che l'83% delle 8.360 imprese di donne operanti in tale ambito (tab 1.12) svolge un'attività economica nel comparto delle "altre attività di servizi", aggregato eterogeneo che ricomprende l'insieme dei servizi alla persona, quali ad esempio parrucchieri e barbieri, manicure e pedicure, trattamenti estetici, centri per il benessere fisico, oltre a lavanderie e tintorie. Inoltre, sempre all'interno del comparto appena citato, l'incidenza femminile raggiunge in assoluto uno dei suoi valori massimi (60,5%), determinando a sua volta nella variabile aggregata di settore un valore pari al 47,7%.

Tabella 1.12

Imprese registrate nel settore degli "altri servizi" in Toscana

Valori assoluti, composizione % sul totale regionale ed incidenza % delle imprese femminili per settore di attività (dati al 31-12-2004)

Attività economica (codice Ateco)	Imprese		Comp. %	Inc. %
	Femminili	Totale		
O90 Smaltimento di rifiuti	50	378	0,6	13,2
O91 Attività delle org. associative	13	93	0,2	14,0
O92 Att. ricreative, culturali	1.348	5.560	16,1	24,2
O93 Altre attività dei servizi	6.949	11.495	83,1	60,5
Totale	8.360	17.526	100,0	47,7

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

1.3. La distribuzione territoriale delle imprese femminili

Andando ad analizzare lo spaccato per provincia della nostra regione sotto il profilo del tessuto imprenditoriale locale emerge una significativa variabilità degli aspetti

economici delle imprese femminili al variare del contesto territoriale di riferimento, fenomeno determinato dal variegato panorama di peculiarità sia economiche che socio-culturali che caratterizzano la realtà toscana. Pur non essendo obiettivo principale del presente lavoro l'approfondimento delle specifiche configurazioni che l'imprenditorialità femminile assume a livello locale, la lettura della distribuzione di tali imprese per provincia e per settore consente di cogliere i tratti salienti delle variabili prese in considerazione.

Prima di presentare brevemente, per ciascuna provincia, alcune delle specificità maggiormente caratteristiche del tessuto imprenditoriale femminile a livello locale, è tuttavia opportuno gettare una rapida visione d'insieme sulla localizzazione provinciale di tali imprese e sulla specializzazione economico-produttiva dei rispettivi insediamenti territoriali. Limitando l'analisi ai settori che presentano almeno una minima consistenza numerica (intendendo con ciò quelli che contano almeno 100 imprese per provincia), si possono in effetti evidenziare alcuni fatti stilizzati ed, in primo luogo, come nella maggior parte delle situazioni osservate sia il commercio a racchiudere la quota più elevata di imprese femminili a livello provinciale (App. Stat. tab. 1.B): i livelli massimi sono raggiunti da Massa Carrara e Livorno, con valori superiori al 38%, mentre Lucca, Pisa e Firenze si attestano al di sopra del 30%.

Le eccezioni a tale regola sono costituite da Grosseto e da Siena, dove prevale l'agricoltura (rispettivamente con il 43% ed il 26%), e da Prato, dove invece risulta prevalente la consistenza del settore manifatturiero (33%). Nel caso dell'agricoltura, una quota elevata sul totale provinciale si registra anche ad Arezzo (26%), valore sostanzialmente analogo al peso rilevato nella provincia per il commercio. Nel caso del manifatturiero, una presenza femminile di rilievo si osserva invece nei territori maggiormente caratterizzati da fenomeni di industrializzazione diffusa, ovvero dalle province di Pistoia, Arezzo e Firenze, con quote comprese fra il 15 ed il 20% del rispettivo al totale provinciale.

In alcune province ad elevata vocazione turistica (come Livorno, Lucca, Massa Carrara e Siena), inoltre, assume una rilevanza non trascurabile (superiore al 10%) anche il settore degli "alberghi-ristoranti", mentre realtà come Firenze e Prato esprimono una significativa presenza di aziende femminili nell'ambito dei servizi alle imprese (attorno al 15% del relativo totale provinciale), in conseguenza delle qualificate funzioni urbane e produttive che si addensano nell'Area Metropolitana Interna.

Se, tuttavia, passiamo a considerare l'incidenza delle imprese femminili all'interno di ciascun incrocio settore/provincia della matrice considerata (tab. 1.13), e dunque cerchiamo di cogliere per ciascuna provincia i settori caratterizzati da un tessuto imprenditoriale più aperto alla partecipazione femminile, la situazione cambia sensibilmente rispetto a quella precedentemente descritta. In questo caso, infatti, è negli "altri servizi sociali e alla persona" che l'incidenza delle imprese femminili esprime i suoi valori più elevati in ognuna delle realtà territoriali considerate (il *range* di valori passa infatti dal 42% di Livorno al 54% di Arezzo e Pistoia), con l'eccezione di Massa Carrara, dove l'incidenza relativa più elevata è invece raggiunta nell'agricoltura (49%). Si deve comunque sottolineare che la consistenza del settore degli "altri servizi" non supera in ogni caso una quota relativamente contenuta del tessuto imprenditoriale femminile provinciale, con un valore massimo raggiunto in questo caso da Lucca (11%),

Lo spazio occupato dall'imprenditoria femminile resta comunque forte più o meno ovunque anche nell'agricoltura, nel commercio e nel turismo, confermando

che, sebbene l'intensità del fenomeno possa variare anche sensibilmente da un contesto territoriale all'altro, rimangono nel complesso immutate nella disaggregazione considerata alcune caratteristiche di fondo già segnalate a livello regionale sotto il profilo considerato. Fra i restanti incroci settore/provincia maggiormente significativi, è infine da segnalare come l'incidenza delle imprese femminili rispetto al totale risulti particolarmente elevata a Grosseto nell'intermediazione finanziaria e nei servizi alle imprese (28% circa), a Prato, Pistoia ed Arezzo nel manifatturiero (attorno al 23%), a Livorno e Pisa nei trasporti (14%), a Livorno, Grosseto e Massa Carrara nelle costruzioni (circa il 6%).

Tabella 1.13

Imprese femminili registrate per settore di attività e provincia in Toscana al 31/12/2004

Ateco	AR	FI	GR	LI	LU	MS	PI	PT	PO	SI
<i>Valori assoluti</i>										
A+B Agr.-pesca	2.247	2.144	3.662	1.165	1.269	661	1.355	904	165	1.793
C Estr. minerali	4	2	6	2	10	15	1	0	0	1
D+E Manifatt.	1.525	4.146	452	632	1.145	521	1.233	1.400	2.217	692
F Costruzioni	200	570	203	268	276	193	280	233	232	204
G Commercio	2.265	6.927	1.957	3.253	3.238	2.051	2.971	2.104	1.703	1.762
H Alberghi-rist.	504	1.481	741	912	1.079	548	575	505	287	765
I Trasporti	125	351	83	251	192	88	182	108	128	85
J Credito	145	462	112	155	170	97	202	149	136	131
K Servizi impr.	652	3.364	563	903	1.160	428	942	839	1.137	602
M Istruzione	21	109	13	25	33	22	38	19	29	14
N Sanità	24	90	36	59	50	31	44	32	48	46
O+P Altri servizi	812	1.944	546	703	1.116	485	930	760	493	573
X+L Non class.	133	1.007	234	214	234	191	442	260	154	246
Totale	8.657	22.597	8.608	8.542	9.972	5.331	9.195	7.313	6.729	6.914
<i>Incidenza % imprese femminili su totale incrocio provincia/settore</i>										
A+B Agr.-pesca	28,7	29,5	34,2	36,0	34,3	48,6	30,2	22,4	24,9	29,4
C Estr. minerali	13,8	3,8	16,2	9,5	6,6	9,0	2,7	0,0	0,0	2,5
D+E Manifatt.	22,6	21,1	20,9	19,9	16,1	17,3	18,6	22,3	23,2	19,4
F Costruzioni	3,7	3,9	6,0	6,4	3,5	6,0	4,9	4,3	5,3	4,8
G Commercio	26,1	23,8	31,2	31,8	26,5	30,2	26,4	25,9	23,8	27,0
H Alberghi-rist.	29,2	27,4	37,8	32,7	32,5	38,0	30,4	30,3	30,7	33,2
I Trasporti	11,7	8,9	12,4	14,1	12,9	10,9	14,1	11,5	12,4	9,3
J Credito	19,6	21,2	27,5	23,8	21,3	24,4	23,4	23,8	22,9	22,8
K Servizi impr.	20,3	22,8	27,6	24,9	26,2	23,7	22,5	22,9	24,3	22,2
M Istruzione	24,7	26,3	24,5	29,8	30,3	34,4	31,1	32,2	33,0	24,1
N Sanità	30,8	29,9	46,8	48,8	38,2	40,8	40,7	41,0	45,3	45,1
O+P Altri servizi	54,4	45,4	45,7	42,0	47,0	46,0	51,0	54,1	46,3	49,3
X+L Non class.	18,9	16,0	21,9	17,5	21,1	18,5	18,0	21,7	20,5	19,7
Totale	22,9	20,9	28,6	26,0	22,3	25,1	22,5	21,8	21,7	23,4

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

A proposito delle specializzazioni territoriali sembra infine interessante

evidenziare, in primo luogo, come nei 120 incroci settore/provincia analizzati il *pattern* di specializzazione femminile ripercorra piuttosto fedelmente quello più generale del territorio di riferimento: dei 50 incroci dove esiste una specializzazione locale, infatti, 41 mostrano anche una corrispondente specializzazione femminile, mentre nei 70 incroci di de-specializzazione esiste un analogo fenomeno di de-specializzazione femminile in 57 casi. Il secondo e più interessante aspetto riguarda però il fatto che, in un numero non trascurabile di casi, la specializzazione/de-specializzazione locale sembra accentuarsi nel caso dell'imprenditoria femminile: dei 50 incroci di specializzazione locale, infatti, 31 evidenziano un indice di specializzazione femminile ancora più elevato rispetto a quello generale, mentre nei 70 di de-specializzazione quella femminile si colloca su livelli inferiori in 39 casi. Ciò sembra tendenzialmente indicare che, nei diversi contesti territoriali, la partecipazione della componente femminile al tessuto imprenditoriale locale trae uno specifico beneficio dall'allargamento delle opportunità offerte dai relativi settori di specializzazione, accentuandone al contempo i caratteri di specializzazione o di de-specializzazione.

Alcuni dettagli provinciali

Ciò premesso, di seguito ci soffermiamo comunque caso per caso in termini maggiormente analitici sul ruolo che l'imprenditoria femminile è riuscita a ritagliarsi nei diversi sistemi economici provinciali.

Arezzo. La provincia si caratterizza per l'elevata concentrazione intraprovinciale nel settore dell'agricoltura, dove il 26% delle imprese femminili (in assoluto 2.246 posizioni) svolge infatti un'attività in tale settore, rappresentando a sua volta il 15% delle toscane, ed incidendo sul rispettivo tessuto imprenditoriale settoriale per una misura del 29%. Il valore espresso dal settore del commercio (con il 26% delle imprese femminili aretine, pari a 2.265 unità) è analogo a quello appena osservato nell'agricoltura, anche se l'incidenza femminile sul rispettivo totale provinciale di settore risulta di quasi tre punti inferiore (26%) rispetto a questo. Il manifatturiero aretino, che annovera 1.525 imprese (il 18% delle imprese femminili aretine), risulta infine uno dei più femminilizzati della Toscana, con una incidenza femminile sul totale provinciale di settore pari al 23%.

Firenze. La misura in cui le imprese femminili toscane si localizzano all'interno del capoluogo regionale è significativamente elevato per la quasi totalità delle classificazioni economiche considerate (in media, quasi una su quattro), oscillando comunque in misura non trascurabile da un settore all'altro. In particolare, fra i settori cui corrisponde un numero significativamente elevato di registrazioni, è opportuno citare i casi del commercio, del manifatturiero e dei servizi alle imprese, dove la provincia contribuisce rispettivamente per il 25% (in assoluto, 6.927 unità), il 30% (4.145 unità) ed il 32% (3.364 unità) alle imprese femminili toscane. Tuttavia, a fronte dell'innegabile ruolo-guida esercitato in tal senso dal capoluogo, si nota altresì che alle imprenditrici è ancora riservato un ruolo tutto sommato marginale in quasi tutti i settori, qualora se ne analizzi la consistenza rispetto al complessivo tessuto imprenditoriale provinciale in termini comparati. Sotto tale profilo, infatti, l'incidenza

femminile presenta valori che, soprattutto nel terziario, risultano fra i più bassi a livello provinciale, con particolare riferimento a commercio, alberghi-ristoranti e trasporti.

Grosseto. A conferma della propria forte vocazione agricola, anche il fenomeno dell'imprenditoria femminile tende a caratterizzarsi fortemente nella provincia di Grosseto per l'addensamento di unità operative in tale settore di attività. Infatti, ben il 42% delle imprese grossetane di donne (3.646 aziende, il 24% delle agricole toscane) esercita una attività del tipo considerato, con una incidenza femminile rispetto al totale delle imprese grossetane registrate in agricoltura (34%) che, pur essendo superiore al valore medio regionale, non è comunque il più elevato tra quelli osservati fra le provincie toscane. Oltre che alla stessa produzione agricola è inoltre noto che le opportunità offerte dall'ambiente rurale grossetano risultano strettamente connesse, sia in termini di sviluppo che di profitto, anche alla valorizzazione del patrimonio naturalistico, ad esempio in strutture ricettive di tipo agriturismo. Il secondo settore per numerosità di posizioni femminili è il commercio, con una quota del 23% del complesso delle imprese della provincia, tanto che i due settori considerati (agricoltura e commercio) coprono da soli circa una impresa femminile su tre nella provincia in questione. Fra gli altri ambiti di attività va comunque evidenziato che Grosseto, in termini di tassi di femminilizzazione (rapporto fra imprese femminili e imprese totali), presenta il secondo valore nell'alberghiero e ristorazione (38%), a conferma come detto della propria crescente vocazione turistica, e la misura regionale più elevata nei settori dei servizi alle imprese (28%) e dell'intermediazione monetaria e finanziaria (27%).

Livorno. Anche in questo caso, come per Grosseto, la provincia si caratterizza per una elevata femminilizzazione delle proprie ripartizioni economiche a livello settoriale. Si distinguono a tal proposito i settori dell'agricoltura (36%, con una percentuale di imprese femminili sul totale delle imprese femminili livornesi pari al 14%), dei servizi alle imprese (rispettivamente, 25% e 11%), delle attività ricettive e di ristorazione (33% e 11%) ed infine il settore del commercio (32% e 38%), settore in cui si concentra dunque il maggior numero di imprese di donne del territorio considerato (3.253). Inoltre, sempre nel settore del commercio, si registra un quota di imprese localizzate nella provincia seconda solo alla provincia di Firenze, e pari a quello di Lucca: il 12% delle imprese femminili toscane che svolgono un'attività commerciale sono infatti livornesi.

Lucca. Come abbiamo già avuto modo di affermare, la provincia di Lucca presenta il secondo valore di iscrizioni femminili fra le province toscane (9.972 imprese, in termini percentuali l'11% del totale delle imprese a conduzione femminile toscane). Il settore che vanta il maggior numero di registrazioni è il commercio (il 32% delle imprese lucchesi) che, con un analogo grado di localizzazione provinciale (in rapporto cioè al totale regionale del settore considerato) fatto registrare dalla provincia di Livorno, presenta un tasso di femminilizzazione pari al 27%. Il secondo settore al femminile è quello agricolo, con il 13% delle imprese femminili provinciali ed un'incidenza femminile (35%) superiore di tre punti rispetto al valore medio regionale. Infine è opportuno evidenziare anche in questo caso il settore dei servizi alle imprese che, con una quota di imprese localizzate in provincia (11%) inferiore solo a quella di Firenze ed un tasso di femminilizzazione pari al 26%, vede registrate 1.160 imprese di donne.

Massa Carrara. In termini assoluti, la provincia di Massa Carrara presenta la più bassa numerosità di imprese femminili registrate, dal momento che solo il 6% (5.331 imprese) delle imprese a conduzione femminile toscane si localizza nella provincia. Tuttavia, come mostrato in precedenza, ad una limitata quota di imprese iscritte non corrisponde necessariamente un basso tasso di femminilizzazione del sistema economico provinciale, e Massa Carrara si distingue infatti per i più elevati tassi di incidenza femminile nei settori dell'agricoltura (secondo settore al femminile della provincia con 660 posizioni registrate), in cui addirittura circa la metà delle imprese (49%) è a conduzione femminile, e della ristorazione e della ricettività alberghiera ed extra-alberghiera, con una incidenza femminile del 38% (per 548 imprese). Di grande rilievo sono inoltre le attività commerciali, che costituiscono il primo settore al femminile della provincia, con ben 2.051 unità complessivamente registrate: in questo caso l'incidenza di imprese di donne (30%), pur collocandosi ben al di sopra del valore medio regionale, non raggiunge tuttavia il primato tra le province toscane, risultando di poco al di sotto dei valori di Grosseto e Livorno. In considerazione della presenza nel territorio del distretto lapideo apuano è infine opportuno evidenziare il caso delle attività estrattive che, malgrado l'esiguità numerica delle imprese femminili registrate in provincia (15 posizioni), contribuiscono per il 37% alle imprese femminili toscane operanti in tale ambito.

Pisa. Nella provincia si localizza un totale di 9.195 imprese femminili, collocando Pisa al terzo posto fra le province toscane per numerosità di registrazioni. La distribuzione delle imprese femminili per settore di attività colloca il 32% delle imprese pisane nel settore del commercio, il 15% nel settore agricolo, il 13% nel settore manifatturiero ed un ulteriore 10% nelle attività legate ai servizi alle imprese. Nei vari ambiti economici, in termini di partecipazione femminile al tessuto imprenditoriale, si registrano generalmente valori riconducibili ai valori medi regionali, ad eccezione del settore dei trasporti dove Pisa detiene, insieme a Livorno, i tassi più elevati (14% e 2,7 punti percentuali in più rispetto alla media regionale): l'importante polo infrastrutturale regionale, che ruota attorno all'aeroporto pisano ed al porto livornese, sembra così favorire non soltanto lo sviluppo di attività logistiche in senso lato, ma creare anche le condizioni per un più ampio accesso all'imprenditorialità della componente femminile.

Pistoia. Mentre ancora una volta la più grossa fetta di aziende di donne si concentra nel commercio, con il 29% delle imprese pistoiesi, il secondo settore al femminile è in questo caso costituito dal manifatturiero (in termini assoluti si tratta di 1.400 posizioni, per un contributo al tessuto imprenditoriale locale pari al 19%). Nel manifatturiero, Pistoia vanta così uno dei più elevati tassi di femminilizzazione (22%), collocandosi circa 2 punti al di sopra della media regionale e leggermente al di sotto solo dei valori raggiunti da Prato e da Arezzo. Da osservare infine come il terzo settore al femminile sia costituito, a livello locale, da quello agricolo (902 posizioni), contribuendo per il 12% all'insieme delle imprese femminili complessivamente registrate a Pistoia ed evidenziando tuttavia una partecipazione femminile al tessuto imprenditoriale dello specifico ambito economico considerato piuttosto limitata (22%) se comparata a quella delle altre province toscane.

Prato. In considerazione delle ben note peculiarità della struttura economica della provincia,

in cui la produzione tessile funge da traino per l'intera economia locale, la distribuzione per settore di attività delle imprese di donne presenta nell'area una particolarità legata al fatto che il primo settore al femminile risulta in questo caso il manifatturiero, con una concentrazione sul totale provinciale del 33% ed una quota di imprese sul totale delle toscane seconda solo alla provincia capoluogo. Sempre con riferimento al grado di localizzazione provinciale risulta inoltre come anche nel settore dei servizi alle imprese Prato presenti valori inferiori soltanto a quelli di Firenze e, di poco, a quelli di Lucca. Significativa è così l'incidenza femminile relativa ai suddetti settori, dove la partecipazione delle imprese di donne è pari rispettivamente al 23% per il manifatturiero (la più elevata in Toscana in questo ambito), ed al 24% per i servizi alle imprese. In termini assoluti, il secondo settore per presenze femminili resta comunque il commercio (1.703 posizioni), con il 25% del complesso delle registrazioni pratesi di imprese femminili.

Siena. Nella provincia di Siena l'agricoltura torna a giocare, in termini di registrazioni di imprese femminili, un ruolo importante, sicuramente perché legato alle caratteristiche territoriali ed imprenditoriali più in generale riscontrate anche nelle province di Arezzo e Grosseto. L'agricoltura senese annovera infatti 1.793 imprese femminili, il primo settore al femminile della provincia in termini assoluti (con il 26% delle posizioni complessivamente registrate in tale ambito) pur non esprimendo un tasso di femminilizzazione (29%) particolarmente elevato se confrontato con quello delle altre province toscane. Secondo settore al femminile, con un numero di imprese di poco inferiore a quello agricolo, è poi il commercio (1.762 posizioni, pari al 25% delle senesi). In termini di partecipazione femminile si distingue tuttavia soprattutto il settore dei servizi alberghieri e della ristorazione, dove le 765 imprese registrate contribuiscono per il 33% (valore inferiore solo a quelli di Massa Carrara e di Grosseto) al tessuto imprenditoriale attivo in tale ambito a livello locale.

1.4. Le forme giuridiche d'impresa

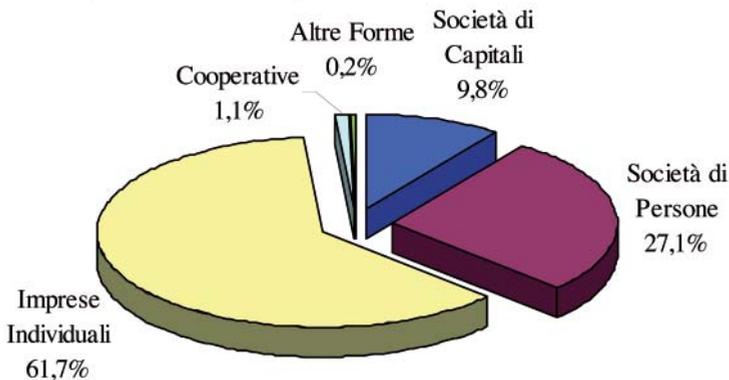
Tanto a livello nazionale come a quello regionale, la forma giuridica prevalentemente adottata dalle imprese femminili è costituita dalla ditta individuale (graf. 1.7), anche se in Toscana la diffusione del fenomeno appare meno accentuata rispetto al resto del territorio italiano (61,7% contro il 64,9%). Fra le altre tipologie imprenditoriali, una quota rilevante è occupata dalle società di persone, con una incidenza (27,1%) che in questo caso è invece sensibilmente superiore rispetto alla media nazionale (23,3%). In linea con il resto del territorio italiano è la diffusione delle società di capitali (9,8%), mentre decisamente più limitata appare quella delle società cooperative (1,1% contro l'1,8% dell'Italia).

Premesso che, per le definizioni date in premessa, le imprese individuali di donne sono ad esclusiva presenza femminile (App. Stat. tab. 1.C), si osserva innanzitutto che nel passaggio verso tipologie giuridiche più complesse questa incidenza tende gradualmente a diminuire (società di persone 84%, società di capitali 70%, società cooperative 55%), mentre aumenta parallelamente l'incidenza della partecipazione femminile forte (società di persone 16%, società di capitali 22%, società cooperative 41%) o maggioritaria (società di capitali 8%, società cooperative 4%). Più interessante, tuttavia, è soprattutto il fatto che,

per lo meno con riferimento alle forme societarie di persone o di capitali, l'incidenza delle imprese ad esclusiva presenza femminile è in Toscana significativamente inferiore rispetto al resto del territorio italiano, mentre aumenta parallelamente la quota di forme societarie dove la presenza femminile resta pur sempre forte ancorché non esclusiva. Questo aspetto sembra così indicare che, in Toscana, le imprese di donne che si costituiscono con strutture giuridiche maggiormente complesse riescono più spesso a beneficiare di alcuni tratti distintivi di tali forme, fra cui rientra appunto la possibilità di costituire una compagine societaria più articolata e più frequentemente aperta, sotto il profilo qui considerato, anche ad una non trascurabile presenza maschile.

Grafico 1.7

Imprese femminili per forma giuridica in Toscana
 Composizione % (dati al 31-12-2004)



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Le forme giuridiche adottate dalle imprese femminili toscane appaiono comunque meno “robuste” rispetto a quelle cui fanno ricorso le imprese non femminili (tab. 1.14). In queste ultime, infatti, la quota di ditte individuali scende di quasi dieci punti percentuali (da 61,7 a 52,2%) e quella delle società di persone di circa tre (da 27,1 a 23,9%), a tutto beneficio soprattutto delle società di capitali (che passano dal 9,8% delle femminili al 21,1% delle non femminili). È tuttavia opportuno evidenziare che questa minore “complessità” strutturale ed organizzativa discende non tanto da una maggiore presenza relativa delle imprese femminili nei settori caratterizzati da forme giuridiche più “semplici”, quanto piuttosto da un fenomeno di de-strutturazione che sembra trasversale a tutti i principali settori di attività economica.

L'analisi per macrosettori mostra ad esempio che l'incidenza delle aziende individuali è sistematicamente superiore nelle imprese femminili in tutti gli aggregati considerati, mentre quella delle società di persone è, viceversa, costantemente inferiore. L'unica limitata, anche se per certi versi sorprendente, eccezione a tale regola è rappresentata dall'edilizia, dove le imprese femminili presentano una quota di società di capitali che è praticamente doppia rispetto a quella delle imprese non femminili, ed una quota di ditte individuali che è al contrario pari a circa un terzo delle stesse. Si deve al tempo stesso sottolineare come quello delle

costruzioni costituisca un settore numericamente marginale per l'imprenditoria femminile (solo il 2,8% del totale), diversamente da quanto si può osservare nel resto dell'economia regionale (17,6%), e dunque con una capacità di incidere limitata sulle tendenze generali dell'imprenditoria femminile. In definitiva, l'edilizia si contraddistingue per essere un settore di difficile accesso alle donne sotto il profilo imprenditoriale, ma dove la presenza delle stesse, nei casi in cui è stata in grado di affermarsi, si è espressa in maniera particolarmente qualificata sotto il profilo della struttura aziendale adottata.

Tabella 1.14

Imprese registrate in Toscana per natura giuridica, macrosettore di attività e genere

Dati al 31-12-2004

Attività economica	Forme giuridiche (valori %)				Totale	v. ass.	%
	Società capitali	Società persone	Imprese individ.	Altre forme			
<i>Imprese femminili</i>							
Agricoltura e pesca	0,9	6,8	91,9	0,3	100,0	15.365	16,4
Industria in s.s.	13,3	30,2	55,7	0,8	100,0	14.004	14,9
Edilizia	21,5	49,2	26,7	2,6	100,0	2.659	2,8
Commercio e pubblici e	7,1	28,6	64,0	0,2	100,0	35.628	38,0
Altri servizi	12,5	30,3	53,8	3,4	100,0	23.088	24,6
N.c.	39,2	52,6	2,6	5,6	100,0	3.114	3,3
Totale	9,8	27,1	61,7	1,4	100,0	93.858	100,0
<i>Imprese non femminili</i>							
Agricoltura e pesca	2,9	9,9	85,2	1,9	100,0	34.021	10,8
Industria in s.s.	28,3	30,0	40,5	1,2	100,0	54.447	17,2
Edilizia	11,0	14,0	72,9	2,1	100,0	55.719	17,6
Commercio e pubblici e	17,4	29,0	52,5	1,0	100,0	94.187	29,8
Altri servizi	32,1	24,2	37,2	6,4	100,0	63.645	20,1
N.c.	51,8	36,8	1,1	10,2	100,0	13.961	4,4
Totale	21,1	23,9	52,2	2,8	100,0	315.980	100,0

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Fra gli altri macrosettori, il *deficit* di strutturazione rilevato nelle imprese femminili risulta invece particolarmente elevato sia nel caso dei servizi che nell'industria. Con riferimento ai diversi comparti manifatturieri (tab. 1.15), del resto, una analisi analoga a quella precedente conferma come nella maggior parte dei casi le imprese di donne siano più frequentemente ditte individuali, e questo soprattutto in quei settori di industrializzazione leggera (alimentari, moda) che rappresentano non soltanto i settori di tradizionale specializzazione produttiva regionale, ma anche quelli dove l'imprenditoria femminile ha più spesso trovato sbocchi per le proprie iniziative. Tutto ciò sembra così dimostrare come la più elevata incidenza delle ditte individuali fra le imprese femminili dipenda non tanto (o non soltanto) dalle caratteristiche dei settori economici maggiormente presidiati, esistendo generalmente, a parità di settore, un "di più" rispetto alle imprese non femminili riconducibile verosimilmente ad un più difficile accesso alle risorse necessarie, con un conseguente effetto di "sottocapitalizzazione" e di de-strutturazione.

Tabella 1.15

Imprese manifatturiere registrate in Toscana per forma giuridica, comparto di attività e genere
 Dati al 31-12-2004

Attività economica	Forme giuridiche (valori %)				Totale	Totale	
	Società capitali	Società persone	Imprese individ.	Altre forme		v.ass.	%
<i>Imprese femminili</i>							
Alimentari (DA15-16)	6,3	37,1	55,9	0,7	100,0	1.455	10,4
Tessile (DB17)	12,7	25,8	61,3	0,3	100,0	2.695	19,3
Confezioni (DB18)	11,6	17,5	69,9	1,1	100,0	2.637	18,9
Cuoio-calzature (DC19)	10,7	29,2	59,3	0,8	100,0	2.046	14,7
Legno (DD20)	12,9	35,2	51,2	0,8	100,0	389	2,8
Carta (DE21)	29,6	40,0	27,4	3,0	100,0	135	1,0
Editoria e stampa (DE22)	15,3	33,8	47,7	3,2	100,0	444	3,2
Chimica (DG24)	40,9	34,1	23,9	1,1	100,0	88	0,6
Gomma-plastica (DH25)	30,1	37,5	30,1	2,2	100,0	136	1,0
Minerali non met. (DI26)	19,7	35,2	44,4	0,7	100,0	585	4,2
Metalli (DJ27-28)	17,3	49,7	31,7	1,3	100,0	780	5,6
Meccanica (DK29)	24,9	55,8	18,6	0,7	100,0	301	2,2
Elettronica (DL30-31-32)	17,8	34,3	45,8	2,0	100,0	297	2,1
Meccanica precis. (DL33)	13,5	46,5	40,0	0,0	100,0	170	1,2
Mezzi trasporto (DM34-35)	27,7	41,2	30,3	0,8	100,0	119	0,9
Altre (DN36-37 e DF23)	12,6	29,7	57,2	0,4	100,0	1.678	12,0
Totale	13,2	30,1	55,8	0,8	100,0	13.955	100,0
<i>Imprese non femminili</i>							
Alimentari (DA15-16)	15,2	45,4	37,1	2,3	100,0	4.368	8,1
Tessile (DB17)	38,2	31,6	29,9	0,2	100,0	6.481	12,0
Confezioni (DB18)	29,7	21,2	48,7	0,4	100,0	4.279	8,0
Cuoio-calzature (DC19)	28,1	29,8	41,8	0,3	100,0	6.400	11,9
Legno (DD20)	8,5	30,6	60,3	0,6	100,0	3.588	6,7
Carta (DE21)	53,1	31,4	14,2	1,3	100,0	676	1,3
Editoria e stampa (DE22)	32,0	32,2	29,9	5,9	100,0	1.951	3,6
Chimica (DG24)	68,8	20,9	9,3	1,0	100,0	613	1,1
Gomma-plastica (DH25)	50,1	30,7	18,5	0,7	100,0	681	1,3
Minerali non met. (DI26)	32,4	32,0	33,2	2,4	100,0	3.026	5,6
Metalli (DJ27-28)	21,7	31,1	46,3	0,9	100,0	6.427	11,9
Meccanica (DK29)	34,3	23,6	41,5	0,7	100,0	3.218	6,0
Elettronica (DL30-31-32)	41,3	24,8	33,1	0,9	100,0	1.546	2,9
Meccanica precis. (DL33)	14,4	24,9	60,1	0,6	100,0	1.666	3,1
Mezzi trasporto (DM34-35)	35,4	19,6	42,8	2,1	100,0	1.222	2,3
Altre (DN36-37 e DF23)	25,8	30,2	43,4	0,6	100,0	7.651	14,2
Totale	27,9	30,1	40,9	1,0	100,0	53.793	100,0

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Al tempo stesso, l'analisi per comparti manifatturieri conferma un altro aspetto, già messo in luce nell'analisi per macro-settori. Anche in questo caso, infatti, vi sono alcune isolate eccezioni alla regola generale, rappresentate nello specifico dai comparti del legno, dei metalli, della meccanica, della meccanica di precisione e dei mezzi di trasporto, in cui le imprese femminili hanno una maggiore quota di società di capitali e di persone (nel legno) o di società *tout court* (negli altri). Ciò che è interessante, in questi casi, è che la strutturazione osservata si accompagna ai più bassi indici di specializzazione manifatturiera da parte dell'imprenditoria femminile (in tutti i casi non supera il livello di 0,5), così come in precedenza lo era l'edilizia fra i macro-settori (in quel caso l'indice di specializzazione scendeva addirittura al livello di 0,2). In altre parole, le più elevate barriere all'entrata esistenti in certi ambiti di attività nei confronti delle imprese di donne sembra agire nel senso di operare anche una più spinta selezione delle relative strutture aziendali: la più elevata difficoltà di accesso alle imprese femminili, in certi settori, si accompagna pertanto alla necessità per queste di dotarsi di realtà aziendali mediamente più strutturate delle altre, quasi a dover garantire in tal modo una maggior capacità imprenditoriale nei confronti dell'ambiente economico circostante.

1.5. *Il profilo delle imprenditrici toscane*

Se, fino a questo momento, i dati presentati hanno avuto per oggetto il complesso delle imprese iscritte ai registri camerali, in questo paragrafo l'analisi riguarderà l'insieme delle persone che risultano titolari di una carica all'interno delle stesse imprese in precedenza considerate. Se accettiamo come valida l'ipotesi che questo insieme rappresenti con sufficiente approssimazione il nucleo imprenditoriale delle imprese cui le singole persone fanno riferimento, in base al criterio citato sarà così possibile sviluppare alcuni aspetti di analisi legati, in particolare, al ruolo ricoperto dalle donne all'interno dei vari assetti imprenditoriali, ad ai caratteri dell'età e della nazionalità.

Le donne che ricoprono cariche aziendali sono, in Toscana, quasi 200.000 (tab. 1.16 e App. Stat. tab. 1.D),⁷ costituendo dunque il 27,6% dei soggetti imprenditoriali. È questa, come si vede, una incidenza superiore di quasi cinque punti percentuali a quella riferita alle imprese femminili, ciò che mostra dunque una più ampia partecipazione delle donne alla "comunità" imprenditoriale rispetto a quella fin qui analizzata con riferimento alle sole realtà aziendali dove la presenza femminile è maggioritaria.

Questo aspetto, peraltro, accomuna la Toscana a tutte le altre realtà territoriali analizzate e mostra i differenziali più elevati proprio nel Nord del Paese, contribuendo a riequilibrare quel tasso di incidenza femminile che, nel caso delle imprese, mostrava invece valori più elevati al Sud. In definitiva, il contributo delle donne al tessuto imprenditoriale italiano non sembra mostrare sotto questo profilo caratterizzazioni territoriali altrettanto significative, definendo un quadro più omogeneo rispetto a quello in precedenza analizzate: ciò rafforza così ulteriormente le considerazioni già svolte riguardo al fatto che la maggiore diffusione di imprese femminili in alcune aree del Paese è tendenzialmente determinata

⁷ In realtà questo valore risulta sovrastimato rispetto all'entità reale del fenomeno, includendo delle duplicazioni la cui entità non è tuttavia ricostruibile sulla base dell'archivio analizzato. Si è tuttavia ritenuto opportuno riportare le informazioni disponibili in quanto consentono di derivare interessanti indicazioni al riguardo. Per maggiori precisazioni, si veda comunque quanto riportato in premessa.

più da fattori di debolezza strutturale delle economie locali interessate che da una reale capacità delle donne di superare, in quei contesti territoriali, il divario di genere che ne penalizza la capacità di avviare una propria iniziativa imprenditoriale.

Anche in Toscana, l'analisi provinciale offre una conferma a questo quadro interpretativo: malgrado l'incidenza femminile, in termini di persone con cariche aziendali, veda ancora in testa alla graduatoria Grosseto e Livorno (con oltre il 30%), si deve osservare come la variabilità del fenomeno sia in questo caso nettamente inferiore rispetto a quella già analizzata in termini di imprese, con i valori minimi (Firenze, Pistoia e Prato) che risultano adesso inferiori rispetto ai valori più elevati di non più di quattro punti percentuali. Inoltre, le province dove l'incidenza femminile presenta un differenziale più marcato fra persone ed imprese sono nell'ordine quelle di Firenze, Lucca, Prato, Pistoia, Siena ed Arezzo, che costituiscono cioè tutta quella Toscana Interna (con l'aggiunta di Lucca) dove è ancora concentrata la maggior parte del potenziale economico-produttivo e della ricchezza regionale.

Tabella 1.16

Persone con cariche in impresa per regione italiana, provincia toscana e genere

Dati al 31-12-2004

Regione	Uomini	Donne	Totale	Donne su Impr. femm.	
				totale	su totale
valori assoluti			valori %		
Toscana	509.637	194.137	703.774	27,6	22,9
Arezzo	45.017	17.158	62.175	27,6	22,9
Firenze	141.160	50.913	192.073	26,5	20,9
Grosseto	32.905	14.445	47.350	30,5	28,6
Livorno	38.104	16.528	54.632	30,3	26,0
Lucca	54.662	20.910	75.572	27,7	22,3
Massa C.	26.067	10.456	36.523	28,6	25,1
Pisa	50.616	18.499	69.115	26,8	22,5
Pistoia	40.584	14.749	55.333	26,7	21,8
Prato	42.124	15.496	57.620	26,9	21,7
Siena	38.398	14.983	53.381	28,1	23,4
Emilia R.	601.244	213.366	814.610	26,2	19,6
Lombardia	1.338.730	429.522	1.768.252	24,3	19,8
Marche	205.607	75.191	280.798	26,8	23,1
Piemonte	544.593	225.646	770.239	29,3	23,5
Veneto	638.053	214.026	852.079	25,1	20,6
Nord-Ovest	2.099.584	746.405	2.845.989	26,2	21,5
Nord-Est	1.521.028	522.983	2.044.011	25,6	20,4
Centro	1.474.521	535.005	2.009.526	26,6	23,0
Sud e Isole	2.156.629	776.077	2.932.706	26,5	25,1
Totale	7.251.762	2.580.470	9.832.232	26,2	22,8

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Ciò detto, resta il fatto che la Toscana presenta comunque una quota di donne con cariche aziendali al di sopra non soltanto della media italiana, ma anche di tutte le macro-

ripartizioni territoriali nazionali (anche di quelle del Centro-Sud, a differenza di quanto visto in precedenza per le imprese) e di tutte le regioni benchmark (con l'eccezione del Piemonte). Ciò sembra definire, pertanto, un quadro che appare più favorevole che altrove allo sviluppo dell'imprenditoria femminile, non soltanto o non tanto mediante l'avvio di iniziative che possano ritenersi "femminili" alla luce dei parametri riportati in premessa, quanto piuttosto attraverso una più frequente occupazione di spazi e ruoli imprenditoriali anche all'interno di imprese non femminili.

A questo proposito, da una prima lettura dei dati emerge come la distribuzione delle persone per tipo di carica rivestita all'interno dell'impresa presenti, nella nostra regione, alcune significative differenze di genere (tab. 1.17 e graf. 1.8) anche se, come si vedrà meglio nel capitolo successivo, la dinamica assunta nel corso degli ultimi anni dal fenomeno considerato mostra caratteristiche diverse rispetto ad una analisi di tipo statico, che è invece oggetto del presente paragrafo. Da quest'ultimo punto di vista, infatti, la carica femminile che alla fine del 2004 vantava la frequenza più elevata in Toscana risultava essere quella di "socio" (62.105 posizioni, pari al 32,0% del totale delle donne titolari di cariche in impresa), diffusione assai superiore rispetto a quella che la stessa carica assume fra gli uomini (19,5%). In Toscana, comunque, quasi il 40% dei soci è costituito da donne, valore leggermente inferiore rispetto a quanto osservato a livello nazionale.

Andando ad esaminare più nel dettaglio questo dato si osserva che la quasi totalità delle socie rivestono tale carica in società di persone, in particolare in società in nome collettivo (55% dei casi) e quali socie accomandanti di società in accomandita semplice (39%)⁸. A questo proposito si deve rilevare come, in base alla normativa che disciplina le società in nome collettivo (artt. 2291-2312 c. c.), l'assunzione della carica di socio all'interno di tali tipologie giuridiche possa di per sé comportare (salvo che venga diversamente disposto dai soci stessi) responsabilità dirette sotto il profilo decisionale nella gestione aziendale, ruolo sicuramente di maggior rilievo rispetto a quello assunto dalle socie accomandanti, la cui funzione consiste generalmente nel conferire una quota del capitale sociale.

In termini assoluti, su livelli analoghi a quello delle socie si colloca il numero di amministratrici registrate (62.029 posizioni), con uno scarto appena percettibile rispetto alle prime (solo 76 posizioni in meno) e, come vedremo nel prossimo capitolo, con un trend in forte espansione e superiore a quello delle altre tipologie di cariche. Malgrado ciò, le posizioni di amministratore occupate da donne restano numericamente circa un terzo di quelle maschili, cosicché l'incidenza relativa della figura di amministratore è fra le donne inferiore rispetto a quanto sia possibile riscontrare fra gli uomini (32% contro il 37%). Considerata la valenza strategico-decisionale della carica all'interno di un'attività imprenditoriale, sembra dunque possibile affermare che in tale ambito il gap esistente tra i due sessi (così come nel caso della figura di titolare) è ancora palpabile, e che la partecipazione alla gestione aziendale vede coinvolte più frequentemente le donne soprattutto nei casi in cui esse siano socie dell'azienda (in particolare, come visto, di società in nome collettivo).

La terza carica al femminile, nella nostra regione è, invece, quella di titolare in ditte individuali (57.929 posizioni), la cui incidenza è tuttavia anche in questo caso, come già riscontrato per quella di amministratore, leggermente inferiore a quella maschile (29,8% invece del 32,4%). La diffusione di questa carica può essere ricondotta agli aspetti socio-

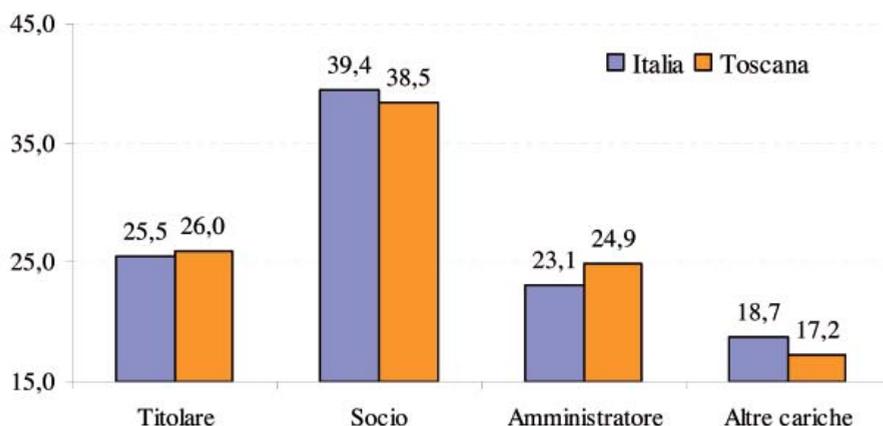
⁸ Per gli uomini, questi valori salgono al 67% nel caso delle società in nome collettivo, e scendono al 25% nel caso delle società in accomandita semplice.

economici del nostro tessuto imprenditoriale, già brevemente richiamati in precedenza, ed è opportuno evidenziare come la quota di titolari costituita da donne sia comunque leggermente superiore rispetto alla media nazionale (26,0% contro il 25,5%), analogamente a quella degli amministratori (24,9% invece di 23,1%).

Grafico 1.8

Incidenza femminile per tipologia di carica ricoperta in azienda

Valori percentuali sul relativo totale nazionale e regionale (dati al 31-12-2004)



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Nella quarta ed ultima categoria che esaminiamo (“altre cariche”), residuale rispetto alle precedenti, troviamo un totale di 12.704 posizioni femminili che, in prevalenza, afferiscono al collegio sindacale (complessivamente, si tratta di 7.742 posizioni), cui non è riconducibile una vera e propria natura imprenditoriale (Camera di Commercio di Savona, 2003, pp. 12-13). Fra le “altre cariche” sono comunque ricomprese alcune sottoclassi che implicano una certa progressione verticale all’interno della struttura aziendale, oltre ad una più o meno intensa autonomia decisionale sotto il profilo della gestione aziendale⁹: poiché tale carica risulta essere la meno femminilizzata (le donne sono infatti solo il 17,2% del totale delle presenze¹⁰, inferiore anche rispetto al dato medio nazionale), quella considerata sembra costituire una ulteriore spia del fatto che i fenomeni di progressione professionale all’interno delle aziende presentano ancora, per le donne, situazioni di marginalizzazione.

Ciò rappresenterebbe in altri termini una conferma indiretta del fatto per cui “la più ampia femminilizzazione dell’occupazione, negli anni recenti, si è distribuita in misura tale da generare solo un parziale effetto di riequilibrio nella composizione di genere dei lavori a più elevato contenuto qualitativo.” Ci riferiamo in tal senso al concetto di segregazione verticale, o meglio all’esistenza di un *soffitto di cristallo*, “che ferma le donne alle posizioni ed ai ruoli più bassi nella scala gerarchica e nella scala di prestigio, escludendole dalle

9 È ad esempio il caso del direttore generale, del direttore o del responsabile tecnico, del direttore commerciale e di quello amministrativo, e via di seguito.

10 Quota che scende ulteriormente (15,0%) se consideriamo solo le figure cui ci si riferisce nella precedente nota (limitatamente a quelle con almeno 10 posizioni registrate).

posizioni apicali”, cui si ricollega il fenomeno per cui “la dirigenza nell’industria e in molti settori terziari è rimasta in misura notevole a prevalenza maschile.” (Regione Toscana, 2005, pp. 83-85)

Tabella 1.17

Persone con cariche in imprese toscane per genere e carica ricoperta

Dati al 31-12-2004

Classe di cariche	Donne (a)		Uomini (b)		Totale (c)		(a)/(c)
	v.ass.	%	v.ass.	%	v.ass.	%	%
Titolare	57.929	29,8	164.947	32,4	222.876	31,7	26,0
Socio	62.105	32,0	99.342	19,5	161.447	22,9	38,5
Amministratore	62.029	32,0	187.178	36,7	249.207	35,4	24,9
Altre cariche	12.074	6,2	58.170	11,4	70.244	10,0	17,2
Sindaco effettivo	3.280	1,7	14.843	2,9	18.123	2,6	18,1
Sindaco supplente	3.625	1,9	13.562	2,7	17.187	2,4	21,1
Curatore fallimentare	1.513	0,8	7.119	1,4	8.632	1,2	17,5
Pres. collegio sindacale	834	0,4	7.788	1,5	8.622	1,2	9,7
Procuratore	836	0,4	3.682	0,7	4.518	0,6	18,5
Procuratore speciale	403	0,2	1.822	0,4	2.225	0,3	18,1
Preposto gest. tecnica	131	0,1	504	0,1	635	0,1	20,6
Responsabile tecnico	128	0,1	2.618	0,5	2.746	0,4	4,7
Direttore tecnico	117	0,1	853	0,2	970	0,1	12,1
Delegato	110	0,1	189	0,0	299	0,0	36,8
Altro	1.097	0,6	5.190	1,0	6.287	0,9	17,4
Totale	194.137	100,0	509.637	100,0	703.774	100,0	27,6

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Considerando le diverse distribuzioni provinciali delle cariche occupate da donne nelle imprese toscane¹¹ (App. Stat. tab. 1.E), si nota infine che il fenomeno assume specifiche caratterizzazioni nei diversi ambiti territoriali oggetto di studio. È infatti nella sola provincia di Grosseto che si registrano in prevalenza donne “titolari” d’impresa (ma una incidenza elevata caratterizza anche Livorno), mentre i valori più bassi (la metà circa di quelli di Grosseto) si osservano a Firenze e Prato. Ad Arezzo, Siena, Pistoia, Massa Carrara, Pisa e Livorno la carica più diffusa risulta invece essere quella di “amministratore”, dove supera generalmente il 30% del totale provinciale (con l’eccezione di Pistoia, dove la frequenza di tale carica è simile a quella di “socio”), mentre a Firenze, Prato e Lucca è infine la carica di “socio” a riportare la frequenza più elevata (con Firenze e Prato che riportano valori relativamente elevati anche per i soci di società di capitale).

L’analisi appena illustrata ci fornisce quindi alcuni elementi che, ancora una volta, evidenziano come in Toscana sia difficile pensare ad uno scenario unico di riferimento che rappresenti in maniera adeguata l’universo femminile. In particolare, nel caso di sistemi

¹¹ I dati di seguito proposti si riferiscono a tutte le cariche assunte da donne nell’ambito di tutte le imprese registrate (non cessate) nelle diverse province toscane. Rispetto alle elaborazioni fin qui analizzate (si veda quanto detto nella premessa a proposito del trattamento dei dati con riferimento alle persone con cariche in impresa), vengono dunque adesso conteggiate più volte anche le cariche detenute da una stessa persona all’interno della stessa impresa: per effetto di tali duplicazioni, il totale regionale delle posizioni femminili analizzate (245.790) risulta superiore a quello riportato in precedenza (194.137).

economico-produttivi più strutturati, sembra emergere che l’inserimento delle donne nel tessuto imprenditoriale locale avviene più frequentemente con ruoli che riflettono la presenza sul territorio di forme più complesse di impresa, mentre nelle economie provinciali meno evolute l’esperienza imprenditoriale appare maggiormente legata a fattori di autoimpiego (concretizzandosi, quindi, nella forma di titolari di imprese individuali).

Passando a considerare l’età (tab. 1.18), si può osservare come le imprenditrici toscane siano mediamente più giovani dei colleghi maschi di circa un anno e mezzo (47,7 anni per le donne contro il 49,2 per gli uomini), differenziale leggermente inferiore rispetto a quanto riscontrato nel resto del territorio italiano e dipendente soprattutto da una più elevata età media che la componente imprenditoriale femminile assume nella nostra regione (47,7 anni contro i 47,4 della media nazionale). L’età media delle imprenditrici toscane è comunque intermedia fra quella delle regioni del Centro-Sud, più bassa, e quella del Nord Italia, più elevata, allorché l’età media degli imprenditori resta inferiore alle regioni del Nord-Ovest e superiore a quelle del Sud, ma sostanzialmente in linea con le realtà territoriali del Centro e del Nord-Est.

Tabella 1.18

Età media delle persone con cariche in imprese toscane (1)

Valori assoluti in anni (dati al 31-12-2004)

Area territoriale	Uomini	Donne
Toscana	49,2	47,7
Arezzo	49,1	47,1
Firenze	49,6	48,3
Grosseto	50,2	48,7
Livorno	48,9	47,4
Lucca	48,9	47,8
Massa Carrara	48,7	47,6
Pisa	49,0	47,3
Pistoia	48,7	47,6
Prato	48,4	46,6
Siena	49,5	47,8
Nord-Ovest	49,6	48,3
Nord-Est	49,1	48,1
Centro	49,4	47,4
Sud e Isole	48,3	46,0
Italia	49,1	47,4

(1) L’età degli imprenditori è stata calcolata come media ponderata dei valori centrali delle classi di età "fino a 29", "da 30 a 49", "da 50 a 69" e "almeno 70 anni" (con valori centrali rispettivamente 24, 40, 60 e 76 anni).

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati

Infocamere-Stockview

A livello locale è invece a Grosseto, come visto una tra le province più femminilizzate della regione in termini di contributo al tessuto imprenditoriale locale, che troviamo le imprenditrici con età media più elevata (48,7 anni), cui segue Firenze

(48,3 anni). La graduatoria provinciale risulta sotto questo profilo simile a quella che si otterrebbe ripetendo l'analisi per la componente maschile, ciò che segnala come il fenomeno considerato presenti nel complesso una caratterizzazione territoriale sostanzialmente simile per entrambe le componenti considerate.

In particolare, cinque province su dieci occupano la stessa posizione (nell'ordine Grosseto, Firenze e Siena nelle prime tre posizioni, Livorno alla settima e Prato all'ultima), mentre fra le altre salgono Lucca, Massa Carrara e Pistoia, riportando una età media delle imprenditrici superiore a quella nazionale (e, per quanto riguarda Lucca, al di sopra anche di quella regionale) e determinando, al contempo, anche i più bassi differenziali provinciali di età in Toscana fra imprenditoria maschile e femminile. In graduatoria scendono invece Pisa ed Arezzo, dove ad una età degli uomini poco al di sotto della rispettiva media regionale fa riscontro una età delle donne che colloca le due province, insieme a Prato, agli ultimi tre. Simmetricamente alle precedenti, inoltre, questo gruppo di province riporta anche il più elevato differenziale fra età media della componente maschile e femminile (2,0 anni ad Arezzo ed 1,8 a Prato e Pisa), superiore anche a quello medio nazionale.

Tabella 1.19

Età delle imprenditrici, differenze di genere e fattori demografici

Province	Età media	Indice di	Differenza età	Donne su pop.
	imprenditrici	vecchiaia (1)	M-F (2)	over 64 anni (3)
	val. ass.	val. %	val. ass.	val. %
Grosseto	48,7	223,6	1,4	58,0
Firenze	48,3	195,0	1,2	58,8
Siena	47,8	222,6	1,7	57,5
Lucca	47,8	186,8	1,2	60,0
Pistoia	47,6	182,3	1,0	58,8
Massa C.	47,6	202,3	1,1	60,4
Livorno	47,4	206,4	1,5	58,7
Pisa	47,3	182,7	1,8	58,2
Arezzo	47,1	184,0	2,0	57,3
Prato	46,6	148,1	1,8	57,8
coeff. di correlazione = 0,7502		coeff. di correlazione = -0,8131		

(1) E' il rapporto percentuale avente a numeratore la popolazione di 65 anni e più e a denominatore quella di 0-14 anni.

(2) Differenza assoluta (in anni) fra l'età media degli imprenditori e delle imprenditrici

(3) Percentuale di donne tra la popolazione di 65 anni e più.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-StockView e su dati Istat-Censimento 2001

Almeno in termini generali, i fattori demografici sembrano rappresentare una variabile esplicativa determinante delle caratteristiche appena esaminate (tab. 1.19). In particolare, l'età media delle imprenditrici appare in forte correlazione positiva con il grado di invecchiamento della popolazione, per cui maggiore è l'indice di vecchiaia della stessa, più elevata è l'età media delle donne con cariche in impresa. D'altro canto, la differenza fra età media degli imprenditori e delle imprenditrici appare negativamente correlata con l'incidenza delle donne fra la popolazione anziana (misurata in questo caso dalla quota

delle donne rispetto alla popolazione con oltre 64 anni), per cui più forte è la presenza femminile nella fascia anagrafica considerata inferiore è il differenziale di età citato.

Dalla ripartizione delle imprenditrici per classi di età (tab. 1.20 e App. Stat. tab. 1.F) emerge che più della metà delle donne con cariche aziendali ha un'età compresa tra i 30 e i 49 anni (51,7%), mentre quelle al di sotto dei 30 anni rappresentano l'8,2% del totale. Sia nel primo che nel secondo caso si tratta di una incidenza significativamente superiore rispetto alla analoga distribuzione per età della componente imprenditoriale maschile, pari a quasi due punti percentuali nel caso della classe più giovane e ad oltre due e mezzo in quella intermedia: viceversa, la consistenza delle imprenditrici al di sopra dei 50 anni (40,1%) è di oltre quattro punti percentuali e mezzo inferiore rispetto a quella degli uomini.

Tabella 1.20

Persone con cariche in imprese toscane per classe di età, genere e carica ricoperta
Dati al 31-12-2004

Età / genere		Titolare	Socio	Amm.	Altre cariche	Totale
<i>Valori % (al netto delle non classificate)</i>						
Fino a 29 anni	uomini	8,3	7,0	5,6	1,3	6,3
	donne	7,9	8,0	9,5	3,9	8,2
Da 30 a 49 anni	uomini	50,5	48,2	47,6	51,4	49,1
	donne	48,0	48,2	55,2	69,9	51,7
Da 50 a 69 anni	uomini	33,6	37,0	38,7	40,4	36,9
	donne	36,9	36,5	29,7	23,4	33,7
Almeno 70 anni	uomini	7,6	7,8	8,2	6,9	7,8
	donne	7,2	7,3	5,5	2,8	6,4
Totale	uomini	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	donne	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Valori assoluti</i>						
Età media	totale	48,3	48,9	48,9	43,6	48,5
	uomini	48,1	49,1	49,7	47,4	48,8
	donne	48,7	48,6	46,4	43,6	47,6

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Andando ad esaminare la suddivisione delle presenze in impresa per fascia di età secondo la tipologia di carica ricoperta, si osserva che tale distribuzione risulta ancora più accentuata nel caso della classe “amministratori” ed “altre cariche”: in quest’ultima ben il 74% delle donne ha meno di 50 anni, contro il 53% degli uomini, mentre in quella degli amministratori le proporzioni sono rispettivamente pari al 65% ed al 53%. Le differenze di genere tendono a riequilibrarsi nel caso dei “soci” (56% l’incidenza delle *under 50* nel gruppo delle donne, 55% in quello degli uomini) e ad invertirsi in quello dei titolari, dove le donne appartengono più frequentemente degli uomini alle classi di età superiori (le donne con almeno 50 anni sono in questo caso il 44%, contro il 41% della componente maschile). Queste distribuzioni sono ben sintetizzate dagli indicatori dell’età media per carica aziendale ricoperta, dove le imprenditrici presentano valori simili a quelli degli uomini nel caso dei titolari e dei soci, ed invece decisamente inferiori (fra i tre ed i quattro anni) per le restanti

cariche, mostrando che la più bassa età media delle donne imprenditrici non rappresenta un fattore sistematico e trasversale ai vari ruoli ricoperti in impresa.

Considerando infine la nazionalità delle persone con cariche aziendali registrate in Toscana alla fine del 2004 (tab. 1.21 e App. Stat. tab. 1.G e 1.H)¹², si osserva in primo luogo che il contributo offerto complessivamente dalla componente non italiana al tessuto imprenditoriale (al netto di quelle persone che sono risultate non classificate sotto il profilo considerato) è leggermente superiore fra le donne (5,7%) rispetto agli uomini (5,1%)¹³. Questo differenziale è da attribuire interamente alle persone di nazionalità comunitaria (1,8% fra le donne, 0,9% fra gli uomini), mentre l'incidenza delle imprenditrici di nazionalità non comunitaria è leggermente inferiore (3,9%) rispetto al dato degli imprenditori (4,2%).

Tra le presenze comunitarie spiccano, sia in termini totali che per le sole donne, quelle tedesche (2.154 imprenditori, pari al 27,3% del totale riguardante gli imprenditori comunitari, di cui 879 femminili), quelle francesi (1.899 posizioni, il 24,1% del totale, di cui 696 donne) e quelle del Regno Unito (1.232 unità, pari al 15,6% degli imprenditori comunitari, di cui 541 posizioni femminili). Nel complesso, questi tre Paesi contribuiscono per ben il 71% alle presenze comunitarie maschili complessive, e per una quota inferiore, ma ancora largamente significativa, a quelle femminili (62%), soprattutto per la minore incidenza di quelle tedesche e francesi.

Per il resto, la graduatoria fra componente maschile e femminile presenta alcune sostanziali differenze, con la sola Svezia che mantiene inalterata la propria posizione (nona) anche se con una incidenza nettamente superiore fra le donne (3,0%) rispetto agli uomini. In particolare, fra le donne acquistano rilievo le imprenditrici provenienti da alcuni Paesi del recente allargamento a 25 dell'Unione Europea: in particolare, si tratta soprattutto della Polonia (8,1% sul totale delle imprenditrici femminili) e, seppur in misura minore, anche della Repubblica Ceca-Slovacchia (3,3%) e dell'Ungheria (2,7%), tutti Paesi la cui incidenza è fra le donne pari a tre-quattro volte quella registrata all'interno della compagine imprenditoriale maschile. In campo femminile guadagna inoltre posizioni anche l'Austria (3,1%), con una incidenza quasi doppia rispetto a quella assunta fra gli uomini.

Fra le donne scendono invece in classifica alcuni Paesi che ormai da tempo fanno parte dell'Unione Europea: si tratta soprattutto della Grecia (la cui quota passa infatti dal 4,9% degli uomini all'1,8% delle donne), ma anche di Belgio (dal 7,3% al 5,3%), Paesi Bassi e Spagna. Se tuttavia, nel caso dei Paesi Bassi, la più bassa posizione occupata in graduatoria è a parità di incidenza (3,1%) sia per la componente maschile che per quella femminile, nel caso della Spagna la quota sul totale delle persone comunitarie con cariche aziendali risulta addirittura superiore fra le donne (2,9%) rispetto agli uomini (2,5%).

12 Come già altre analisi hanno evidenziato (Caritas/Migrantes, 2003, p. 301), esistono alcune difficoltà di interpretazione relativamente ai dati di seguito presentati derivanti dal fatto che le informazioni disponibili si riferiscono in realtà ai soggetti nati all'estero, e non ai soggetti effettivamente stranieri. È dunque ricompresa nell'analisi una quota non trascurabile di individui di cittadinanza italiana (ad esempio, figli di emigrati italiani) che nel tempo sono rimpatriati, per cui il numero di imprenditori stranieri risulta di fatto sovrastimato soprattutto con riferimento a quei paesi verso cui, nel passato, si sono indirizzati consistenti flussi di emigrazione, e da cui si sono successivamente originati altrettanto consistenti fenomeni di "emigrazione di ritorno".

13 Si evidenzia a tale proposito che le italiane costituiscono il 94% delle donne imprenditrici in Toscana, e le toscane il 76%.

Passando ad analizzare le presenze imprenditoriali non comunitarie il primo aspetto da considerare riguarda il fatto che, delle circa 29.000 posizioni complessivamente registrate, solo un quarto circa riguarda donne, contro una incidenza che fra le presenze imprenditoriali comunitarie raggiunge invece livelli nettamente superiori (44%). Questo dato risente in particolare dei valori particolarmente contenuti di alcuni paesi, ed in particolare di Tunisia (15%), Marocco (7%), Albania (5%) e Senegal (3%).¹⁴

Si tratta in generale di paesi che negli anni più recenti si sono caratterizzati per l'intensità di processi migratori verso l'Italia che non possono peraltro ancora essere considerati esauriti o completamente stabilizzati: per queste realtà territoriali di provenienza dei flussi la nota dominante continua inoltre ad essere spesso rappresentata da una netta prevalenza della componente maschile rispetto a quella femminile, e non è certamente un caso infatti che, fra le nazionalità non comunitarie dove l'incidenza imprenditoriale femminile risulta più elevata, vi siano Stati Uniti (43%) e Svizzera (34%), oltre a Cina ed Argentina. In altri termini, il dato presentato sembra da interpretarsi come un sintomo sia di fattori culturali legati ai luoghi di provenienza delle persone non comunitarie che rivestono cariche aziendali in Toscana, sia del fatto che flussi più recenti nel tempo si coniugano ad una ancora non completa stabilizzazione delle diverse comunità nazionali giunte in tal modo sul territorio regionale, con caratteristiche di insediamento sul territorio regionale che più di frequente, rispetto ad altri casi qui analizzati, risultano non definitive o ad uno stadio iniziale, magari attraverso una figura maschile di riferimento per la famiglia di origine che solo nel tempo "apre la strada" per un eventuale successivo ricongiungimento di altri componenti della famiglia stessa o della comunità di provenienza.¹⁵

Ciò premesso, si deve osservare che sia fra gli uomini che fra le donne la nazionalità prevalente è quella cinese, con una incidenza che fra le seconde risulta tuttavia nettamente rafforzata (donne 28%, uomini 19%). Per quanto riguarda gli altri paesi, per quanto già anticipato, perdono posizioni soprattutto il Senegal (uomini 7%, donne 0,5%) e l'Albania (uomini 14%, donne 2%), così come il Marocco (dal 10,7% degli uomini al 2,4% delle donne) ed, in misura minore, la Tunisia (dal 2,6% uomini all'1,4% delle donne). Ne acquistano invece Svizzera, Romania, Stati Uniti e Argentina (che si collocano nell'ordine fra la seconda e la quinta posizione, anche se a notevole distanza rispetto alla nazionalità cinese), così come Serbia-Montenegro, Iran e Libia. Mentre tuttavia per Svizzera, Stati Uniti ed Argentina, ad una progressione nelle posizioni occupate, corrisponde anche un incremento della quota coperta dalle donne imprenditrici sul relativo totale non

14 È opportuno notare che le nazionalità non comunitarie evidenziate sono le prime dodici per posizioni imprenditoriali registrate complessive, e che queste corrispondono anche alle prime dodici nazionalità in termini di numerosità imprenditoriale maschile. Nel caso delle donne, invece, escono da questa graduatoria la Libia (13ª con 126 posizioni femminili registrate), la Tunisia (17ª con 101 posizioni) e, soprattutto, il Senegal (32ª con sole 40 posizioni). Dopo la Libia, inoltre, troviamo la Repubblica Dominicana (14ª con 114 posizioni) ed il Venezuela (15ª con 112), che nel caso degli uomini scendono rispettivamente al 35º posto (con 55 presenze) ed al 19º (con 218). Entrano invece fra le prime dodici nazioni per presenze femminili imprenditoriali non comunitarie il Brasile (al 6º posto con 258 posizioni, al 18º fra gli uomini con 226), la Nigeria (8ª con 167 posizioni, 21ª fra gli uomini con 148) ed infine la Federazione Russa (11ª con 142 presenze femminili, al 48º posto fra gli uomini con 28 registrazioni).

15 Altri lavori hanno del resto evidenziato, a proposito della relazione intercorrente fra i flussi di immigrazione che hanno interessato la Toscana e la propensione ad intraprendere un lavoro autonomo, come "la promozione di un'attività imprenditoriale resta ancora, per ragioni culturali ma anche strutturali, una « cosa da uomini »" (Caritas/Migrantes, 2003, pp. 428-429).

comunitario (rispetto all'analogo dato della componente maschile), altrettanto non accade per le altre nazionalità qui considerate, a testimoniare come la più alta posizione occupata nella graduatoria considerata sia soprattutto conseguenza delle *performance* relativamente peggiori accusate dal gruppo di paesi precedentemente considerati.

Tabella 1.21

Persone con cariche in imprese toscane per nazionalità e genere

Dati al 31-12-2004

	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
	valori assoluti			valori %		
Nazionalità comunitaria	4.451	3.440	7.891	56	44	100
Germania	1.275	879	2.154	59	41	100
Francia	1.203	696	1.899	63	37	100
Gran Bretagna	691	541	1.232	56	44	100
Belgio	325	181	506	64	36	100
Polonia	117	277	394	30	70	100
Grecia	217	62	279	78	22	100
Paesi Bassi	140	105	245	57	43	100
Spagna	111	99	210	53	47	100
Svezia	81	104	185	44	56	100
Austria	75	108	183	41	59	100
Repubblica Ceca e Slovacchia	43	112	155	28	72	100
Ungheria	31	94	125	25	75	100
Altro	142	182	324	44	56	100
Nazionalità non comunitaria	21.368	7.469	28.837	74	26	100
Cina	4.093	2.071	6.164	66	34	100
Albania	3.011	160	3.171	95	5	100
Marocco	2.297	176	2.473	93	7	100
Svizzera	1.425	728	2.153	66	34	100
Romania	1.490	483	1.973	76	24	100
Senegal	1.494	40	1.534	97	3	100
Stati Uniti	507	387	894	57	43	100
Argentina	583	274	857	68	32	100
Tunisia	558	101	659	85	15	100
Serbia e Montenegro	492	165	657	75	25	100
Iran	506	127	633	80	20	100
Libia	459	126	585	78	22	100
Altro	4.453	2.631	7.084	63	37	100
Nazionalità italiana	477.057	181.684	658.741	72	28	100
Toscana	380.863	148.092	528.955	72	28	100
Altre regioni	96.194	33.592	129.786	74	26	100
Nazionalità non Classificata	6.761	1.544	8.305	81	19	100
TOTALE	509.637	194.137	703.774	72	28	100

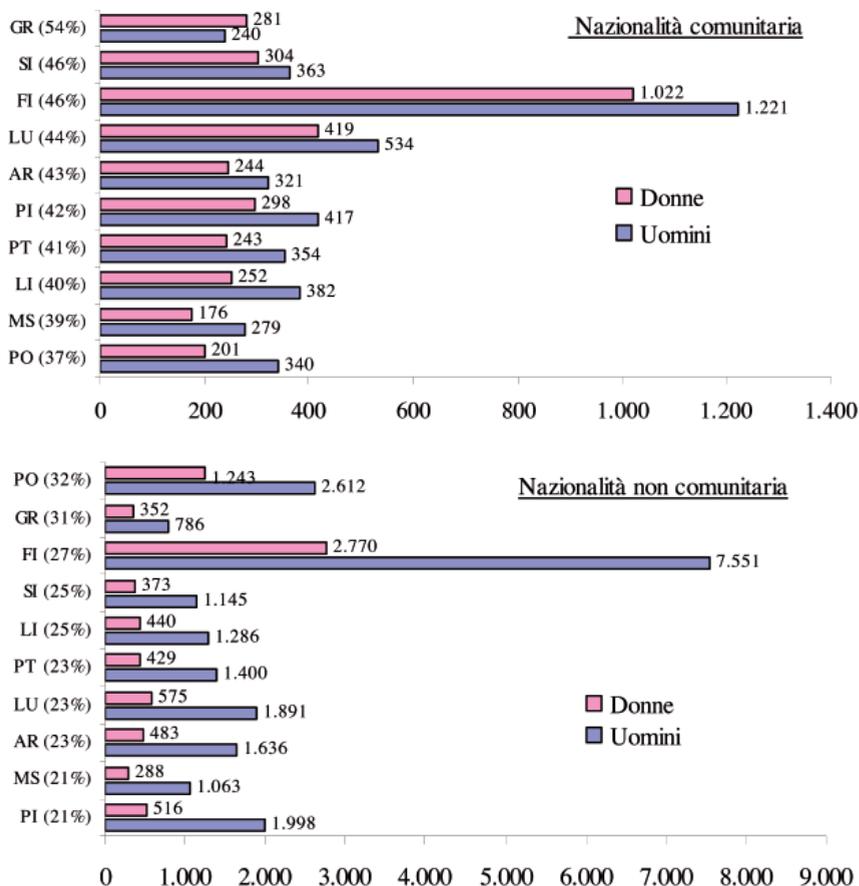
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Anche per le presenze imprenditoriali non comunitarie il settore di attività che attrae maggiormente le imprenditrici è quello del commercio (27,5%), dove tutte le nazionalità considerate presentano le frequenze assolute più elevate in termini di presenza imprenditoriale, cui si affianca il segmento dei pubblici esercizi (11,3%). Unica, ma rilevante,

eccezione alla regola è costituita dalle donne cinesi per le quali i settori considerati, che restano pur sempre rilevanti sotto il profilo della propria partecipazione imprenditoriale, risultano nettamente superati dal peso assunto dal manifatturiero (dove rivestono un ruolo i due terzi circa delle donne cinesi con cariche aziendali in imprese toscane), settore che viceversa, per le altre nazionalità, si attesta generalmente in una forbice compresa fra il 5 ed il 15%. È interessante anche rilevare come l'imprenditorialità femminile non comunitaria risulti molto concentrata settorialmente rispetto a quella maschile: per gli uomini che intraprendono un'attività in proprio, ad esempio, assume maggiore importanza relativa il settore delle costruzioni nel caso di persone dell'Albania, Tunisia, Serbia-Montenegro ed Argentina e quello manifatturiero per persone della Romania (oltre che ovviamente della Cina).

Grafico 1.9

Persone con cariche in imprese toscane per nazionalità, provincia toscana e genere
 Valori assoluti e, fra parentesi, incidenza % femminile (dati al 31-12-2004)



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Per quanto riguarda la numerosità delle presenze femminili comunitarie ed extracomunitarie sul territorio provinciale della Toscana (graf. 1.9) Firenze assorbe, per

entrambe le aree di provenienza, il più alto numero di figure imprenditoriali. In particolare, nell'area provinciale, troviamo 1.022 presenze femminili comunitarie (il 30% delle relative presenze regionali) e 2.770 extracomunitarie (il 37% dell'analogo totale). Al capoluogo seguono poi, per l'ambito comunitario, le province di Lucca (419 imprenditrici), Siena (304), Pisa (298) e Grosseto (281), unica realtà territoriale dove le presenze imprenditoriali comunitarie femminili superano quelle maschili. Riguardo alla nazionalità extracomunitaria, invece, dopo Firenze troviamo per presenze femminili Prato (1.243 figure imprenditoriali), Lucca (575), Pisa (516) ed Arezzo (483). Nei vari ambiti provinciali, infine, la numerosità delle imprenditrici comunitarie, rispetto a quella delle extracomunitarie, è più prossima ai valori espressi dai *partners* maschi, a conferma di quanto già in precedenza osservato per il livello territoriale regionale a proposito di una partecipazione imprenditoriale femminile mediamente più elevata fra le persone di nazionalità comunitaria rispetto a quelle di provenienza non comunitaria.

Appendice statistica al capitolo 1

Tabella 1.A

Imprese femminili per periodo di iscrizione al Registro Imprese

Dati al 31-12-2004

Provincia	n.c.	Prima del 1960	1960 1969	1970 1979	1980 1989	1990 1999	Dopo il 1999	Totale
<i>Valori assoluti</i>								
Arezzo	1	33	140	595	1.513	3.834	2.541	8.657
Firenze	1	209	413	1.320	4.913	8.675	7.066	22.597
Grosseto	2	26	141	408	1.124	4.257	2.650	8.608
Livorno	1	65	177	547	1.541	3.460	2.751	8.542
Lucca	1	79	221	657	1.969	3.880	3.165	9.972
Massa C.	0	67	176	461	1.019	2.061	1.547	5.331
Pisa	0	51	188	722	1.630	3.661	2.943	9.195
Pistoia	0	68	191	587	1.274	2.932	2.261	7.313
Prato	0	27	99	377	1.397	2.264	2.565	6.729
Siena	0	32	154	446	1.207	2.916	2.159	6.914
Toscana	6	657	1.900	6.120	17.587	37.940	29.648	93.858
Italia	263	10.317	24.407	77.058	233.892	583.430	437.106	1.366.473
<i>Valori percentuali (al netto delle non classificate)</i>								
Arezzo		0,4	1,6	6,9	17,5	44,3	29,4	100,0
Firenze		0,9	1,8	5,8	21,7	38,4	31,3	100,0
Grosseto		0,3	1,6	4,7	13,1	49,5	30,8	100,0
Livorno		0,8	2,1	6,4	18,0	40,5	32,2	100,0
Lucca		0,8	2,2	6,6	19,7	38,9	31,7	100,0
Massa C.		1,3	3,3	8,6	19,1	38,7	29,0	100,0
Pisa		0,6	2,0	7,9	17,7	39,8	32,0	100,0
Pistoia		0,9	2,6	8,0	17,4	40,1	30,9	100,0
Prato		0,4	1,5	5,6	20,8	33,6	38,1	100,0
Siena		0,5	2,2	6,5	17,5	42,2	31,2	100,0
Toscana		0,7	2,0	6,5	18,7	40,4	31,6	100,0
Italia		0,8	1,8	5,6	17,1	42,7	32,0	100,0

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.B

Imprese femminili registrate per settore di attività e provincia in Toscana al 31/12/2004

Ateco	AR	FI	GR	LI	LU	MS	PI	PT	PO	SI	TOS
<i>Valori percentuali sul totale provinciale</i>											
A+B Agr.-pesca	26,0	9,5	42,5	13,6	12,7	12,4	14,7	12,4	2,5	25,9	16,4
C Estr. minerali	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
D+E Manifatt.	17,6	18,3	5,3	7,4	11,5	9,8	13,4	19,1	32,9	10,0	14,9
F Costruzioni	2,3	2,5	2,4	3,1	2,8	3,6	3,0	3,2	3,4	3,0	2,8
G Commercio	26,2	30,7	22,7	38,1	32,5	38,5	32,3	28,8	25,3	25,5	30,1
H Alberghi-rist.	5,8	6,6	8,6	10,7	10,8	10,3	6,3	6,9	4,3	11,1	7,9
I Trasporti	1,4	1,6	1,0	2,9	1,9	1,7	2,0	1,5	1,9	1,2	1,7
J Credito	1,7	2,0	1,3	1,8	1,7	1,8	2,2	2,0	2,0	1,9	1,9
K Servizi impr.	7,5	14,9	6,5	10,6	11,6	8,0	10,2	11,5	16,9	8,7	11,3
M Istruzione	0,2	0,5	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,2	0,3
N Sanità	0,3	0,4	0,4	0,7	0,5	0,6	0,5	0,4	0,7	0,7	0,5
O+P Altri servizi	9,4	8,6	6,3	8,2	11,2	9,1	10,1	10,4	7,3	8,3	8,9
X+L Non class.	1,5	4,5	2,7	2,5	2,3	3,6	4,8	3,6	2,3	3,6	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Valori percentuali sul totale di settore</i>											
A+B Agr.-pesca	14,6	14,0	23,8	7,6	8,3	4,3	8,8	5,9	1,1	11,7	100,0
C Estr. minerali	9,8	4,9	14,6	4,9	24,4	36,6	2,4	0,0	0,0	2,4	100,0
D+E Manifatt.	10,9	29,7	3,2	4,5	8,2	3,7	8,8	10,0	15,9	5,0	100,0
F Costruzioni	7,5	21,4	7,6	10,1	10,4	7,3	10,5	8,8	8,7	7,7	100,0
G Commercio	8,0	24,5	6,9	11,5	11,5	7,3	10,5	7,5	6,0	6,2	100,0
H Alberghi-rist.	6,8	20,0	10,0	12,3	14,6	7,4	7,8	6,8	3,9	10,3	100,0
I Trasporti	7,8	22,0	5,2	15,8	12,1	5,5	11,4	6,8	8,0	5,3	100,0
J Credito	8,2	26,3	6,4	8,8	9,7	5,5	11,5	8,5	7,7	7,4	100,0
K Servizi impr.	6,2	31,8	5,3	8,5	11,0	4,0	8,9	7,9	10,7	5,7	100,0
M Istruzione	6,5	33,7	4,0	7,7	10,2	6,8	11,8	5,9	9,0	4,3	100,0
N Sanità	5,2	19,6	7,8	12,8	10,9	6,7	9,6	7,0	10,4	10,0	100,0
O+P Altri servizi	9,7	23,2	6,5	8,4	13,3	5,8	11,1	9,1	5,9	6,9	100,0
X+L Non class.	4,3	32,3	7,5	6,9	7,5	6,1	14,2	8,3	4,9	7,9	100,0
Totale	9,2	24,1	9,2	9,1	10,6	5,7	9,8	7,8	7,2	7,4	100,0

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.C

Imprese femminili registrate per forma giuridica e grado di presenza femminile (1)

Dati al 31-12-2004

Forma giuridica	Grado di presenza femminile							
	Valori assoluti				Valori %			
	Magg.	Forte	Escl.	Totale	M	F	E	T
<i>Toscana</i>								
Società di Capitale	749	2.048	6.416	9.213	8,1	22,2	69,6	100,0
Società di Persone	57	4.083	21.286	25.426	0,2	16,1	83,7	100,0
Imprese Individua	0	0	57.927	57.927	0,0	0,0	100,0	100,0
Soc. Cooperative	38	442	588	1.068	3,6	41,4	55,1	100,0
Altre Forme	4	46	174	224	1,8	20,5	77,7	100,0
Totale	848	6.619	86.391	93.858	0,9	7,1	92,0	100,0
<i>Italia</i>								
Società di Capitale	9.554	24.299	100.730	134.583	7,1	18,1	74,8	100,0
Società di Persone	550	37.626	279.642	317.818	0,2	11,8	88,0	100,0
Imprese Individua	2	0	886.295	886.297	0,0	0,0	100,0	100,0
Cooperative	565	10.286	13.569	24.420	2,3	42,1	55,6	100,0
Altre Forme	112	1.007	2.236	3.355	3,3	30,0	66,6	100,0
Totale	10.783	73.218	1.282.472	1.366.473	0,8	5,4	93,9	100,0

(1) Per le definizioni di presenza femminile maggioritaria, forte od esclusiva si veda tab. 1.1

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.D

Persone con cariche aziendali per area territoriale e genere

Area territoriale	Uomini		Donne		Totale v.ass.
	v.ass.	%	v.ass.	%	
Abruzzo	154.171	70,8	63.435	29,2	217.606
Basilicata	64.675	71,8	25.369	28,2	90.044
Calabria	190.924	74,6	64.950	25,4	255.874
Campania	605.408	73,0	224.485	27,0	829.893
Emilia R.	601.244	73,8	213.366	26,2	814.610
Friuli V. G.	140.474	72,7	52.863	27,3	193.337
Lazio	646.087	74,6	219.817	25,4	865.904
Liguria	197.878	70,4	83.353	29,6	281.231
Lombardia	1.338.730	75,7	429.522	24,3	1.768.252
Marche	205.607	73,2	75.191	26,8	280.798
Molise	35.331	69,2	15.743	30,8	51.074
Piemonte	544.593	70,7	225.646	29,3	770.239
Puglia	414.010	75,6	133.538	24,4	547.548
Sardegna	187.279	73,1	68.937	26,9	256.216
Sicilia	504.831	73,8	179.620	26,2	684.451
Toscana	509.637	72,4	194.137	27,6	703.774
Arezzo	45.017	72,4	17.158	27,6	62.175
Firenze	141.160	73,5	50.913	26,5	192.073
Grosseto	32.905	69,5	14.445	30,5	47.350
Livorno	38.104	69,7	16.528	30,3	54.632
Lucca	54.662	72,3	20.910	27,7	75.572
Massa C.	26.067	71,4	10.456	28,6	36.523
Pisa	50.616	73,2	18.499	26,8	69.115
Pistoia	40.584	73,3	14.749	26,7	55.333
Prato	42.124	73,1	15.496	26,9	57.620
Siena	38.398	71,9	14.983	28,1	53.381
Trentino A. A.	141.257	76,8	42.728	23,2	183.985
Umbria	113.190	71,2	45.860	28,8	159.050
Valle d'A.	18.383	70,0	7.884	30,0	26.267
Veneto	638.053	74,9	214.026	25,1	852.079
Italia	7.251.762	73,8	2.580.470	26,2	9.832.232

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.E

Cariche occupate dalle donne nelle imprese toscane, per provincia e carica ricoperta (1)

Provincia	Titolare	Socio di capitale	Socio Amministr.	Altre cariche	Totale	
<i>Valori assoluti al 31-12-2004</i>						
Arezzo	5.906	3.487	5.046	7.456	1.787	23.682
Firenze	12.282	12.230	19.868	17.298	3.988	65.666
Grosseto	6.092	1.485	4.297	3.860	823	16.557
Livorno	5.997	3.011	3.702	6.544	1.085	20.339
Lucca	5.750	3.948	8.775	6.110	1.463	26.046
Massa C.	3.461	2.177	2.315	4.724	625	13.302
Pisa	6.005	3.778	5.189	6.954	1.157	23.083
Pistoia	4.489	3.319	5.173	5.279	838	19.098
Prato	3.430	3.882	6.531	4.818	1.141	19.802
Siena	4.517	2.347	3.560	6.731	1.060	18.215
Totale	57.929	39.664	64.456	69.774	13.967	245.790
<i>Valori %</i>						
Arezzo	24,9	14,7	21,3	31,5	7,5	100,0
Firenze	18,7	18,6	30,3	26,3	6,1	100,0
Grosseto	36,8	9,0	26,0	23,3	5,0	100,0
Livorno	29,5	14,8	18,2	32,2	5,3	100,0
Lucca	22,1	15,2	33,7	23,5	5,6	100,0
Massa C.	26,0	16,4	17,4	35,5	4,7	100,0
Pisa	26,0	16,4	22,5	30,1	5,0	100,0
Pistoia	23,5	17,4	27,1	27,6	4,4	100,0
Prato	17,3	19,6	33,0	24,3	5,8	100,0
Siena	24,8	12,9	19,5	37,0	5,8	100,0
Totale	23,6	16,1	26,2	28,4	5,7	100,0

(1) Si considerano tutte le cariche assunte da donne nell'ambito di tutte le imprese registrate (non cessate) e da donne titolari di azioni/quote di capitale nelle imprese tenute alla presentazione al Registro delle Imprese dell'elenco dei soci. Si precisa che nel 99% dei casi la classe "socio di capitale" fa riferimento a partecipazioni in società di capitale, mentre la classe "socio" fa riferimento a partecipazioni in società di persone.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.F

Persone con cariche in imprese toscane per classe di età, genere e carica ricoperta
Valori assoluti (Dati al 31-12-2004)

Età / genere		Titolare	Socio	Amm.	Altre cariche	Totale
<i>Valori assoluti</i>						
Non classificate	totale	16	157	488	3.805	4.466
	uomini	15	108	449	3.400	3.972
	donne	1	49	39	405	494
Fino a 29 anni	totale	18.237	11.866	16.328	1.157	47.588
	uomini	13.638	6.931	10.409	697	31.675
	donne	4.599	4.935	5.919	460	15.913
Da 30 a 49 anni	totale	111.121	77.700	123.038	36.291	348.150
	uomini	83.342	47.792	88.809	28.139	248.082
	donne	27.779	29.908	34.229	8.152	100.068
Da 50 a 69 anni	totale	76.854	59.417	90.610	24.858	251.739
	uomini	55.499	36.755	72.174	22.128	186.556
	donne	21.355	22.662	18.436	2.730	65.183
Almeno 70 anni	totale	16.648	12.307	18.743	4.133	51.831
	uomini	12.453	7.756	15.337	3.806	39.352
	donne	4.195	4.551	3.406	327	12.479
Totale	totale	222.876	161.447	249.207	70.244	703.774
	uomini	164.947	99.342	187.178	58.170	509.637
	donne	57.929	62.105	62.029	12.074	194.137

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.G

Persone comunitarie con cariche in imprese toscane per nazionalità e genere

Valori % su totale paesi comunitari e su totale generale (dati al 31-12-2004)

	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Germania	28,6	25,6	27,3	0,25	0,45	0,31
Francia	27,0	20,2	24,1	0,24	0,36	0,27
Gran Bretagna	15,5	15,7	15,6	0,14	0,28	0,18
Belgio	7,3	5,3	6,4	0,06	0,09	0,07
Polonia	2,6	8,1	5,0	0,02	0,14	0,06
Grecia	4,9	1,8	3,5	0,04	0,03	0,04
Paesi Bassi	3,1	3,1	3,1	0,03	0,05	0,03
Spagna	2,5	2,9	2,7	0,02	0,05	0,03
Svezia	1,8	3,0	2,3	0,02	0,05	0,03
Austria	1,7	3,1	2,3	0,01	0,06	0,03
Repubblica Ceca e Slovacchi	1,0	3,3	2,0	0,01	0,06	0,02
Ungheria	0,7	2,7	1,6	0,01	0,05	0,02
Altro	3,2	5,3	4,1	0,03	0,09	0,05
Totale Paesi comunitari	100,0	100,0	100,0	0,87	1,77	1,12
Totale generale				100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 1.H

Persone non comunitarie con cariche in imprese toscane per nazionalità e genere

Valori % su totale paesi comunitari e su totale generale (dati al 31-12-2004)

	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Cina	19,2	27,7	21,4	0,80	1,07	0,88
Albania	14,1	2,1	11,0	0,59	0,08	0,45
Marocco	10,7	2,4	8,6	0,45	0,09	0,35
Svizzera	6,7	9,7	7,5	0,28	0,37	0,31
Romania	7,0	6,5	6,8	0,29	0,25	0,28
Senegal	7,0	0,5	5,3	0,29	0,02	0,22
Stati Uniti	2,4	5,2	3,1	0,10	0,20	0,13
Argentina	2,7	3,7	3,0	0,11	0,14	0,12
Tunisia	2,6	1,4	2,3	0,11	0,05	0,09
Serbia e Montenegro	2,3	2,2	2,3	0,10	0,08	0,09
Iran	2,4	1,7	2,2	0,10	0,07	0,09
Libia	2,1	1,7	2,0	0,09	0,06	0,08
Altro	20,8	35,2	24,6	0,87	1,36	1,01
Totale Paesi non comunitari	100,0	100,0	100,0	4,19	3,85	4,10
Totale generale				100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

2. La recente evoluzione dell'imprenditoria femminile in Toscana

2.1. Le dinamiche territoriali

Al fine di cogliere alcuni fra i più significativi mutamenti che hanno caratterizzato l'imprenditoria femminile nel corso degli ultimi anni, il presente capitolo si pone l'obiettivo di analizzare l'evoluzione di alcuni fra i principali aspetti che hanno costituito l'oggetto della ricerca nel precedente capitolo. Iniziamo l'analisi, che ha come riferimento temporale il biennio che va dalla metà del 2003 alla metà del 2005, dagli indici di demografia imprenditoriale¹, evidenziandone in particolare i differenziali territoriali inter-regionali ed infra-regionali (con riferimento alle province toscane).

Lo sviluppo imprenditoriale

Nel biennio 2003-2005 le imprese femminili sono cresciute in Toscana di 1.409 unità (tab. 2.1), con una inversione di tendenza nel corso del periodo considerato (-778 fra la metà del 2003 e la metà del 2004, +2.187 nell'anno successivo). A metà del 2005, le imprese femminili toscane registrate hanno così raggiunto quasi 95.000 unità, con un incremento dell'1,5% rispetto al 30 giugno 2003 (-0,8% 2004/2003, +2,4% 2005/2004). Si tratta di una dinamica nel complesso più modesta non soltanto rispetto a quanto registrato a livello nazionale, ma anche nei confronti di tutte le principali macro-ripartizioni nazionali, ad eccezione del Nord-Est (+1,4%).

La crescita registrata dal tessuto delle imprese femminili è inoltre risultata in Toscana nettamente inferiore anche a quella delle imprese non femminili (+3,3%), diversamente da una situazione che, a livello nazionale, ha espresso un rilevante

1 Gli indicatori cui si fa di seguito riferimento sono così definiti:

A) Tasso di natalità/mortalità: rapporto fra le iscrizioni/cessazioni al Registro Imprese in un determinato periodo (nel caso specifico, fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005) al numeratore, e lo stock di imprese registrate all'inizio del periodo considerato (30 giugno 2003) al denominatore. Per quanto detto, i tassi di natalità e mortalità rappresentano, più correttamente, dei tassi di iscrizione e di cessazione. Sia l'uno che l'altro sono infatti collegati ad eventi che hanno natura amministrativa, e possono così inglobare anche quelle iscrizioni e quelle cessazioni cui non fa riscontro l'effettiva nascita di una nuova impresa o la reale cessazione di una impresa già esistente, ma un semplice cambiamento di status. Per tale motivo, sono dunque da ritenersi dei tassi di natalità e di mortalità "grezzi": pur sovrastimando gli effettivi fenomeni di nati-mortalità imprenditoriale, infatti, i due indicatori sono da ritenersi delle buone *proxy* dell'andamento dei tassi di natalità e di mortalità netti, ed è pertanto in tal senso e con tali avvertenze che vengono qui utilizzati.

B) Tasso di crescita: rapporto fra il saldo iscrizioni-cessazioni al Registro Imprese nel periodo di riferimento e lo stock di imprese registrate all'inizio del periodo stesso. A tale riguardo si deve tuttavia osservare che, nel corso di un determinato intervallo di tempo, si possono verificare per una ditta alcune "variazioni" che non danno luogo a cessazione e/o re-iscrizione della medesima, ma che possono modificare la consistenza delle ditte con sede nella provincia considerata, a livello di rami di attività economica, di forma giuridica e soprattutto, nel caso specifico, di genere. In luogo del tasso di crescita, come indicatore dello sviluppo imprenditoriale femminile di un determinato territorio, si è pertanto ritenuto preferibile utilizzare in questa sede la variazione percentuale fra lo stock di imprese registrate all'inizio ed alla fine del periodo oggetto di studio.

differenziale di segno opposto (+3,9% imprese femminili, +2,7% per le non femminili). Anche sotto il profilo considerato, l'andamento regionale è così risultato in controtendenza rispetto al resto del Paese (soprattutto nel Sud, le imprese femminili hanno riportato tassi di crescita significativamente superiori rispetto a quelle non femminili), pur ripercorrendo le dinamiche registrate nel Nord-Est (dove è stata soprattutto l'Emilia Romagna ad esprimere un forte differenziale negativo delle imprese femminili).

I precedenti confronti mostrano dunque che, a fronte di una dinamica imprenditoriale che ha visto la Toscana attestarsi su livelli relativamente elevati per quanto riguarda il complesso delle imprese regionali, la componente femminile ha al contrario evidenziato una vitalità più contenuta, anche se non dissimile da quella di regioni quali Emilia Romagna e Veneto, cui viene normalmente accomunata per le caratteristiche assunte dal proprio modello di sviluppo socio-economico.² A livello provinciale, la crescita è stata trainata soprattutto da alcune aree urbane e distrettuali (Prato +3,4%; Pisa +3,3%; Firenze +1,9%;), interessando tuttavia in una certa misura anche Grosseto (+2,0%), contraddistinta da processi di crescita basati su fattori decisamente diversi dalle precedenti realtà territoriali.

Le restanti province si sono invece collocate su tassi di crescita imprenditoriale inferiori alla media regionale, particolarmente sensibili nel caso di Livorno (+0,3%) e Pistoia, attestatasi su livelli addirittura negativi (-0,3%). Il differenziale più rilevante nei tassi di crescita fra imprenditoria femminile e non femminile è tuttavia stato raggiunto da Massa Carrara, dove ad una dinamica comunque decisamente modesta nel caso della prima componente (+0,6%) ha fatto riscontro un forte sviluppo della seconda (+5,8%). Tutte le province hanno comunque riportato, analogamente al dato regionale, un differenziale negativo sotto tale profilo, anche se a Firenze e Prato imprese femminili e non hanno conseguito tassi sostanzialmente simili.

In conseguenza di ciò, l'incidenza delle imprese femminili sull'insieme del tessuto imprenditoriale è diminuito in tutte le province toscane (graf. 2.1): si distinguono, a tal proposito, Massa Carrara (con quasi un punto percentuale in meno), Pistoia e Lucca (con una perdita di oltre mezzo punto), mentre a Firenze, Grosseto, Pisa e Prato la contrazione è stata meno marcata ed inferiore alla media regionale. La diversa articolazione provinciale del dato in questione ha contribuito comunque a determinare una riduzione del tasso di femminilizzazione regionale di 0,31 punti percentuali, il doppio rispetto a quanto verificatosi nel Nord-Est (-0,16 punti).

La relazione esistente fra grado di incidenza delle imprese femminili e variazione dell'incidenza stessa nelle province stesse (graf. 2.2) mette poi in evidenza quattro diversi raggruppamenti con riferimento ai valori medi regionali. Il primo è costituito dalla sola provincia di Grosseto, dove una incidenza superiore alla media regionale alla fine del 2004 si collega ad un incremento della stessa nel biennio 2003-2005, delineando dunque

2 Sebbene non si dispongano di elaborazioni sull'andamento delle imprese femminili prima del 2003, si deve inoltre segnalare che altre informazioni sembrano indicare un rallentamento nel periodo in esame del fenomeno considerato. Con riferimento ad esempio all'andamento delle persone con cariche in azienda, i cui dati verranno approfonditi in un successivo paragrafo, emerge che in Toscana le donne hanno visto passare il relativo incremento annuo dal +2,3% del 2001 al +1,6% del 2002, al +0,9% del 2003, al +0,3% del 2004, ed infine al +0,2% del 2005. Questa flessione è peraltro sostanzialmente simile a quella maschile ed alla più generale dinamica imprenditoriale regionale e nazionale, riflettendo la situazione di stagnazione economica che ha investito nel corso degli ultimi anni l'Italia e la Toscana.

una fase di ulteriore ampliamento del fenomeno. Un secondo gruppo è invece costituito dalle province di Massa Carrara, Livorno e Siena, dove una presenza di imprese femminili relativamente elevata si è accompagnata ad una contrazione del relativo peso durante l'ultimo biennio considerato: a proposito di queste realtà territoriali si tratta di capire se un precedente più significativo contributo allo sviluppo dell'imprenditorialità locale sia arrivato ad un punto di saturazione o meno.

Tabella 2.1

Andamento delle imprese registrate in Italia e in Toscana per genere

Valori assoluti e variazioni percentuali fra il 30-06-2003 e il 30-06-2005

Area territoriale	Imprese femminili registrate al 30 giugno		Variaz. assolute	Imprese femminili	Imprese non femm. variazioni %	Totale imprese
	2003	2005				
Toscana	93.462	94.871	1.409	1,5	3,3	2,9
Arezzo	8.691	8.799	108	1,2	3,4	2,9
Firenze	22.334	22.755	421	1,9	2,1	2,1
Grosseto	8.562	8.733	171	2,0	2,7	2,5
Livorno	8.632	8.659	27	0,3	2,6	2,0
Lucca	9.946	10.021	75	0,8	4,2	3,5
Massa C.	5.335	5.369	34	0,6	5,8	4,5
Pisa	9.029	9.326	297	3,3	4,5	4,2
Pistoia	7.368	7.343	-25	-0,3	3,5	2,7
Prato	6.625	6.848	223	3,4	3,5	3,4
Siena	6.940	7.018	78	1,1	3,4	2,8
Emilia R.	92.206	93.009	803	0,9	3,2	2,8
Lombardia	178.421	188.559	10.138	5,7	3,1	3,6
Marche	40.002	40.786	784	2,0	2,6	2,5
Piemonte	106.284	109.218	2.934	2,8	2,0	2,2
Veneto	103.133	105.299	2.166	2,1	2,1	2,1
Nord-Ovest	329.999	343.320	13.321	4,0	2,7	3,0
Nord-Est	243.838	247.328	3.490	1,4	2,4	2,2
Centro	278.394	287.536	9.142	3,3	2,8	2,9
Sud e Isole	481.869	508.033	26.164	5,4	2,9	3,5
Italia	1.334.100	1.386.217	52.117	3,9	2,7	3,0

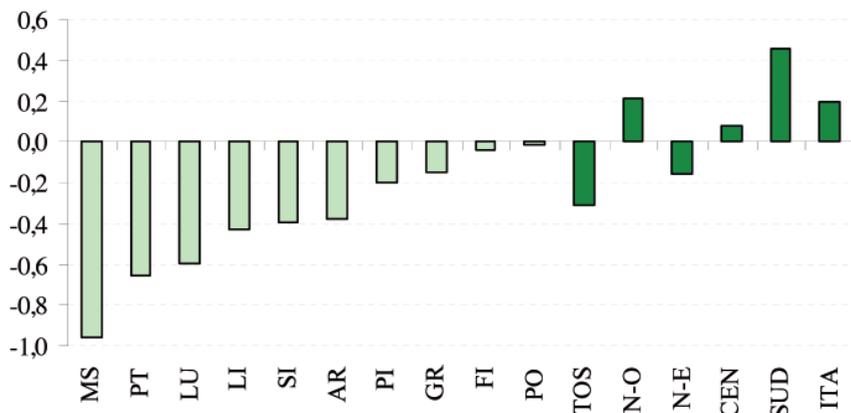
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Il terzo riguarda le province di Firenze, Prato e Pisa, dove ad una incidenza inferiore alla media regionale fa riscontro una variazione della stessa che, benché negativa, appare relativamente contenuta. Infine, troviamo un insieme di province (Pistoia, Lucca ed Arezzo) che si caratterizzano per flessioni piuttosto marcate del contributo femminile al tessuto imprenditoriale locale malgrado una presenza che appare tuttora relativamente contenuta: si direbbe che si tratti di casi dove i sistemi economico-produttivi locali continuano a connotarsi per una presenza maschile che, anche tendenzialmente, appare più forte che altrove.

Grafico 2.1

Andamento dell'incidenza delle imprese femminili in Toscana nel biennio 2003-2005

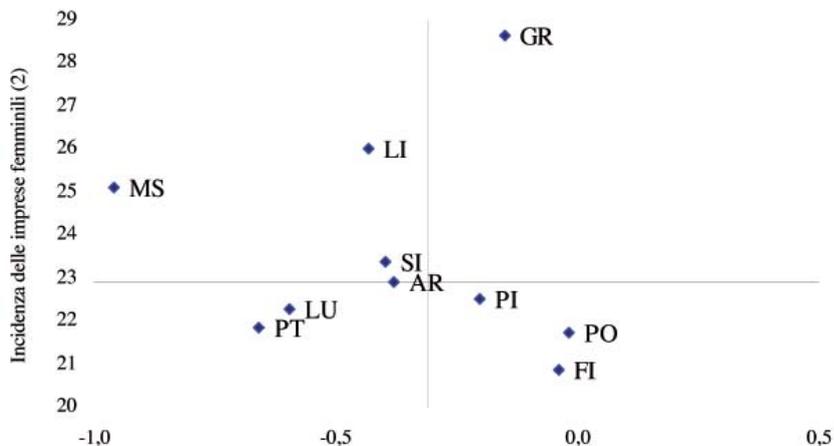
Variatione dell'incidenza % fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Grafico 2.2

Relazione fra presenza e variazione dell'incidenza delle imprese femminili nelle province toscane



N.B. Gli assi si incrociano in corrispondenza dei valori medi regionali degli indicatori considerati.

(1) Andamento dell'incidenza % delle imprese femminili fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005

(2) Incidenza % delle imprese femminili sul totale delle imprese registrate nella provincia di competenza (al 31-12-2004).

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-StockView

Natalità, mortalità e ricambio imprenditoriale

La crescita delle imprese femminili realizzata in Toscana nel periodo in esame è la risultante di un tasso di natalità del 15,8% (7,6% nel 2003-2004 e 8,3% nel 2004-2005), per un totale di 14.745 iscrizioni, e di un tasso di mortalità del 14,2% (6,8% e 7,5% i dati annuali), per un totale di 13.272 cessazioni³. Si tratta di valori che, in entrambi i casi, risultano superiori a quelli delle imprese non femminili, e che evidenziano dunque un *turn-over* più elevato per questo specifico segmento imprenditoriale. Nel caso del tasso di mortalità, tuttavia, il differenziale è pari a due punti percentuali e mezzo, mentre quello relativo alla natalità non raggiunge il punto percentuale. Questi aspetti, combinati fra di loro, indicano come ad una vivacità relativamente più sostenuta in termini di creazione d'impresa si contrapponga una ancor più elevata probabilità di insuccesso, a testimoniare verosimilmente una più accentuata fragilità strutturale delle iniziative imprenditoriali femminili.

Tabella 2.2

Tassi di natalità imprenditoriale in Italia e in Toscana

Valori percentuali relativi al biennio 30 giugno 2003-30 giugno 2005

Area territoriale	Imprese femminili	Imprese non femm.	Totale imprese
Toscana	15,8	14,9	15,1
Arezzo	14,4	14,5	14,5
Firenze	14,9	13,5	13,8
Grosseto	14,4	13,8	13,9
Livorno	15,8	15,4	15,5
Lucca	15,9	15,4	15,5
Massa C.	15,4	16,9	16,5
Pisa	17,5	15,9	16,3
Pistoia	15,4	15,1	15,2
Prato	22,4	17,9	18,9
Siena	13,8	14,2	14,1
Emilia R.	15,5	14,9	15,0
Lombardia	15,8	14,6	14,8
Marche	14,8	13,4	13,7
Piemonte	15,5	14,4	14,6
Veneto	15,1	13,6	13,9
Nord-Ovest	15,6	14,6	14,8
Nord-Est	14,9	13,9	14,1
Centro	16,3	14,2	14,7
Sud e Isole	16,5	12,7	13,6
Italia	15,9	13,7	14,2

(1) I tassi sono calcolati come rapporto fra i flussi di nuove iscrizioni nel biennio considerato e lo stock di imprese registrate al 30-6-2003.

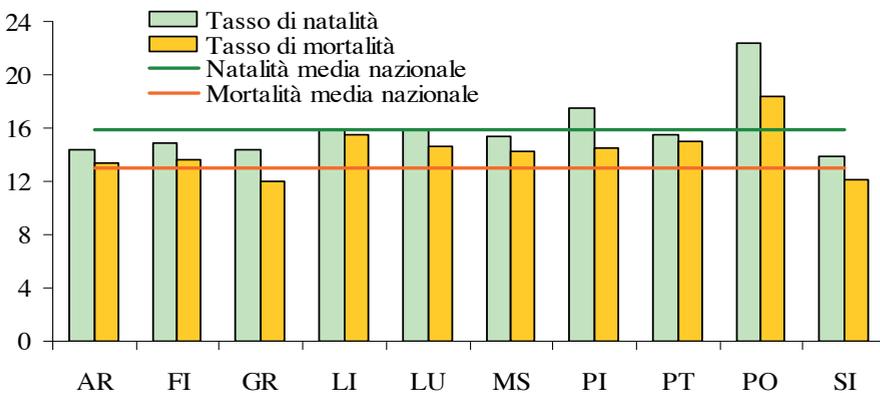
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

3 Oltre ad un certo numero di "variazioni" che, anche se in misura limitata (-64 unità), hanno inciso negativamente sul dato finale delle imprese femminili registrate in Toscana alla metà del 2005.

Per quanto riguarda più in particolare le dinamiche legate alla natalità d'impresa (tab. 2.2), la vivacità imprenditoriale cui si è appena fatto riferimento sembra confermata dal fatto che la Toscana si colloca in linea con i valori medi nazionali, al di sopra di tutte le regioni *benchmark* e delle macro-ripartizioni settentrionali qui considerate, e a non eccessiva distanza anche dalle *performance* del Centro e del Meridione. Al tempo stesso, si deve osservare come i livelli relativamente elevati di tale indicatore sembrano dipendere anche da un contesto regionale che, in generale, appare di per sé già caratterizzato da una spiccata propensione verso l'attività imprenditoriale. Il tasso di natalità delle imprese non femminili è infatti significativamente più alto rispetto a quello riportato da altre aree del territorio nazionale, a conferma che l'andamento rilevato presso la componente femminile non costituisce un aspetto strettamente riconducibile allo specifico segmento considerato.

Grafico 2.3

Natalità e mortalità delle imprese femminili in Toscana
 Valori percentuali relativi al biennio 2003-2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Fra le province dove l'indicatore analizzato risulta più elevato (graf. 2.3) si distingue soprattutto Prato (22,4%), seguita a distanza da Pisa (17,5%). Nel caso di Prato, in particolare, si conferma l'esistenza non soltanto di un modello di sviluppo che permane caratterizzato da una forte proliferazione imprenditoriale, ma di un ambiente socioeconomico che nel corso degli ultimi anni sembra altresì aver particolarmente incentivato la costituzione di imprese femminili, tanto che la provincia in questione consegue anche il differenziale di genere più elevato sotto il profilo analizzato (4,5 punti percentuali).

Attorno alla media regionale, in termini di tasso di natalità delle imprese femminili, vi sono poi Lucca (15,9%), Livorno (15,8%), Pistoia e Massa Carrara (15,4%), mentre al di sotto si collocano Firenze (14,9%), Grosseto ed Arezzo (14,4%). Chiude la graduatoria Siena (13,8%), con un tasso inferiore di due punti percentuali rispetto alla media regionale: a questo proposito va comunque evidenziato che è Massa Carrara la provincia dove il differenziale del tasso di natalità fra imprese femminili e non, oltre ad essere negativo, tocca i valori minimi (-1,4 punti percentuali), soprattutto in conseguenza di una dinamica delle imprese non femminili che appare la più elevata a livello regionale (dopo Prato).

Per quanto riguarda invece i fenomeni di mortalità imprenditoriale (tab. 2.3), la comparazione territoriale evidenzia come il tasso riportato dalla Toscana nel biennio 2003-2005 si attesti su valori particolarmente elevati, risultando superiore alla media nazionale e a quella di tutte le macro-ripartizioni considerate. Pur collocandosi su livelli analoghi a quelli di Emilia Romagna e Lombardia, inoltre, la mortalità delle imprese femminili mostra in Toscana un divario di genere (fra imprese femminili e non) tendenzialmente superiore rispetto alle regioni *benchmark*. In altri termini, le maggiori difficoltà che le imprese femminili incontrano nell'affermarsi sul mercato sembrano oltrepassare, in Toscana, una soglia puramente "fisiologica" del fenomeno, per lo meno se confrontata con il tasso di "insuccesso" incontrato presso le imprese non femminili.

Tabella 2.3

Tassi di mortalità imprenditoriale in Italia e in Toscana

Valori percentuali relativi al biennio 30 giugno 2003-30 giugno 2005

Area territoriale	Imprese femminili	Imprese non femm.	Totale imprese
Toscana	14,2	11,7	12,3
Arezzo	13,4	11,1	11,7
Firenze	13,7	11,3	11,8
Grosseto	12,0	11,3	11,5
Livorno	15,5	13,0	13,6
Lucca	14,6	11,4	12,1
Massa C.	14,3	11,4	12,1
Pisa	14,5	11,5	12,2
Pistoia	15,0	11,9	12,6
Prato	18,4	14,8	15,6
Siena	12,1	11,2	11,4
Emilia R.	14,3	11,9	12,4
Lombardia	13,2	10,9	11,4
Marche	12,8	10,8	11,3
Piemonte	14,2	12,0	12,5
Veneto	13,7	11,4	11,9
Nord-Ovest	13,8	11,4	11,9
Nord-Est	13,9	11,4	11,9
Centro	13,1	11,1	11,6
Sud e Isole	12,1	9,5	10,2
Italia	13,0	10,8	11,3

(1) I tassi sono calcolati come rapporto fra i flussi di cessazioni nel biennio considerato e lo stock di imprese registrate al 30-6-2003.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

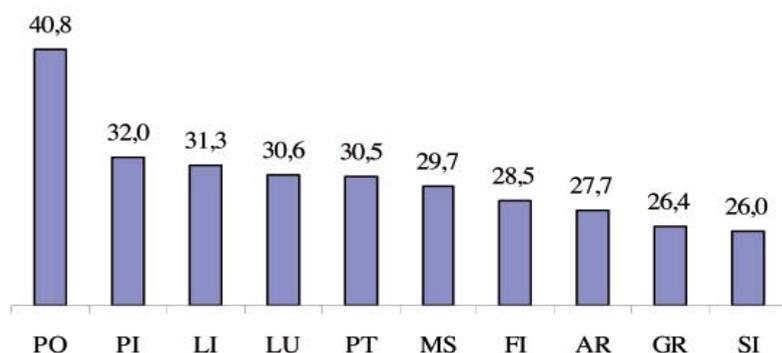
Anche in questo caso è Prato a riportare il valore più elevato, a testimonianza di come la proliferazione imprenditoriale cui si è in precedenza fatto riferimento si basi su una altrettanto forte selezione delle iniziative avviate ad opera dei meccanismi di mercato, piuttosto che su di una pre-selezione determinata da più elevate barriere all'entrata operanti

nella fase di ideazione e costituzione dell'azienda. Seguono Livorno (15,5%) e Pistoia (15,0%), mentre Lucca, Pisa, Massa Carrara, Firenze ed Arezzo si collocano attorno alla media regionale, e Siena e Grosseto su livelli decisamente inferiori. Si deve infine sottolineare come la mortalità delle imprese femminili sia in tutte le province superiore rispetto al resto del tessuto imprenditoriale, con scarti che variano all'interno di un *range* che passa da un massimo di 3,6 punti percentuali nel caso di Prato ad un minimo di 0,7 punti nel caso di Grosseto.

Grafico 2.4

Tassi di turn-over delle imprese femminili in Italia e in Toscana

Valori percentuali relativi al biennio 30 giugno 2003-30 giugno 2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

I dati presentati evidenziano pertanto una articolazione provinciale della demografia imprenditoriale in cui, con riferimento al tessuto delle sole imprese femminili, Prato e Pisa si distinguono per fenomeni di natalità e di mortalità al di sopra della media nazionale, facendo conseguentemente registrare anche i più elevati tassi di ricambio imprenditoriale (graf. 2.4). In altre realtà, l'imprenditoria femminile ha invece mostrato una maggiore stabilità: è il caso di Grosseto e di Siena, dove una nati-mortalità inferiore alla media nazionale per entrambi gli indicatori demografici ha determinato anche i tassi di *turn-over* imprenditoriale più contenuti. In tutte le restanti province, infine, tassi di iscrizione inferiori alla media nazionale si sono combinati con tassi di cessazione superiori al resto del Paese, dando luogo a situazioni intermedie rispetto alle precedenti.

Un ultimo aspetto merita infine un cenno in conclusione del presente paragrafo, legato alla possibilità di ricavare alcune informazioni utili per delineare la capacità di mortalità/sopravvivenza delle imprese femminili in funzione dell'età dell'impresa stessa. L'analisi del tasso di mortalità relativo al biennio 2003-2005 per periodo di iscrizione al Registro delle Imprese⁴ (tab. 2.4) evidenzia infatti che la maggiore probabilità di "insuccesso"

4 Il tasso di mortalità qui analizzato è il rapporto fra imprese cessate nel periodo preso in esame per anno di iscrizione delle imprese cessate al numeratore, ed imprese registrate per anno di iscrizione al 30 giugno 2003 al denominatore. L'indicatore così calcolato, è bene precisarlo, può essere interpretato come la mortalità delle imprese iscritte ai registri camerali in funzione dell'anzianità delle stesse imprese, condizionata cioè al fatto che queste fossero ancora registrate all'inizio del biennio oggetto di analisi.

ha riguardato le imprese più giovani (il tasso di cessazione è stato del 22,2% per quelle costituite dopo il 2000), dato coerente con altre evidenze empiriche che segnalano come la fase di *start-up* imprenditoriale e quelle di successivo primo sviluppo e consolidamento dell'impresa costituiscano uno dei momenti più delicati dell'intero ciclo di vita aziendale. Particolarmente elevato, a tale riguardo, risulta il tasso di mortalità delle imprese di Prato (28,8%), elemento che offre una nuova conferma a quanto già in precedenza riportato a proposito degli indicatori di nati-mortalità del "modello pratese", ma su livelli sostenuti è anche quello di Massa Carrara (25,8%).

Tabella 2.4

Tassi di mortalità delle imprese femminili in Toscana per anno di iscrizione

Valori percentuali relativi al biennio 30 giugno 2003-30 giugno 2005

Province	Prima del 1950	1950 1959	1960 1969	1970 1979	1980 1989	1990 1999	Dal 2000	Totale
Arezzo	12,5	16,7	14,7	12,2	11,6	11,3	19,8	13,4
Firenze	6,1	7,2	14,7	10,8	9,4	12,4	21,1	13,7
Grosseto	33,3	20,0	17,3	12,6	9,5	10,3	16,7	12,0
Livorno	4,8	9,1	16,7	12,3	11,4	13,4	23,4	15,5
Lucca	6,3	11,4	15,8	11,8	10,3	12,6	23,0	14,7
Massa C.	0,0	13,3	13,4	9,4	8,5	12,3	25,8	14,3
Pisa	17,6	9,8	13,9	12,9	9,1	12,6	23,5	14,5
Pistoia	13,3	7,5	17,1	13,4	11,4	12,2	24,4	15,0
Prato	0,0	22,2	13,6	14,4	14,9	13,8	28,8	18,4
Siena	7,1	16,7	19,6	12,7	9,3	9,7	18,3	12,1
Toscana IF	8,0	11,5	15,6	12,1	10,4	12,0	22,2	14,2
Toscana non-IF	8,4	12,2	13,2	9,8	8,6	10,5	17,4	11,7
Italia IF	5,8	9,5	13,5	11,9	9,4	11,3	19,5	13,0

(1) I tassi sono calcolati come rapporto fra i flussi di cessazioni nel biennio considerato e lo stock di imprese registrate al 30-6-2003.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Il tasso di mortalità tende quindi a diminuire gradualmente passando alle imprese costituite nel corso degli anni Novanta (12,0%) e degli anni Ottanta (10,4%), per poi crescere proseguendo ulteriormente a ritroso nel tempo, con un 12,1% per quelle la cui iscrizione risale agli anni Settanta ed un 15,6% per quelle del decennio 1960-1969. Successivamente, l'indicatore considerato torna nuovamente a declinare nel passaggio ad imprese la cui iscrizione risale agli anni Cinquanta (11,5%) e, soprattutto, ai decenni ancora precedenti (8,2%), in relazione cioè ad imprese in cui la fase di transizione generazionale sembra essersi ormai prodotta con successo consentendo di consolidarne nel tempo la posizione sul mercato.

È da osservare infine che il differenziale in termini di mortalità fra imprese femminili e non è più sensibile per quelle di più recente costituzione, fenomeno che tende tuttavia a smorzarsi passando a considerare realtà aziendali di più antica costituzione. Quanto evidenziato sembra così rafforzare, nel caso delle imprese femminili, ciò che è stato precedentemente affermato a proposito della "criticità" rappresentata dalla fase di

avviamento, con una selezione più intensa nel corso dei primi anni di vita dell'impresa che, solo successivamente, si riallinea con quella che riguarda le imprese non femminili.

2.2. *L'andamento per settore di attività e forma giuridica d'impresa*

Alle dinamiche fin qui osservate corrispondono andamenti assai differenziati fra i diversi comparti di attività economica. Già a livello di macrosettore si nota in effetti una certa variabilità del fenomeno (graf. 2.5), anche se il primo elemento che merita sottolineare è costituito dal fatto che la dinamica delle imprese femminili ha fatto registrare sistematicamente andamenti inferiori a quelli delle imprese non femminili, con l'unica eccezione dell'agricoltura. In questo caso, la pur negativa *performance* delle imprese femminili (-0,7% e -111 unità registrate) è risultata più contenuta rispetto alle restanti (-2,7%) cosicché, alla metà del 2005, le aziende di donne operanti nel settore considerato si attestavano a 15.279 unità (16,2% delle imprese femminili complessive).

Decisamente peggiore, in termini assoluti e percentuali, è stato il contributo fornito dall'industria (-288 imprese femminili, pari al -1,7%), dove più forte è risultato anche il differenziale negativo rispetto alla dinamica delle imprese non femminili. Questo fenomeno sembra segnalare una persistente difficoltà di penetrazione imprenditoriale da parte delle donne in ambiti di attività dove più elevate barriere all'ingresso e fattori culturali di marginalizzazione (quando non di vera e propria esclusione) della componente femminile hanno storicamente determinato una riduzione degli spazi disponibili. Alla metà del 2005, le imprese femminili operanti nell'industria raggiungevano così le 16.751 unità, pari al 17,7% delle imprese femminili complessivamente registrate.

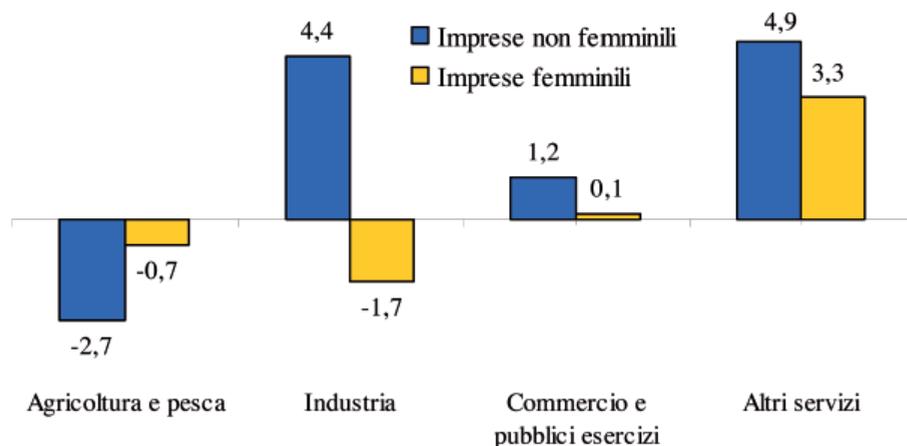
All'evoluzione complessivamente positiva che le imprese femminili hanno registrato nel biennio in esame ha perciò offerto un apporto determinante il terziario, in misura del tutto marginale nel caso del commercio e dei pubblici esercizi (+50 unità e +0,1%) ed invece decisiva da parte degli altri servizi (+765 imprese e +3,3%). A questo proposito è interessante evidenziare come il saldo positivo degli "altri servizi" abbia contribuito per oltre il 50% all'incremento complessivo delle imprese femminili, a fronte di una consistenza che è tuttavia nettamente inferiore, dal momento che le 23.663 imprese femminili registrate alla metà del 2005 contribuivano per circa un quarto al complessivo tessuto imprenditoriale femminile. Questo dato evidenzia d'altro canto come il terziario continui a rappresentare un fondamentale terreno di elezione per l'imprenditoria femminile, seppure attraverso percorsi che tendono a ridimensionare il peso delle più tradizionali attività commerciali.

Queste ultime, in particolare, risentono piuttosto negativamente di una situazione in cui il tessuto imprenditoriale operante nella distribuzione risente sia di trasformazioni strutturali che stanno interessando il settore ormai da alcuni anni, sia di una congiuntura non particolarmente favorevole legata alla stagnazione dei consumi e della domanda finale interna. A metà del 2005, il settore del commercio restava comunque quello in cui le aziende di donne risultano più numerose, con 35.775 unità registrate (il 37,7% delle imprese femminili totali).⁵

5 A proposito dalle considerazioni sviluppate in questo paragrafo si deve comunque evidenziare che la mancata attribuzione delle imprese nuove iscritte all'uno o all'altro settore di attività risulta essere un fenomeno che limita la completezza dell'analisi svolta. Si consideri che nel biennio 2003-2005 le imprese non classificate sono cresciute di 993 unità (+42%), contribuendo a spiegare per il 70% la variazione netta fra le imprese registrate ad inizio e fine periodo.

Grafico 2.5

Andamento delle imprese registrate in Toscana per macrosettore di attività
 Variazioni percentuali fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

L'approfondimento dei dati appena presentati consente comunque di interpretare meglio alcune dinamiche evidenziate in precedenza (tab. 2.5). Per quanto riguarda il terziario, ad esempio, la variazione assoluta più rilevante si è registrata nel settore degli "altri servizi sociali ed alla persona" (+295 unità e +3,7%), seguito da quello dei "trasporti e comunicazioni" che, con un aumento di 220 posizioni, ha messo ha segno il più elevato incremento in termini relativi (+15,3%). A questo proposito merita evidenziare che lo sviluppo dell'imprenditoria femminile in questo settore appare dipendere non tanto dalle attività di trasporto in senso stretto (i trasporti terrestri, marittimi ed aerei sono cresciuti soltanto di 19 unità), quanto dalle attività ausiliarie alle precedenti e dalle agenzie di viaggio (+83 unità) e, soprattutto, da quelle collegate alle comunicazioni (+118 imprese, triplicate in soli due anni). Sempre all'interno del terziario, infine, ulteriori 81 imprese femminili si sono iscritte ai settori del credito-assicurazioni (+32 e +1,9%), dell'istruzione (+19 e +6,1%) e della "sanità e altri servizi sociali" (+30 e +6,1%), delineando una situazione che complessivamente ha visto aumentare l'incidenza delle imprese femminili in quasi tutti i principali settori del terziario.

La più significativa eccezione è rappresentata dal settore delle "attività immobiliari, noleggio, informatica e ricerca", dove il pur consistente incremento in termini assoluti (+169 unità) si è tuttavia risolto in una modesta variazione percentuale (+1,5%) ed in un arretramento dell'incidenza delle imprese femminili sul relativo totale. A tal proposito si deve del resto osservare che la crescita registrata è spiegata in maniera pressoché esclusiva dall'aumento delle imprese nel comparto delle attività immobiliari (+341 posizioni, il 6,9% in più rispetto al 2003), attenuando ulteriormente il significato di un incremento che avrebbe potuto interessare in maniera più consistente comparti maggiormente collegati ai segmenti di offerta del terziario avanzato (tab. 2.6). Le attività informatiche e quelle di ricerca e sviluppo hanno infatti contribuito in maniera marginale al complessivo saldo positivo del settore, ed i relativi aumenti sono risultati controbilanciati da una netta flessione delle "altre

attività professionali” (-170 imprese e -4,0%) e dalle attività di noleggio di macchinari e attrezzature (-15 e -4,1%).

Tabella 2.5

Andamento delle imprese femminili registrate in Toscana per settore di attività
Variazioni fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005

Attività economica (codice Ateco)	Valori assoluti		Tasso femm. (1)		2005 su 2003	
	2003	2005	2003	2005	Var. ass.	Var. %
Agricoltura (A)	15.390	15.279	30,9	31,4	-111	-0,7
Pesca (B)	49	49	10,5	10,8	0	0,0
Estrazione di minerali (C)	42	43	7,7	7,9	1	2,4
Attività manifatturiere (D)	14.425	13.885	21,0	20,7	-540	-3,7
Utilities (E)	7	7	4,7	4,6	0	0,0
Costruzioni (F)	2.565	2.816	4,7	4,7	251	9,8
Commercio (G)	28.390	28.193	26,9	26,6	-197	-0,7
Alberghi e ristoranti (H)	7.335	7.582	32,1	31,9	247	3,4
Trasporti e comunicazioni (I)	1.436	1.656	10,5	11,9	220	15,3
Credito e assicurazioni (J)	1.729	1.761	21,7	22,9	32	1,9
Servizi alle imprese (K)	10.908	11.077	25,3	24,0	169	1,5
Istruzione (M)	311	330	28,6	29,0	19	6,1
Sanità e altri servizi sociali (N)	444	474	39,2	40,1	30	6,8
Altri servizi (O+P+L)	8.070	8.365	47,8	47,6	295	3,7
Imprese non classificate	2.361	3.354	-	-	-	-
Totale	93.462	94.871	23,3	23,0	1.409	1,5

(1) Incidenza delle imprese femminili sulle imprese complessivamente operanti nel settore considerato.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Fra gli altri macro-settori analizzati, divergente è poi risultata la dinamica fra il negativo andamento del commercio da un lato (-197 imprese e -0,7%), e la positiva evoluzione del settore alberghiero e della ristorazione dall'altro (+247 unità e +3,4%). Nel caso del commercio (tab. 2.7), in particolare, la contrazione è interamente ascrivibile alla dinamica del commercio al dettaglio (-360 imprese e -1,7%), mentre una dinamica favorevole ha interessato in particolare lo sviluppo del commercio all'ingrosso (+161 imprese e +2,9%).

Per quanto riguarda l'industria, infine, si deve evidenziare come la diminuzione delle unità femminili registrate rappresenti la sintesi di andamenti divergenti, con da un lato la sensibile crescita delle imprese iscritte al settore dell'edilizia (+251 unità e +9,8%), che ha risentito negli ultimi anni di un ciclo congiunturale favorevole particolarmente prolungato, mentre decisamente negativa è stata la *performance* delle attività manifatturiere, in termini sia assoluti (-540 unità) che relativi (-3,7%). Quest'ultimo andamento rappresenta peraltro la sintesi di andamenti infra-settoriali di segno anche notevolmente diverso (tab. 2.8).

Da un lato vi sono infatti comparti che hanno accusato una flessione delle unità iscritte, riconducibili soprattutto all'andamento del sistema moda (-562 unità e -7,2%), della carta-stampa-editoria (-39 e -6,3%), della chimica-gomma-plastica (-29 e -11,4%), della

lavorazione dei minerali non metalliferi (-58 e -9,2%), della fabbricazione di macchinari e di apparecchiature elettroniche e per comunicazioni (-26 e -8,7%), dell'industria del legno-mobile ed altre manifatturiere (-30 e -1,5%). Dall'altro, i restanti comparti mettono a segno incrementi di diversa intensità, interessando un comparto tradizionale come quello della trasformazione alimentare (+135 e +9,9%) e l'insieme dei comparti riconducibili al raggruppamento della "meccanica allargata" (metallo, meccanica, elettronica, meccanica di precisione, mezzi di trasporto hanno infatti visto crescere le imprese femminili registrate di 39 unità, pari al +2,3%), da attribuire soprattutto, in termini assoluti, alla meccanica strumentale ed alle macchine per ufficio (+24 unità), alla lavorazione dei metalli (+15), ai mezzi di trasporto (+16), alle apparecchiature medicali, ottiche e di precisione (+10).

Tabella 2.6

Andamento delle imprese femminili registrate in Toscana nel settore dei servizi alle imprese

Variazioni fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005

Attività economica (codice Ateco)	Valori assoluti		Tasso femm. (1)		2005 su 2003	
	2003	2005	2003	2005	Var. ass.	Var. %
K70 Attività immobiliari	4.920	5.261	24,1	23,1	341	6,9
K71 Noleggio macchinari	370	355	22,8	21,4	-15	-4,1
K72 Informatica e attività connesse	1.335	1.346	22,8	22,2	11	0,8
K73 Ricerca e sviluppo	34	36	16,1	16,2	2	5,9
K74 Altre attività prof.li e impr.li	4.249	4.079	28,1	26,6	-170	-4,0
Totale	10.908	11.077	25,3	24,0	169	1,5

(1) Incidenza delle imprese femminili sulle imprese complessivamente operanti nel settore considerato.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Tabella 2.7

Andamento delle imprese femminili registrate in Toscana nel settore del commercio

Variazioni fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005

Attività economica (codice Ateco)	Valori assoluti		Tasso femm. (1)		2005 su 2003	
	2003	2005	2003	2005	Var. ass.	Var. %
G50 Comm. e ripar. di autov. e moto	1.041	1.043	9,4	9,5	2	0,2
G51 Commercio all'ingrosso	5.623	5.784	15,0	15,2	161	2,9
G52 Commercio al dettaglio	21.726	21.366	38,1	37,5	-360	-1,7
Totale	28.390	28.193	26,9	26,6	-197	-0,7

(1) Incidenza delle imprese femminili sulle imprese complessivamente operanti nel comparto considerato.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

La diminuzione o la contrazione delle imprese femminili nei diversi comparti manifatturieri si lega peraltro generalmente ad un andamento di segno analogo, anche se di intensità diversa, presso la componente non femminile⁶, a segnalare la presenza di fattori

6 Le uniche eccezioni sono legate alla gomma-plastica (-7,4% per le femminili, +1,0% per le non femminili), alla produzione di metalli (+6,8% contro -6,6%), agli apparecchi medicali e di precisione (+5,9% vs. -0,1%).

di selezione specifici che agiscono sull'intero sistema imprenditoriale. La peculiarità che tuttavia contraddistingue, sotto il profilo considerato, l'imprenditoria femminile consiste nel fatto che nei diversi segmenti di offerta le dinamiche negative tendono ad essere più profonde rispetto a quelle delle imprese non femminili, mentre quelle positive assumono normalmente accentuazioni più forti.

Tabella 2.8

Andamento delle imprese femminili registrate in Toscana nel settore manifatturiero

Variazioni fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005

Attività economica (codice Ateco)	Valori assoluti		Tasso femm. (1)		2005 su 2003	
	2003	2005	2003	2005	Var. ass.	Var. %
DA15 Industria alimentare	1.364	1.499	24,3	25,5	135	9,9
DA16 Industria del tabacco	0	1	0,0	14,3	1	-
DB17 Industrie tessili	2.762	2.573	29,2	28,9	-189	-6,8
DB18 Confezioni-abbigliamento	2.847	2.633	38,8	38,4	-214	-7,5
DC19 Cuoio-pelle-calzature	2.164	2.005	24,8	24,1	-159	-7,3
DD20 Industria del legno	415	392	9,8	10,0	-23	-5,5
DE21 Industria della carta	155	132	18,8	16,6	-23	-14,8
DE22 Editoria e stampa	460	444	19,2	18,7	-16	-3,5
DF23 Produzione coke e raffinerie	4	1	11,1	4,0	-3	-75,0
DG24 Industria chimica	103	88	14,1	12,8	-15	-14,6
DH25 Industria della gomma-plastica	148	137	17,9	16,7	-11	-7,4
DI26 Lavorazione minerali non met.	633	575	17,2	16,1	-58	-9,2
DJ27 Produzione di metalli	59	63	17,0	18,9	4	6,8
DJ28 Prodotti in metallo	728	739	10,7	10,7	11	1,5
DK29 Macchine e apparecchi mecc.	302	322	8,8	9,0	20	6,6
DL30 Macchine ufficio ed elaboratori	18	22	9,5	10,7	4	22,2
DL31 Macchine e appar. elettronici	227	209	17,6	17,7	-18	-7,9
DL32 App. radiotel. e comunicazioni	71	63	13,0	15,3	-8	-11,3
DL33 App. medicali e di precisione	170	180	9,3	9,8	10	5,9
DM34 Autoveicoli e rimorchi	22	25	14,0	13,9	3	13,6
DM35 Altri mezzi di trasporto	85	98	8,2	8,2	13	15,3
DN36 Altre manifatturiere	1.632	1.625	18,2	18,4	-7	-0,4
DN37 Recupero e prep. riciclaggio	56	59	15,7	15,4	3	5,4
Totale	14.425	13.885	21,0	20,7	-540	-3,7

(1) Incidenza delle imprese femminili sulle imprese complessivamente operanti nel comparto considerato.

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Considerando ad esempio in maniera congiunta l'industria alimentare e la meccanica allargata, l'incremento delle imprese femminili è del +5,7% e dunque superiore rispetto al +1,6% di quelle non femminili, mentre nei restanti comparti da diminuzione delle prime (-6,3%) è più forte di quello riportato dalle seconde (-3,7%). Anche in ambito femminile, pertanto, si assiste a quel più generale processo di diversificazione produttiva che sta interessando l'intero sistema manifatturiero regionale, se consideriamo che i settori

in crescita contribuiscono ancora per una quota minoritaria al tessuto imprenditoriale toscano (alimentare e meccanica costituiscono infatti il 23% delle imprese femminili, ed il 35% di quelle non femminili). Al tempo stesso, questo processo sembra assumere nella componente femminile una velocità maggiore, forse proprio a causa della già documentata più forte specializzazione settoriale che ha contraddistinto in precedenza lo sviluppo delle imprese gestite da donne.

Sotto il profilo della forma giuridica di impresa (tab. 2.9), infine, la dinamica “al femminile” ha visto un generale sviluppo delle tipologie alternative a quella dell’impresa individuale che, seppur stazionaria in termini numerici nel periodo considerato, rimane tuttavia ancora quella largamente più diffusa. In espansione sono infatti risultate non soltanto le società di capitale (+640 imprese, in percentuale +6,5%) e le società di persone (+600 e +2,4%), ma anche le società cooperative (+122 e +13,2%) e le altre forme giuridiche.

Tabella 2.9

Andamento delle imprese femminili registrate in Toscana per forma giuridica
Variazioni fra il 30 giugno 2003 ed il 30 giugno 2005

Natura Giuridica	Valori assoluti		Tasso femm. (1)		2005 su 2003	
	2003	2005	2003	2005	Var. ass.	Var. %
Società di Capitale	9.772	10.412	13,8	13,4	640	6,5
Società di Persone	24.859	25.459	24,8	25,2	600	2,4
Imprese Individuali	57.703	57.731	26,3	25,9	28	0,0
Cooperative	923	1.045	12,8	15,4	122	13,2
Altre Forme	205	224	7,4	7,3	19	9,3
Totale	93.462	94.871	23,3	23,0	1.409	1,5

Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Questo processo di rafforzamento delle forme giuridiche adottate dalle imprese femminili è peraltro comune anche al resto del tessuto imprenditoriale regionale, rispetto al quale si contraddistingue per alcuni elementi che richiamano, sotto certi aspetti, quanto già in precedenza osservato a proposito delle specializzazioni settoriali manifatturiere. In particolare, il minor ricorso all’impresa individuale, il cui numero è stabile fra quelle femminili ed invece in lenta crescita (+2,2%) nelle non femminili, sembra dipendere anche da un fisiologico riequilibrio delle forme giuridiche adottate, posto che l’incidenza delle ditte individuali resta nettamente superiore fra le imprese di donne (61% al metà del 2005) rispetto alle altre imprese toscane (52%).

Lo spostamento verso le società di capitale è tuttavia più lento nella compagine femminile rispetto a quanto espresso dalle imprese non femminili (+6,5% vs. +10,7%), mentre risulta superiore la propensione a ricorrere a società di persone (+2,4% vs. +0,3%). Questi dati sembrano segnalare che il tentativo di adottare forme giuridiche ed imprenditoriali maggiormente complesse presenta ancora rilevanti ostacoli di genere, e che impedisce in particolare alle imprese di donne di organizzarsi con strutture più solide e meno rischiose.

Rilevante è infine anche il dato offerto dallo sviluppo delle cooperative “femminili”, se consideriamo che la dinamica di quelle non femminili è risultata, nel periodo in esame,

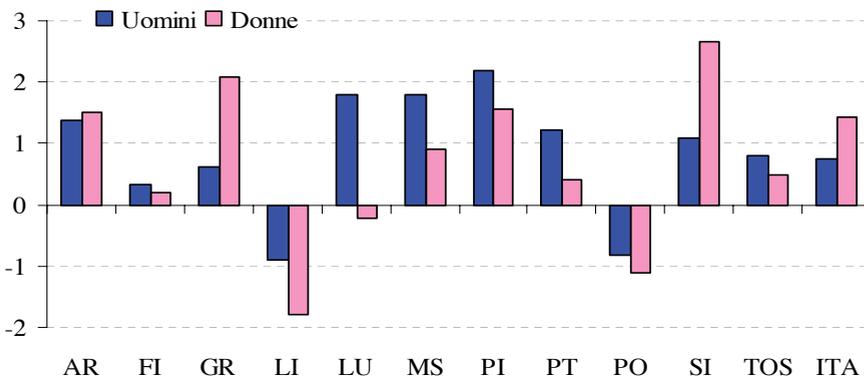
decisamente negativa (-8,6%). L'evidenza empirica appare dunque confermare quella caratteristica del sistema cooperativo che fa della capacità di "inclusione" una delle proprie peculiarità, tanto che l'incidenza delle società cooperative femminili sul relativo totale era a metà del 2005 superiore all' analogo dato riguardante le società di capitale (15,4% invece del 13,4%). Anche dal punto di vista dell'auto-imprenditorialità il movimento cooperativo sembra dunque offrire alle donne quelle opportunità che altre forme giuridiche paiono al momento precludere.

2.3. L'evoluzione del profilo delle imprenditrici toscane

Come si è già visto con riferimento alle imprese femminili, anche la dinamica per sesso delle persone che rivestono cariche imprenditoriali (graf. 2.6) ha visto in Toscana un aumento della presenza maschile superiore a quanto verificatosi per le donne (+0,8% vs. +0,5%). In questo caso, tuttavia, il differenziale di genere osservato risulta assai attenuato rispetto a quanto rilevato per le imprese, evidenziando come le difficoltà di ingresso sul mercato siano maggiori qualora la partecipazione femminile al tessuto imprenditoriale regionale si esprime attraverso modalità strutturate (come si verifica nel caso di creazione d'impresa), mentre appare assai più contenuto nel caso questa partecipazione avvenga in maniera individuale in imprese che, secondo le definizioni date, potrebbero anche non essere considerate "femminili". Ben diverso è stato tuttavia l'andamento registrato in Italia, dove ad una crescita degli imprenditori uomini analoga a quella toscana (+0,8%) ha fatto riscontro un ben più elevato incremento delle donne (+1,4%).

Grafico 2.6

Andamento delle persone con cariche in imprese toscane per genere
 Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005



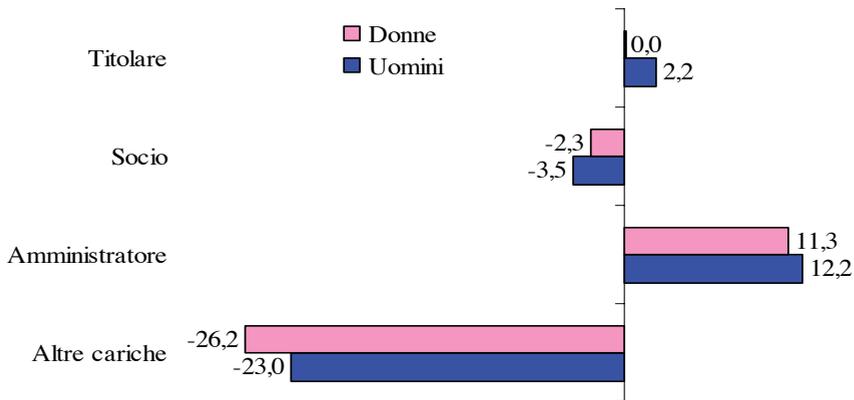
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

A livello territoriale, in Toscana, non sempre si è assistito ad un trend positivo: a Livorno le imprenditrici sono infatti diminuite dell'1,8% (uomini -0,9%), a Prato dell'1,1% (uomini -0,8%) ed a Lucca dello 0,2% (con gli uomini che sono al contrario cresciuti del

+1,8%). D’altro lato, in alcune realtà provinciali, la compagine femminile ha mostrato una crescita di grado superiore a quella dei *partners* maschi: è il caso di Siena (+2,7% contro il +1,1% maschile), Grosseto (+2,1% e +0,6%) ed Arezzo (+1,5% vs. +1,4%), mostrando ancora una volta come la media regionale nasconda situazioni locali fortemente differenziate.

Grafico 2.7

Andamento delle persone con cariche in imprese toscane per carica ricoperta e genere
Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

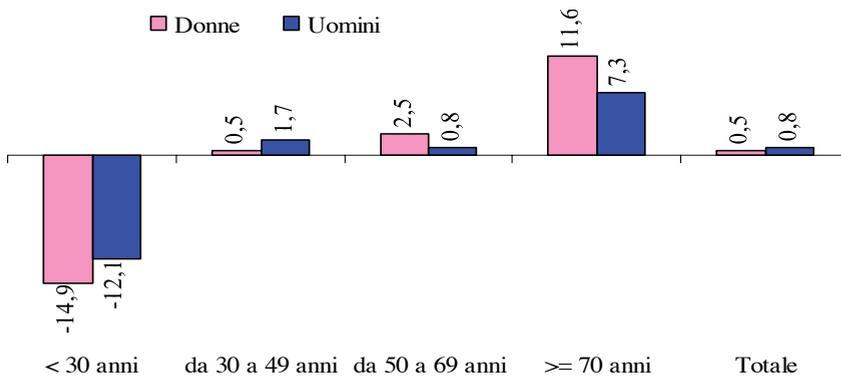
Per quanto riguarda l’analisi condotta secondo la carica ricoperta (graf. 2.7) risulta da subito evidente come il numero delle imprenditrici aumenta per le sole cariche di amministratrici (+11,3%) mentre resta stabile quello delle titolari: in entrambi i casi sono comunque gli uomini a mostrare una maggiore dinamicità. Diminuisce invece il numero di persone iscritte per le restanti due tipologie di cariche anche se, per quella di socio, sono le donne ad aver maggiormente limitato la contrazione, confermando che questo resta il ruolo dove la presenza femminile è più forte.

Cambia tuttavia la composizione interna di questa classe di cariche: con riferimento alle società di persone si riducono infatti le posizioni di socio in società in nome collettivo (-1.118 nel corso del biennio 2003-2005) ed aumentano quelle delle socie accomandanti in società in accomandita semplice (+130 unità), mentre relativamente alle società di capitali è numericamente marginale l’incremento delle socie in società a responsabilità limitata (+19 presenze). Per le “altre cariche”, infine, le dinamiche per sesso non hanno mostrato significativi scostamenti di genere, con una forte flessione del numero di presenze per entrambi i sessi (attorno al 25%).

Con riferimento all’età delle imprenditrici (graf. 2.8), le dinamiche in corso mostrano poi una tendenza alla crescita media della stessa in conseguenza di uno spostamento delle persone con cariche in impresa verso classi anagrafiche più elevate. Fra le donne è infatti fortemente cresciuta la presenza di imprenditrici con più di 70 anni (+11,6%) e, in maniera più modesta, con età compresa fra 30 e 70 anni, mentre è sensibilmente diminuita quella di donne appartenenti alla classe più giovane (-14,9% per le imprenditrici con meno di 30 anni).

Grafico 2.8

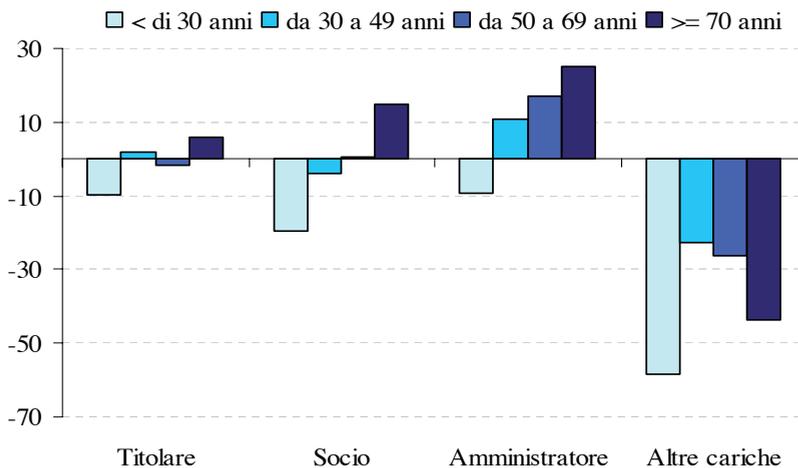
Andamento delle persone con cariche in imprese toscane per età e genere
 Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Grafico 2.9

Andamento delle imprenditrici toscane per carica ricoperta ed età
 Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Sebbene questo fenomeno di “invecchiamento” della popolazione imprenditoriale caratterizzi anche la componente maschile, si deve osservare come il processo descritto appaia presso quella femminile più pronunciato. Conseguentemente, nel biennio analizzato si è manifestata una tendenza alla riduzione del divario di genere esistente con riferimento all’età, già documentato nel precedente capitolo.

La crescita dell’età media delle imprenditrici ha riguardato tendenzialmente tutti i vari ruoli ricoperti in impresa, con un andamento che diventa normalmente relativamente migliore man mano che si considerano classi di età più elevate (graf. 2.9). Aumenti significativi si sono registrati in particolare nel caso di donne con oltre 70 anni che rivestono il ruolo di amministratore (+25%) e di socio (+15%), ma anche di quelle con

la carica di amministratore comprese fra i 50 ed i 69 anni (+17%) e fra i 30 ed i 49 anni (+11%, in conseguenza di una variazione assoluta di 3.355 posizioni che è la più elevata in assoluto fra gli incroci età-carica qui considerati).

Tabella 2.10

Andamento delle donne con cariche in imprese toscane per nazionalità

Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005

Nazione	Valori assoluti		Var. ass.	Var. %
	2003	2005		
<i>Nazionalità comunitaria</i>				
Totale	3.208	3.489	281	8,8
Germania	850	887	37	4,4
Francia	659	711	52	7,9
Gran Bretagna	517	547	30	5,8
Polonia	250	289	39	15,6
Belgio	175	182	7	4,0
Austria	94	109	15	16,0
Paesi Bassi	101	106	5	5,0
Svezia	100	101	1	1,0
Rep. Ceca e Slovacchia	89	95	6	6,7
Spagna	100	95	-5	-5,0
Ungheria	82	90	8	9,8
Grecia	60	63	3	5,0
Altri	131	214	83	63,4
<i>Nazionalità non comunitaria</i>				
Totale	6.495	7.861	1.366	21,0
Cina	1.708	2.193	485	28,4
Svizzera	714	735	21	2,9
Romania	347	541	194	55,9
Stati Uniti	380	387	7	1,8
Argentina	264	270	6	2,3
Marocco	116	203	87	75,0
Albania	110	190	80	72,7
Serbia e Montenegro	160	165	5	3,1
Iran	132	131	-1	-0,8
Libia	124	122	-2	-1,6
Tunisia	99	101	2	2,0
Senegal	32	45	13	40,6
Altri	2.309	2.778	469	20,3
Nazionalità italiana	181.250	180.816	-434	-0,2
Toscane	148.068	147.105	-963	-0,7
Non Toscane	33.182	33.711	529	1,6
Nazionalità non classificata	1.732	1.474	-258	-14,9
Totale	192.685	193.640	955	0,5

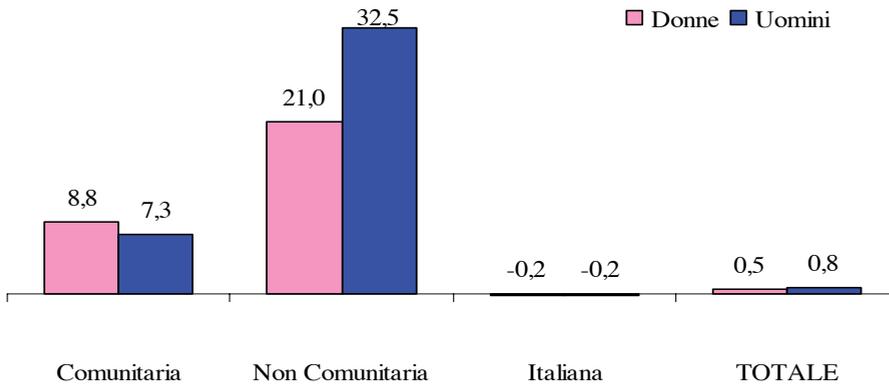
Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Riguardo all'analisi per nazionalità, infine, l'analisi mette in evidenza come sia nel caso degli uomini che delle donne gli imprenditori italiani abbiano mostrato una stabilità cui ha fatto riscontro una buona dinamicità di quelli stranieri (graf. 2.10). Nel 2003-2005, infatti, sia le donne comunitarie (+8,8%) che quelle non comunitarie (+21,0%) hanno sostenuto la partecipazione femminile alle cariche ricoperte in imprese toscane (in termini assoluti, si tratta di 281 persone comunitarie e di 1.366 persone non comunitarie in

più), a fronte di una lieve flessione delle italiane (-434 persone, pari al -0,2%)⁷. Si osservi inoltre che la forte dinamica dall'imprenditoria non comunitaria mostra, a differenza dell'italiana e di quella comunitaria, una non trascurabile differenziazione di genere fra le due componenti analizzate, essendo trainata soprattutto dall'incremento della componente maschile.

Grafico 2.10

Andamento delle persone con cariche in imprese toscane per nazionalità e genere
 Variazioni % fra il 30-06-2003 ed il 30-06-2005



Fonte: Elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Infocamere-Stockview

Per quanto riguarda più in dettaglio i singoli paesi di provenienza (tab. 2.10), fra quelli comunitari gli incrementi più sensibili sono stati realizzati in termini assoluti da Francia, Polonia, Germania, Gran Bretagna ed Austria, con variazioni che comunque non superano in nessuno dei casi citati alcune decine di unità. Fra i paesi non comunitari, invece, si assiste ad incrementi numerici ben più consistenti, che toccano i valori più elevati nel caso della Cina (+485), della Romania (+194), del Marocco (+87), dell'Albania (+80) e, in termini relativi, anche del Senegal. Sia nel caso dei comunitari che dei non comunitari, ad ogni modo, risulta molto significativo anche l'incremento messo a segno dall'imprenditoria femminile dei paesi non inclusi nell'elenco delle prime dodici nazionalità per numerosità imprenditoriale complessiva, ciò che sembra rappresentare una testimonianza di come stiano acquisendo sempre maggior peso nuove aree di origine dei flussi migratori verso il territorio regionale.

7 Al saldo complessivo, pari a 955 donne con cariche in impresa in più rispetto al 2003, ha contribuito negativamente anche un certo numero di posizioni non classificate sotto il profilo della nazionalità (-258 unità). Si deve inoltre precisare che il confronto fra il 2005 ed il 2003 è omogeneo sotto il profilo delle nazionalità considerate come comunitarie o meno: in considerazione dell'allargamento a 25 Stati dell'Unione Europea del 1° gennaio 2004, anche i dati del 2003 sono stati infatti rivisti in maniera tale da includere i Paesi che hanno beneficiato di tale allargamento. Se, invece di considerare l'UE-25 tanto per il 2003 che per il 2005, si fosse considerata l'UE-15 ad entrambe le date di riferimento, la variazione delle donne comunitarie con cariche in impresa sarebbe passata dal +8,8% al +6,1%.

Considerazioni conclusive

Nell'Italia del dopoguerra, in conseguenza delle profonde trasformazioni socio-economiche che hanno attraversato il Paese, le donne hanno conquistato crescenti spazi e ruoli all'interno del mondo del lavoro e dell'economia, accompagnandone i processi di modernizzazione e di sviluppo anche attraverso una sempre più qualificata partecipazione nell'ambito delle attività lavorative non domestiche e dell'economia formale. Insieme agli sbocchi occupazionali offerti dal lavoro dipendente, importanti occasioni di realizzazione individuale e di affermazione sociale sono derivate per le donne dalle sempre maggiori opportunità di intraprendere attività professionali in proprio e percorsi imprenditoriali autonomi.

A partire da questa premessa, il presente studio si è così proposto di tracciare un quadro aggiornato, per la Toscana, della partecipazione e del contributo offerto dalla componente femminile allo sviluppo ed alla crescita del tessuto imprenditoriale regionale, attraverso l'analisi dei principali dati disponibili presso il sistema camerale grazie alla tenuta del Registro Imprese. Pur con i limiti insiti nell'utilizzo di archivi di natura amministrativa a fini di analisi economico-statistica, le informazioni presentate hanno infatti il pregio di costituire una fonte in grado di restituire con un buon grado di affidabilità le principali caratteristiche strutturali e tendenze evolutive che attraversano l'intero sistema imprenditoriale, consentendo inoltre comparazioni fra settori e territori diversi.

In considerazione dello strumento utilizzato, le analisi svolte si caratterizzano per offrire un contributo conoscitivo di natura prevalentemente quantitativa, permettendo di delineare le principali coordinate del fenomeno in esame e di evidenziare la collocazione assunta dalla Toscana rispetto al contesto nazionale. Il quadro generale che se ne ricava rappresenta inoltre un utile punto di partenza anche per meglio progettare ricerche di approfondimento che comportino un'attività sul terreno, da realizzarsi ad esempio mediante specifiche indagini dirette di natura campionaria.

Ciò premesso, le elaborazioni proposte nel presente lavoro fanno riferimento a specifiche definizioni operative di "impresa femminile" e di "imprenditrice", date in premessa, riconducibili nel primo caso a quelle aziende con una partecipazione maggioritaria di donne al capitale sociale e/o agli organi sociali, e nel secondo a quelle persone che rivestono cariche in imprese toscane, principalmente quali titolari, socie o amministratrici. In conclusione, riteniamo opportuno richiamare qui brevemente alcuni fra i principali elementi emersi dalla ricognizione effettuata:

1. Alla fine del 2004, erano registrate in Toscana circa 94.000 imprese femminili, caratterizzate nella quasi totalità dei casi (92%) da una partecipazione esclusiva delle donne al capitale ed agli organi sociali. Questa forte caratterizzazione "al femminile" delle imprese analizzate non sembra derivare soltanto dal fatto che le imprese individuali rappresentano una quota rilevante del totale (62%): rimane infatti una ulteriore significativa quota di realtà aziendali che, pur assumendo forme giuridiche più complesse e pur non identificandosi dunque direttamente con la sola figura del titolare (è il caso delle società di capitali, di persone e delle cooperative), restano tuttavia ad esclusiva partecipazione femminile.

2. Ciò potrebbe evidenziare l'esistenza di un fattore di debolezza delle iniziative imprenditoriali femminili, nella misura in cui segnala una certa chiusura dei relativi assetti proprietari e nelle strutture di *governance* aziendale. In effetti, l'aspetto citato sembra ulteriormente rafforzato dal fatto che la quota di imprese individuali, precedentemente riportata (62%), è sensibilmente superiore a quella che si riscontra nelle imprese non femminili (52%). Le imprese femminili, in altri termini, presentano più spesso delle non femminili una natura individuale e, anche quando si aprono a forme giuridico-organizzative più articolate, tendono normalmente a restare confinate all'interno di una esclusiva caratterizzazione "di genere". Lo stesso rafforzamento strutturale verificatosi nel corso degli ultimi anni, derivante da un deciso incremento delle forme societarie, appare meno pronunciato rispetto a quanto non accada per le imprese non femminili, confermando dunque il permanere di alcuni fattori di penalizzazione nei confronti delle donne nel momento in cui decidono di intraprendere e successivamente consolidare una propria iniziativa imprenditoriale.
3. Le imprese femminili costituiscono il 23% delle imprese complessivamente registrate in Toscana (alla fine del 2004, pari complessivamente a circa 410.000). Si tratta di un valore in linea con la media nazionale, inferiore a quello delle regioni meridionali e superiore a quello delle aree settentrionali del Paese, ciò che evidenzia una accentuazione del fenomeno in esame laddove appaiono più "arretrate" le strutture economico-produttive dei territori interessati e meno dinamici i rispettivi mercati locali del lavoro. Questa ipotesi interpretativa, che lega il grado di diffusione delle imprese femminili a minori possibilità di sbocco per le donne in termini di occupazione dipendente, sembra confermata anche dai dati relativi alle province toscane, nella misura in cui i valori più elevati sono riportati dai territori della Costa (in particolare, Massa-Carrara, Livorno e Grosseto) e quelli più bassi dall'Area Metropolitana Interna (l'agglomerazione urbana, industriale e terziaria di Firenze-Prato-Pistoia). Se ciò è vero, il contributo offerto dalle donne alla strutturazione del tessuto imprenditoriale locale appare dunque, entro certi limiti, di tipo "residuale": la decisione di avviare una nuova impresa risulta ancora condizionata, in un numero non trascurabile di casi, dal "fallimento" nella ricerca attiva di una occupazione dipendente, piuttosto che da una pienamente motivata scelta personale.
4. Questo fattore esplicativo si associa e si combina con tre ulteriori fenomeni di rilievo. Il primo riguarda il fatto che le disparità territoriali citate al punto precedente tendono a ridursi qualora si consideri, invece del rapporto fra imprese femminili ed imprese totali, l'incidenza delle donne sull'insieme delle persone che rivestono cariche in impresa: da ciò consegue che, nei contesti economici più "evoluti", sembrano aumentare non soltanto le possibilità che provengono alle donne da un mercato del lavoro dipendente maggiormente dinamico, ma anche le opportunità derivanti da contesti imprenditoriali più articolati e complessi e, per ciò che qui interessa, maggiormente "inclusivi" nei confronti della componente femminile. In questi casi, le donne trovano dunque la possibilità di essere associate più spesso che altrove alla direzione e gestione di imprese non femminili.

5. Il secondo consiste nella caratteristica per cui le province a maggior presenza relativa di imprese femminili si contraddistinguono tendenzialmente anche per una maggiore incidenza di imprese femminili individuali (Grosseto 71%, Livorno 70%, Massa Carrara 65%) rispetto alla media regionale (62%) ed alle province meno “femminilizzate” sotto il profilo imprenditoriale (Prato 51%, Firenze 54%, Pistoia 61%). Ad un più forte addensamento territoriale di imprese di donne non corrisponde cioè necessariamente anche una maggiore qualificazione delle relative strutture imprenditoriali ed organizzative: in alcuni contesti, per quanto detto in precedenza, il “di più” di imprese femminili che contribuiscono allo sviluppo locale sembra dipendere non di rado da situazioni di maggiore difficoltà occupazionale, che si risolvono nella creazione di imprese che, proprio per il processo da cui scaturiscono, presentano più frequentemente caratteristiche di marginalità e di de-strutturazione.
6. Questo secondo fattore si intreccia peraltro strettamente con un terzo elemento esplicativo, riguardante la specializzazione settoriale delle imprese femminili sotto il profilo territoriale. Nelle province dove più rilevante è la presenza femminile, le attività prevalenti sono normalmente costituite da ambiti economico-produttivi a minore intensità di capitale, caratterizzati da inferiori tassi di accumulazione e da una più contenuta necessità di reperire adeguate risorse tecniche e finanziarie: si tratta, dunque, di settori dove più ridotte sono le barriere all’entrata per la componente femminile, grazie alla possibilità di adottare strutture organizzative più “snelle” e leggere (si consideri a questo proposito che, a livello regionale, le imprese individuali femminili sono il 92% del totale in agricoltura ed il 64% nel commercio-turismo, mentre scendono al 56% nell’industria, al 54% negli “altri servizi” ed al 23% nell’edilizia). È il caso, ad esempio, dell’agricoltura e del turismo a Grosseto e del commercio-pubblici esercizi a Massa-Carrara e Livorno, mentre Firenze, Prato, Pistoia ed Arezzo sono le uniche province a mostrare una specializzazione femminile nell’industria, risultando inoltre più frequentemente specializzate anche in alcuni ambiti del terziario non legati al commercio ed al turismo (gli “altri servizi” cui si è più sopra accennato).
7. Il *pattern* territoriale di specializzazione/de-specializzazione settoriale risente peraltro, nel caso dell’imprenditoria femminile, di un ulteriore più generale aspetto, ricollegandosi normalmente alle specializzazioni che caratterizzano nel complesso i diversi ambiti locali. L’82% degli incroci settore/provincia (secondo la “griglia” analizzata nel presente studio) dove esiste una specializzazione territoriale rivela infatti una corrispondente specializzazione imprenditoriale “al femminile” e, simmetricamente, una situazione analoga si verifica anche per l’81% degli incroci dove esiste una de-specializzazione locale. Ancora più significativo, nel 60% dei casi i livelli di specializzazione femminile sono più elevati di quelli non femminili, così come nel 56% dei casi di de-specializzazione quella femminile risulta più pronunciata, denotando la tendenza ad un rafforzamento dei caratteri localizzativi sotto il profilo settoriale della componente femminile. Questi dati sembrano inoltre evidenziare come, nella scelta del settore di attività, la decisione della donna imprenditrice possa non soltanto beneficiare dell’eventuale *know-how* acquisito, ad esempio, in un precedente lavoro dipendente all’interno del settore in cui successivamente si esplica la propria attività autonoma,

ma risulti altresì condizionata da una maggiore difficoltà nella definizione di percorsi imprenditoriali alternativi a quelli che maggiormente caratterizzano i rispettivi territori di appartenenza.

8. La composizione per età delle imprese femminili toscane mostra che la relativa costituzione è tendenzialmente più recente rispetto a quella delle imprese non femminili: nel primo caso il 72% delle imprese si è iscritta ai registri camerali dopo il 1990, mentre nel secondo la percentuale scende al 68%. Questo fenomeno sembra dipendere dal combinato disposto di due fattori. Da un lato, rappresenta la conferma del fatto che l'ingresso delle donne all'interno del tessuto imprenditoriale regionale è un fenomeno più recente nel tempo, risultando parallelamente associato ad indicatori demografici leggermente più elevati sotto il profilo della natalità d'impresa (nel biennio 2003-2005 pari al 15,8% per le imprese femminili, al 14,9% per quelle non femminili). Dall'altro, sembra derivare anche da una più elevata probabilità di insuccesso e da una maggiore fragilità costitutiva delle imprese femminili, collegata anche alla minore strutturazione cui si è già in precedenza fatto più volte riferimento parlando della natura giuridica adottata. La mortalità delle imprese femminili è, infatti, significativamente superiore rispetto a quella delle imprese non femminili (rispettivamente 14,2% ed 11,7%), evidenziando un maggior ricambio imprenditoriale ed una maggiore quota di imprese spinta in posizioni marginali dalle dinamiche competitive e dai meccanismi selettivi del mercato. Il differenziale esistente fra imprese femminili e non sotto il profilo della mortalità imprenditoriale risulta particolarmente elevato nel caso delle aziende di più recente costituzione, riducendosi solo gradualmente nel tempo: la "forbice" si chiude soltanto per le imprese costituite prima del 1960.
9. La più recente evoluzione delle imprese femminili per settore di attività è ancora una volta trainata dai servizi, malgrado i comparti più dinamici si collochino, con riferimento al biennio 2003-2005, sia in segmenti "tradizionali" del terziario che in ambiti economici in parte diversi e più "moderni" rispetto al passato. Particolarmente interessante è infatti la crescita registrata nelle attività ausiliarie dei trasporti, nelle agenzie di viaggio, nelle telecomunicazioni, nella meccanica, nelle costruzioni e nel commercio all'ingrosso, ma di rilievo restano anche gli incrementi messi a segno nel turismo, nell'industria alimentare, nelle attività immobiliari, nell'istruzione, nella sanità e negli altri servizi sociali. In contrazione risultano invece agricoltura, commercio al dettaglio, sistema moda, lavorazione dei minerali non metalliferi, industria della carta-stampa-editoria, del legno e della chimica-gomma-plastica, e piuttosto preoccupanti appaiono le battute d'arresto rilevate in alcuni segmenti qualificati dei servizi alle imprese (informatica ed altri servizi professionali ed imprenditoriali).
10. In un momento storico caratterizzato, per l'economia toscana e nazionale, dal sovrapporsi di profondi processi di trasformazione strutturale e da una intensa e prolungata fase di recessione-stagnazione, anche le dinamiche settoriali delle imprese femminili risentono dei fenomeni citati, e non è certamente agevole isolare la misura in cui queste dinamiche siano riconducibili anche a fattori di riequilibrio "di genere", in grado cioè di ridurre quei fenomeni di "segregazione orizzontale" che caratterizzano

tuttora la composizione delle imprese femminili per settore di attività. Resta il fatto che il 30% delle imprese femminili è ancora attivo nella distribuzione commerciale e che, più in generale, ben il 63% è registrato nel terziario (i valori delle imprese non femminili sono pari, rispettivamente, al 25% ed al 50%). Una marcata polarizzazione femminile è inoltre tuttora presente anche all'interno del manifatturiero, dove pure la presenza femminile trova meno spazio per esprimersi, se consideriamo che nelle diverse articolazioni del sistema moda (tessile-abbigliamento-cuoio) si concentra ben il 53% delle imprese femminili di produzione, contro il 32% di quelle non femminili.

Se, in ambito industriale, risulta dunque particolarmente importante sostenere la capacità delle imprese femminili di riposizionarsi verso settori meno aggredibili dalla nuova concorrenza internazionale, com'è ad esempio il caso delle diverse articolazioni produttive della meccanica allargata (meccanica, elettronica, metalli, mezzi di trasporto), il problema appare porsi in termini differenti con riferimento all'ampio ruolo che il terziario ancora riveste quale tradizionale terreno elettivo dell'imprenditoria femminile.

In particolare, si tratta di capire come la forte focalizzazione sui servizi, fin qui spesso considerata come uno dei sintomi di quella "segregazione orizzontale" che ha agito come freno allo sviluppo dell'imprenditoria femminile in altri ambiti economici, possa essere tramutata in un fattore di vantaggio per le donne imprenditrici durante una fase post-industriale di transizione verso una "società della conoscenza" come l'attuale, dove risulteranno più determinanti che in passato, quali decisivi elementi competitivi, *know-how* ed *asset* immateriali rispetto a fattori economico-produttivi basati su processi *capital-intensive*.

In questo senso, il riposizionamento dell'intera economia toscana verso nuovi segmenti di offerta e la necessità di accrescerne il potenziale innovativo sembrano poter trovare nella valorizzazione della componente imprenditoriale femminile un importante punto di forza, nella misura in cui il tradizionale presidio delle attività terziarie ed alcune caratteristiche distintive della popolazione femminile toscana (ad esempio, i relativamente elevati livelli di istruzione) riescano ad essere indirizzate verso quei servizi "di frontiera" che la letteratura scientifica ha individuato quali *Knowledge Intensive Business Services* (Bilderbeek et al., 1998).

Riferimenti bibliografici

- Bilderbeek R., Den Hertog P., Marklund G., Miles I., 1998, *Services in Innovation: Knowledge Intensive Business Services (Kibs) as Co-producers of Innovation*, SI4S Synthesis Paper, Agosto 1998.
- Burrelli A. 1999, *Imprenditoria femminile e mercato: riflessioni e nuove prospettive*, intervento al seminario organizzato dalla Regione Toscana su “Imprenditoria femminile. Mille donne per mille imprese”, Firenze, 26 ottobre 1999.
- Camera di Commercio di Pisa, 2004, *La legislazione in favore dell’imprenditoria femminile nei Paesi dell’Unione Europea*, Pisa.
- Camera di Commercio di Savona, 2003, *Donna e impresa. I dati dell’imprenditoria femminile a Savona*, Savona.
- Caritas/Migrantes, 2003, *Immigrazione. Dossier statistico 2003. XIII Rapporto sull’immigrazione*, Roma.
- Catturi G., Di Pietro R., 2003, “Nuovi” organismi aziendali ed imprenditoria femminile. *Concepimento, gestazione, nascita ed avvio di “nuovi” organismi socio-economici*, Cedam, Siena.
- Cialdai M., 2002, *La creazione di nuove imprese di servizi: situazione e prospettive in Toscana*, tesi di laurea in “Metodologie e determinazioni quantitative d’azienda” presso la Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Firenze, Corso di laurea in economia aziendale, Anno accademico 2001/2002.
- Eurobic Toscana Sud Spa, Associazione Progetto Arcobaleno Onlus, Euroteam Progetti Studio Associato, Associazione Le Reti di Kilim, Spi e Associati Srl, Comune di Firenze, 2005, *Profili. Indagine partecipata sui percorsi imprenditoriali di donne ed immigrati per la costruzione di un modello interpretativo della configurazione professionale dell’imprenditore*, Firenze.
- Foschi A. D., 2005, *Imprenditrici della provincia di Livorno: vocazioni, motivazioni, ostacoli ed aspettative*, Camera di Commercio di Livorno.
- I.S.R. Istituto di Studi e Ricerche, Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara, 2004, *Imprenditoria femminile in provincia di Massa-Carrara*, Massa-Carrara.
- Lopez-Claros A., Zahidi S., 2005, *Women’s Empowerment: Measuring the Global Gender Gap*, World Economic Forum, Ginevra
- Meini M. C., 2005, *Occupazione e imprenditorialità femminile: dati quantitativi e risultati di un’indagine diretta su un segmento di donne con lauree deboli*, in Unioncamere Toscana, Asseforcamere, Associazione Mosaico, “Progetto Net-WORK. Occupabilità femminile: indagini e ricerche”, Firenze, PP 7–72.
- Ministero delle Attività Produttive, Unioncamere, 2005, *Impresa in genere. Primo rapporto nazionale sulle imprese femminili*, Roma.

- Pontarollo E., Crosti A., 1990, *Il terziario avanzato in Italia. Problematiche economiche e dimensione quantitativa del terziario avanzato*, Collana FTA, Milano.
- Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte, 2005, *Piccole imprese, grandi imprenditrici '05. Crescita, successo e bisogni dell'imprenditoria femminile piemontese*, Torino.
- Regione Toscana, 2005, *Pari opportunità. Rapporti delle aziende medio-grandi toscane. Biennio 2002-2003. Regione Toscana*, Pisa.
- Regione Toscana-Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro, 1999, *Indagine sull'offerta di imprenditorialità femminile in Toscana*, Flash lavoro Quaderno n. 76, Firenze.
- Reyneri E., 2002, *Sociologia del mercato del lavoro*, Il Mulino, Bologna
- Unioncamere Toscana, Asseforcamere, Associazione Mosaico, 2005, *Progetto Net-Work. Occupabilità femminile: indagini e ricerche*, Firenze.
- Zanni L., 1999, *Alta tecnologia e terziario avanzato. Dinamiche evolutive dell'imprenditorialità in Toscana*, Cesvit, Firenze.

PARTE SECONDA

Le indagini di alcune Camere di Commercio: le esperienze locali e quella europea

a cura di Fabio Faranna (Unioncamere Toscana - Ufficio Studi)

IMPRESA: SOSTANTIVO FEMMINILE SINGOLARE¹

1. Rischio d'impresa

Un cortometraggio per raccontare il complesso rapporto di donna e lavoro. E' quanto ha realizzato il Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile di Firenze che ha scelto uno strumento di comunicazione inusuale per cercare di raggiungere in maniera diretta tutte le donne che vogliono avere un ruolo nel mondo del lavoro. "Con questo impegno – spiega il presidente del Comitato Cristina Bandinelli – abbiamo voluto sperimentare nuove forme per la divulgazione di tematiche sociali ed economiche, appropriandosi di generi comunicativi di massa (cinema e tv) per porre in discussione alcuni dei temi fondamentali del rapporto donna – famiglia – lavoro più spesso affrontato in convegni, conferenze stampa, tavole rotonde".

Marina è una brillante donna in carriera di 40 anni. Il presidente della sua società, Matilde, le propone una carica dirigenziale e una quota azionaria dell'azienda. Passato il momento iniziale di euforia, mille pensieri l'assalgono: la famiglia, il marito, i figli; come gestirà adesso, con più lavoro e responsabilità, un equilibrio già delicato.

Ad aggravare la situazione, la sera stessa il marito rientra a casa avvilito perché appena licenziato: ai problemi pratici si aggiungono quelli emotivi e psicologici. Marina non riesce a reagire. La paura di affrontare la situazione prende il sopravvento e la conduce alla sconfitta: dopo una notte insonne torna da Matilde e rifiuta la promozione. Ma Matilde conosce troppo bene la vita di una donna che lavora. E per aiutarla le racconta la storia della sua vita, di quando anche lei fu ad un passo da farsi schiacciare dalle proprie insicurezze e abbandonare il lavoro, ma oggi sa che se lo avesse fatto avrebbe condannato all'infelicità sia la sua vita che il suo matrimonio. Marina ascolta in silenzio e alla fine un sorriso di sollievo le si apre sul volto.

"Rischio d'impresa", racconta le difficoltà psicologiche della donna di oggi – racconta Francesco Brandi, regista e autore del soggetto del cortometraggio – divisa fra famiglia e carriera, ma è anche una storia che cerca di incoraggiare tutti a credere ai propri sogni e a non farsi schiacciare dalle proprie paure. Perché se è vero che ogni impresa, professionale o personale, comporta dei rischi, il più grave di tutti è non provarci nemmeno!

Regia
Autore del soggetto e della sceneggiatura
Direttore della fotografia
Autore del montaggio
Autore del commento musicale
Fonico

Francesco Brandi
Francesco Brandi
Marco Onorato
Marco Spoletini
Paolo Vivaldi
Filippo Porcari

¹ Le pagine che seguono sono una sintesi della pubblicazione "L'impresa è donna", del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della C.C.I.A.A. di Firenze, Firenze, 2005, sintesi a cura del settore Servizi ed Iniziative Promozionali della C.C.I.A.A. di Firenze, Patrizia Rabatti e Cristina D'Aniello

Montatore del suono
Scenografia
Costumi
Trucco e parruccho
Direttore di produzione
Produttore esecutivo

Dario Calvari
Gloria Brescini
Patrizia Bernardini
Serena Servili
Matteo Raffaelli
Amedeo Bacigalupo

CAST

Matilde
Marina
Paolo, marito di Marina
Madre di Marina
Marito di Matilde

Ottavia Piccolo
Fiorenza Tessari
Lorenzo Gioielli
Maria Grazia Sughi
Giampiero Bianchi

2. Donne e impresa: un binomio possibile

L'impegno del Comitato è proseguito con l'analisi di alcuni casi di successo di donne e imprenditrici che hanno saputo ben coniugare la vita familiare con la realizzazione delle loro aspirazioni imprenditoriali.

Sono più di quante comunemente si pensi le imprese - piccole o grandi, fino a quelle che hanno portato nel mondo il prestigio del "Made in Italy" - nate dall'idea di donne che, con coraggio e pochi mezzi iniziali, sono poi riuscite a realizzare un sogno che oggi coinvolge con successo figli e nipoti.

"Erano altri tempi", si obietterà. In parte è vero: oggi un'intuizione azzeccata non basta più a fare una fortuna o "semplicemente" a fare impresa. Servono capitali e formazione, serve sapersi muovere tra mercato, istituzioni e credito e serve una maggiore presenza delle donne nei meccanismi di potere politico e associativo; ma un'idea vincente è sempre qualcosa che vale una scommessa o l'assunzione di un rischio.

Forse un tempo era più facile, ma oggi esistono strumenti di supporto che prima non c'erano. Esiste una legge nazionale, la 215 del 1992, intitolata Azioni positive a sostegno dell'imprenditoria femminile, in attesa di essere rifinanziata che, in concorso con le Regioni, è in grado di fornire una base di capitale per avviare un'impresa. Ci sono le Camere di Commercio, che hanno potenziato l'impegno nel promuovere, sostenere e realizzare le azioni per la crescita delle economie locali, in stretto raccordo con le associazioni delle imprese e le istituzioni. Ci sono le finanziarie delle associazioni di categoria. C'è il progetto "Investire in rosa" della Regione Toscana che dà accesso a prestiti a tasso agevolato.

Quattro esempi di donne che ce l'hanno fatta, la maggior parte partendo dal nulla, forti solo di un'idea, della loro determinazione e dell'amore per la professione scelta. Quattro esempi per far capire che si può, che niente è impossibile; per ricordare che "impresa" è, in fin dei conti, un sostantivo femminile.

La maga dell'immagine

Cristina Bertini, 37 anni, fiorentina. Il suo negozio di hair stylist a Rignano sull'Arno, che

gestisce con la socia Manola Beccaponci, è diventato un punto di riferimento metropolitano per la cura dell'immagine. È il porto giusto cui approdare quando scopri di non piacerti più, quando vuoi dare un taglio al passato cominciando dai capelli. Entri, ti siedi: lei guarda e ti cambia la vita. In pochi minuti sceglie il colore, le nuances, il taglio. Non serve opporsi: lei non accetta compromessi; e quando finalmente esci ti rendi conto che aveva ragione. I segreti del mestiere Cristina li ha appresi nel posto giusto, in quella Milano frenetica dove il business della moda stimola sempre a nuovi traguardi, dove non puoi fermarti per godere di un buon risultato perché devi subito pensare a come conseguire il successivo. Aveva 23 anni quando giunse a Milano, inseguendo un amore in carne ed ossa che poi è svanito nel passato. Dopo una settimana già lavorava in uno dei templi dell'immagine, nel negozio dei Severgnini, non parrucchieri qualunque ma anticipatori di mode e tendenze. Coloro che tra i primi in Italia hanno cambiato il ruolo dell'acconciatore, non più artigiano/stilista ma imprenditore attento a cogliere al volo qualsiasi refolo di cambiamento e a tradurlo in stile. "Bussai a quella porta e mi fu aperto: il giorno dopo lavoravo nel negozio dei Severgnini. Al mio attivo avevo una buona conoscenza dell'inglese e nozioni di informatica, oltre che una formazione specifica acquisita in quattro anni passati a Londra dove avevo frequentato l'Accademia Vidal Sassoon - e a Firenze, nel negozio "Sonia". Ma le ali le ho messe a Milano, dai Severgnini. Lì ho imparato ad applicare le nozioni di psicologia che avevo imparato a Casalecchio di Reno, in provincia di Bologna, in un corso di formazione pagato dall'Oréal. La psicologia applicata ai capelli si chiama, in gergo professionale, "diagnosi partecipativa". Consiste nel parlare con la cliente e capire che cosa lei si aspetta dal parrucchiere, intuire che cosa in realtà vuole oltre lo shampoo. Generalmente - spiega Cristina - il desiderio di vedersi diversa è legato a un cambiamento di vita: può essere una separazione o semplicemente il rendersi conto che qualcuno ti sta insidiando il marito, un nuovo lavoro o un amore sul nascere. In genere chi vuol cambiare look vuole uscire dall'anonimato, vuol darsi un carattere. Dai Severgnini, dove sono rimasta due anni, avevo la responsabilità di scegliere i colori da applicare alle clienti e coordinavo dieci apprendisti. Di lì passano donne di ogni tipo: quelle tutte lavoro, casa e famiglia, le "sciùre", cioè le signore della Milano bene, ma anche le più famose e pagate modelle del mondo, sicuramente le clienti più difficili. Sono capricciose, coccolate, volubili, ma anche obbligate a non tradire il look da contratto, quello siglato con le agenzie e le case di moda per le quali di volta in volta fanno da testimonial. Sotto le mie mani sono passate Naomi Campbell, Jerry Hall, l'ex moglie di Mick Jagger, Ornella Vanoni e tante altre donne famose, trattate in negozio o nel backstage delle sfilate." Il repertorio di volti, caratteri e stati d'animo che Cristina ha a disposizione è ormai così ampio da consentirle di capire all'istante che cosa voglia una cliente che entra nel suo sempre affollato negozio di Rignano sull'Arno. Il margine di errore è minimo. "Le donne sicure di sé, quelle che si piacciono malgrado qualche difetto - spiega - in genere non cambiano mai il proprio aspetto. Un esempio è Ornella Vanoni: sono anni che fa lo stesso colore e porta lo stesso taglio." Ma nel "catalogo" di Cristina ci sono anche quelle talmente sicure del loro fascino da poter affrontare il rischio di qualsiasi esperimento di colore e di taglio. Le insicure, invece, tendono a scegliere pettinature che coprono loro il volto, "e una volta trovata la soluzione più protettiva è difficile convincerle a cambiare". Dopo due anni l'amore rincorso a Milano si era dissolto tra le braccia di un'altra. Cristina ne prese atto e se ne tornò a Firenze, dove l'aspettavano una nuova vita e un nuovo amore, Gabriele Nuzzi, diventato suo marito sei mesi fa dopo anni di convivenza.

Lui lavorava come elettricista davanti al negozio “Carlo Bay”, dove Cristina aveva ripreso a lavorare dopo la parentesi milanese. Dopo vari ammiccamenti e preliminari decisero, in un sol colpo, di vivere insieme e di metter su ciascuno un’attività in proprio. Scelsero di trasferirsi in Valdarno, dove tutto è meno caro ed è quindi più facile partire da zero. Lui mette su la GTE - Impianti elettrici, lei trova una socia, Manola Beccaponci, e apre un negozio. I soldi per iniziare sono quattordici milioni di vecchie lire, ottenuti attraverso l’accesso al credito garantito da un consorzio fidi e note di credito girate sul contratto con l’Oréal. Ma la storia continua. L’attività del suo uomo la incuriosisce e la stimola. Scopre la domotica, cioè l’automazione degli impianti all’interno delle abitazioni per rendere più facile la vita ai disabili e agli anziani non autosufficienti. Se ne innamora ed ora sta sviluppando un progetto assieme al Comune di Figline e all’associazione disabili Aseba per allestire un day-living, cioè una residenza diurna per disabili dotata di impianti automatizzati. Il prossimo, eventuale capitolo su Cristina sarà sicuramente dedicato alle meraviglie dell’elettronica.

Dalla bioagricoltura allo “stile biologico”

Insolito il percorso di Giuditta Blandini, 40 anni, calabrese, laureata in agraria a Firenze. Fino a sette anni fa coordinatrice dei tecnici addetti al controllo ed alla certificazione delle produzioni agricole biologiche, oggi stilista di successo e socia fondatrice di “Stile biologico” azienda di abbigliamento per donna e bambini che utilizza solo fibre naturali derivanti da coltivazioni bio e OGM-free. Con lei, lavorano due socie: Valeria Doga, di Bolzano, architetta, e Gloria Modesti, di Cecina, stilista. Insieme non arrivano a 120 anni. “Dopo aver lavorato anni per altre aziende (facevo progetti di coltivazione biologica e coordinavo i tecnici addetti all’attività di certificazione e controllo) mi è venuta voglia di rischiare in proprio. Non disponendo di terreni coltivabili - racconta Giuditta - ho deciso di sfruttare le mie competenze e la mia sensibilità ambientalista, producendo abiti con fibre derivate da colture bio e da semi non geneticamente modificati. Sapevo benissimo che la quantità di pesticidi impiegata nelle coltivazioni destinate al tessile, soprattutto quelle di cotone - spiega - è di gran lunga superiore a quella impiegata nelle coltivazioni alimentari: il rapporto è di tre a uno. Ero anche a conoscenza dei danni provocati dagli aerei carichi di pesticidi che sorvolano i terreni coltivati a cotone; danni alle persone che lavorano nei campi, alla fauna, alla falda idrica. In India, dove la coltivazione del cotone è estesa e intensiva, ci sono laghi che si sono prosciugati, mettendo in serio pericolo la sopravvivenza delle popolazioni locali e degli animali; tutto l’ecosistema è stato stravolto. Creando abiti biologici avevo l’opportunità di mettere a frutto le mie conoscenze, di continuare il mio impegno a favore dell’ambiente e, allo stesso tempo, di fare qualcosa di creativo entrando in un mercato ancora vergine ma consapevole.” La prima sensazione che si ha entrando nel negozio di via dello Sprone, al 25 rosso, è olfattiva. C’è un buon odore di bucato, ma è un odore che dobbiamo rintracciare nella memoria, che non fa parte di un quotidiano fatto di polveri e lavatrici. D’inverno vi si trovano capi in alpaca e lane merino provenienti da animali che, in Sud America, vivono allo stato brado e mangiano quel che di naturale offre il terreno. D’estate vi si trovano abiti di cotone, lino, seta, canapa. Fibre esclusivamente bio, in purezza o mescolate tra loro, per capi di una grande ricerca stilistica che si esprime nei tagli, negli inserti, negli abbinamenti di colore, nelle rifiniture - esclusivamente fatte a mano -, nei particolari, come i bottoni di ceramica colorata provenienti dal Perù. Il

cotone biologico proviene essenzialmente dalla Turchia; la fibra viene tessuta in Germania perché in Italia solo di recente sono nate tessiture dedicate al biologico. Anche la scelta della seta è determinata dall'anima ambientalista di Giuditta. "Usiamo solo Seta Buretta - spiega - cioè il primo filamento del baco, quello che precede la formazione del bozzolo: è un filamento più grosso ma ci consente di non uccidere il baco. Non sono tuttavia una "komeinista" dell'ambiente. Le mie non sono battaglie, ma semplicemente scelte: quando posso preferisco orientarmi su prodotti di salvaguardia, ma senza veti assoluti e drastiche messe al bando." Nel tessile un altro passaggio che comporta qualche rischio ambientale è quello della tintura: per questo Giuditta evita tessuti trattati con coloranti chimici di sintesi, anche se certificati a basso impatto ambientale. "Per l'inverno - precisa - compriamo alpaca in tinta, cioè proveniente da animali di diverso colore, visto che in natura esistono alpaca rossicci, bianchi e testa di moro. In questo caso ci limitiamo solo a chiedere garanzie sul trattamento di lavaggio. D'estate usiamo cotone, seta, lino e canapa al naturale oppure tinte con coloranti vegetali. Da quando abbiamo iniziato, la tecnica vegetale è molto migliorata: prima erano colori poco resistenti ai lavaggi e alla luce, oggi hanno la stessa resa e la stessa durata di quelli artificiali. Ma, ripeto, non sono una "fanatica": se per esigenze estetiche ho bisogno di ricorrere a un inserto di colore rosso intenso mi arrendo alla chimica, anche se cerco di arrendermi solo quando è impossibile farne a meno." La prima collezione "Stile Biologico" è del 1997 e fu presentata in occasione di una fiera a Baltimora, negli Stati Uniti. "Allora - ricorda Giuditta - lavoravo ancora in agricoltura, avevo guadagnato abbastanza e potuto mettere qualche soldo da parte per scommettere su una nuova attività; se fosse andata male avrei avuto ancora il mio vecchio lavoro. Oltretutto ero riuscita a trovare un finanziamento di venti milioni di lire e questo mi dette la carica definitiva. Non erano tanto i soldi, che comunque non guastavano: aver trovato il finanziamento significava che qualcuno credeva nel mio progetto." La collezione fu accolta bene, con grande interesse e curiosità, anche se questo non si tradusse immediatamente negli ordini auspicati. "Era nostra intenzione svilupparci sui mercati esteri, a partire da quello americano, ma capimmo subito che forse era meglio farsi prima le ossa in casa e poi mettere il naso fuori. E così facemmo. Oggi abbiamo un fatturato che anche nell'ultimo anno, notoriamente di forte crisi per l'abbigliamento, è cresciuto del 20%. Ci siamo consolidati in Italia, dove riforniamo 35 negozi che vendono quasi esclusivamente nostri capi, e abbiamo avviato proficui contatti con la Svizzera; proseguiamo con Regno Unito e Francia. I nostri mercati ideali - spiega Giuditta - sono quelli che hanno già sviluppato una coscienza ambientalista: al momento non possiamo guardare ai nuovi mercati come la Russia o la Cina, dove la nuova ricchezza impone comportamenti più improntati all'apparire che all'essere." In grande sviluppo anche il settore di abiti per bambini: "Una volta comprato un capo da noi, le mamme diventano nostre clienti fisse. A sceglierci sono spesso i bambini, che avendo una percezione sensoriale maggiore rispetto agli adulti sentono la differenza tra indossare un capo tutto naturale come i nostri e un capo trattato. Ciò significa che stiamo allevando una generazione di consumatori più attenta al proprio benessere, e che anche per il futuro il lavoro non ci mancherà".

Mani che tengono in vita il passato

Mani che tengono in vita il passato quelle di Francesca Lotti, 31anni, e di sua madre Laura Grossi. In Oltrarno, nella bottega di restauro di via dello Sprone, lo Studio Santo Spirito,

mantengono in vita piccoli e grandi capolavori: oggetti ereditati dal passato - vetri, porcellane, ceramiche - che una sfortunata fatalità ha ridotto in mille pezzi e che le mani pazienti di Francesca e Laura ricompongono, ricercando e sperimentando tecniche e materiali come negli antichi laboratori artigiani. A iniziare dal nulla l'attività, da autodidatta, forte solo di un'idea e imparando dagli artigiani d'Oltrarno le tecniche per trattare i vari materiali, è stata Laura Grossi, la madre, che poteva sfruttare anche le competenze scientifiche del marito (un fisico, ricercatore del Cnr). Francesca è cresciuta in laboratorio tra spatole, polveri, collanti e pennelli. Quando aveva due anni, sua madre, per tenerla buona, le metteva in mano gli attrezzi del mestiere e lei giocava a lavorare. "Il mio era un gioco di emulazione", racconta Francesca, seduta su uno sgabello del laboratorio in mezzo a orologi dal quadrante ormai sbiadito e a bambole di bisquit in attesa di ritrovare il naso o gli occhi. "Con il passare degli anni il fascino di far rinascere gli oggetti ha preso il sopravvento sul gioco e ha indirizzato le mie scelte: al liceo artistico hanno fatto seguito vari corsi di restauro, tra cui quello all'Opificio delle Pietre Dure. Ormai - osserva - il mantenere il più possibile i legami con qualsiasi oggetto che abbia un passato è la mia impostazione mentale prevalente. Ho lo stesso atteggiamento verso oggetti di grande manifattura come verso quelli più poveri ma che nascondono un aspetto interessante nel materiale, nella forma o semplicemente nella loro storia." Nello Studio Santo Spirito lavorano Francesca, sua madre e una dipendente di 27 anni, Chiara Bartolini, anche lei mossa dallo stesso spirito che anima le due titolari. Da questo studio ne sono nati altri, messi in piedi da ragazzi che, negli anni, hanno frequentato la bottega di via dello Sprone come stagisti. Qui arrivano oggetti delle più disparate provenienze geografiche e storiche: Cristi lignei del Trecento e opere di artisti contemporanei, come le ceramiche di Paolo Staccioli, che bussa a questa porta quando qualcosa non va come previsto durante la cottura in forno; orologi finemente smaltati di provenienza britannica o francese e reperti archeologici di epoca etrusca o precolombiana. "Quando ci viene consegnato un oggetto - spiega Francesca - facciamo uno studio del danno, del materiale, delle tecniche di esecuzione. Solo dopo questa prima fase passiamo alla stesura di una ipotesi di soluzione. Ogni intervento è diverso perché non c'è mai un oggetto che si sia rotto esattamente come un altro e che sia stato cotto o decorato allo stesso modo." Gran parte dei materiali usati nei restauri sono stati messi a punto da Francesca e Laura sulla base dell'esperienza. I barattoli sui banconi contengono polveri derivate da mattoni grattati, colori e colle naturali come quelle che venivano usate secoli fa nei laboratori d'arte. E, come allora, alcune "pozioni" sono coperte da segreto. A bussare alla porta dello Studio Santo Spirito arrivano da tutta la Toscana, ma qualcuno anche dall'estero, soprattutto dagli Stati Uniti, e molti da altre città italiane. Gente comune, che ricorre a questo "ospedale del bello" per affezione particolare a un oggetto andato in frantumi, parroci, responsabili di piccoli e grandi musei e collezionisti. "Ci vuole grande delicatezza per trattare con i collezionisti - precisa Francesca - perché quasi sempre si tratta di persone che nei confronti dei loro oggetti hanno lo stesso attaccamento che potrebbero avere per un figlio. Dopo averci affidato un pezzo qualcuno ci telefona anche tutti i giorni. Quel che importa non è solo il risultato dell'intervento, che comunque il collezionista si aspetta perfetto: il cliente deve anche capire che consegna una cosa di sua proprietà a persone in grado di apprezzarla e di amarla. Dobbiamo ispirare completa fiducia, la stessa che un genitore si aspetta di provare verso la baby sitter cui affida il figlio." In realtà quello di Laura e Francesca è un lavoro che si può fare solo per amore. "I guadagni non

sono né grandi né facili - sorride Francesca - ma siamo sempre qua: anche se non ci siamo fatte lo yacht né la villa al mare, il gioco vale la candela. Abbiamo la consapevolezza di fare un lavoro utile non solo perché rende felici le persone che recuperano oggetti con un vissuto, ma anche perché manteniamo vivo un patrimonio di saperi che rischia sempre più di andare disperso. Quando guardiamo dentro i vecchi oggetti ci rendiamo conto di quanto le tecniche e le lavorazioni del passato fossero di gran lunga più accurate di oggi. Noi non abbiamo più tempo per le cose eccelse, siamo dominati dalla fretta e dal costo della mano d'opera, non possiamo più permetterci il lusso della ricerca artigiana e dell'affinamento del gusto. Stiamo perdendo un patrimonio tra le dita. Un tempo a cancellare i saperi erano le carestie; oggi è, paradossalmente, la tecnologia, madre e matrigna al tempo stesso, che proprio perché indispensabile per noi, figli e vittime dell'industria, rischia di sovrapporsi e cancellare gli antichi saperi che sono stati alla base dell'evoluzione del gusto.”

La signora dei “bisonti”

Da ragazzina Antonella Rusignuolo, faceva la DJ in una radio locale, Radio Signa. Ora, a 43 anni, ha un marito e una figlia, Elena Sofia, di 12 anni, dalla quale è tenuta più lontana di quanto vorrebbe da 34 “bisonti” della strada, gli automezzi che compongono la flotta della Autotrasporti Rusignuolo snc, l'azienda di Lastra a Signa di cui è titolare. La società fa parte del gruppo di famiglia, che comprende anche la Rusignuolo srl, che si occupa del trasporto e della vendita di materiale inerte per l'edilizia, e la Rusignuolo Trasporti e logistica srl. Antonella Rusignuolo, 43 anni, un marito e una figlia, Elena Sofia, di 12 anni, dalla quale è tenuta più lontana di quanto vorrebbe da 34 “bisonti” della strada, gli automezzi che compongono la flotta della Autotrasporti Rusignuolo snc, l'azienda di Lastra a Signa di cui è titolare. La società fa parte del gruppo di famiglia, che comprende anche la Rusignuolo srl, che si occupa del trasporto e della vendita di materiale inerte destinato all'edilizia, e la Rusignuolo Trasporti e Logistica srl. Antonella è l'unica donna protagonista di una scena popolata di soli camionisti, la cui colonna sonora è ogni giorno la stessa: il rombo dei potenti motori dei tir che si alternano senza sosta sul piazzale dell'azienda. Un cazzotto nelle orecchie per una che, da ragazzina, faceva la DJ in una radio locale, Radio Signa. Antonella, che afferma di aver avuto sempre un carattere timido, e non possiamo che crederle, è temuta dai suoi dipendenti: trenta, tutti uomini, tutti robusti, tutti camionisti, tutti devoti a quelle icone sexy che addobbano le pareti delle cabine dei tir e dell'officina, dove gli automezzi vengono revisionati e riparati. Qualche volta, anzi spesso lei dice, è costretta ad alzare la voce. Chi, altrimenti, potrebbe sentirla con quel rimbombo continuo di motori sbuffanti sul piazzale? È temuta ma sa anche ascoltare. “Nulla di più sbagliato dell'idea che di solito la gente ha del camionista”, osserva Antonella. “La sola parola evoca l'immagine di un omaccione tutto muscoli e stereotipi machisti. È come se si trasferisse pari pari all'uomo l'immagine del mezzo che guida: un mezzo potente che può anche diventare prepotente, e che in ogni caso incute timore. In realtà non è affatto così. I camionisti sono uomini più fragili di tanti altri, anche per la vita che fanno, una vita che li costringe a stare tante ore, a volte diversi giorni, lontano dalle loro famiglie e dai loro affetti. Alcuni di loro hanno capito che sono una che abbaia ma non morde, che dietro i toni alti della voce si nasconde una persona timida”, racconta Antonella. E allora si confidano con me, mi parlano dei loro problemi, delle loro paure, delle loro fragilità e non mi sentono più come la loro “padrona”; piuttosto come la loro psicologa o, comunque, come qualcuno che li

ascolta quando hanno bisogno di sfogarsi un po'".

Certo è che lavorare ogni giorno a contatto con soli uomini, e per di più della specie devota a "madonne" profane, richiede più di una precauzione. Nel modo di vestire, ad esempio. "D'estate evito accuratamente trasparenze e magliette scollate", confessa Antonella. "L'unica volta che mi è capitato di indossare qualcosa del genere mi sono immediatamente resa conto che chi avevo davanti non seguiva il filo logico delle mie parole, ma si era perso dentro i fili della camicetta. " Insomma, "riesco a farmi sentire, a fare partacce ma, allo stesso tempo a mantenere intatto il mio spirito femminile anche se affogato sotto qualche metro di stoffa di troppo." Non è solo questione di dipendenti: uomini sono in genere anche i committenti di una azienda di autotrasporto. Non di rado la comunicazione s'impiglia nei laccioli della differenza di sesso. "Una volta mi hanno passato al telefono un cliente nuovo", ricorda Antonella. "Ho risposto nel solito modo, cioè con la massima cortesia possibile, ma fin dalle prime battute la conversazione non si è messa bene. Cercavo di rendermi conto del perché quando, di botto, non mi sono sentita dire: "Io con le donne non ci parlo, mi passi qualcun altro". "Mi dispiace proprio per lei", ho risposto, "perché le assicuro che potrebbe scoprire parecchie cose interessanti". Il primo scoglio da superare nel trattare con gli uomini, siano essi clienti o dipendenti, è sempre quello della diffidenza: "Per i miei due fratelli, che lavorano con me, l'approccio è più immediato, più naturale. Io, in genere, sono prima sottoposta a uno studio accurato." Antonella è comunque convinta che per poter lavorare in proprio, per poter essere padrona di se stessa, valga la pena di pagare qualche prezzo. "Le donne che se la sentono dovrebbero provarci anche se questo non è certo il momento migliore per avviare un'attività. Sono tempi difficili, non è una banalità ammettere che dopo quel tragico 11 settembre il mondo è cambiato. Ci sono meno soldi in giro e, nel nostro settore, dobbiamo fare i conti con il prezzo del petrolio: su base annua consumiamo una media mensile di 90.000 litri di gasolio. Cifre pesanti, più pesanti di tutti i nostri 34 tir; che, per fortuna, non ho mai visto tutti fermi sul piazzale."

UNO STUDIO SULLE VOCAZIONI, MOTIVAZIONI, OSTACOLI ED ASPETTATIVE DELLE IMPRENDITRICI NELLA PROVINCIA DI LIVORNO¹

Premessa

Il Comitato Imprenditoria Femminile di Livorno, di concerto con la Camera di Commercio di Livorno, ha promosso una ricerca statistico qualitativa sull'imprenditorialità femminile nella provincia di Livorno, al fine di individuare gli ostacoli che le donne incontrano nell'esercizio dell'attività d'impresa, con l'obiettivo, una volta presane esplicita conoscenza, di proporre una serie di interventi volti alla loro riduzione se non eliminazione.

L'indagine si è concentrata sugli aspetti motivazionali, sulle vocazioni, sulle risorse disponibili, sulle potenzialità, sulle criticità, sui fabbisogni e le aspettative di servizi sul territorio, delle donne che fanno impresa. In tal senso si è indagato anche sul loro rapporto di queste protagoniste con le istituzioni finanziarie, le istituzioni economiche territoriali, le associazioni di categoria, i consulenti privati con cui entrano in contatto nelle varie fasi di vita dell'impresa per comprendere quali siano per loro le più apprezzate e giovevoli.

Non volendo, nell'economia della ricerca, indagare sull'universo delle 8.973 imprese femminili risultante dal Registro delle Imprese della Camera di Commercio di Livorno, ed essendo la tipologia dell'indagine prevalentemente qualitativa, la rilevazione è stata condotta mediante questionario su un campione di 250 imprese rappresentativo sia della ripartizione territoriale in Sistemi Economici Locali della provincia ("Livorno – Collesalvetti", - "Piombino – Val di Cornia", - "Rosignano – Cecina", - "Isola d'Elba"), sia dei settori in cui è articolato il sistema economico locale: Agricoltura, Industria, Artigianato, Commercio, Turismo-Servizi- Cooperazione.

Le risposte sono state raccolte con intervista diretta da rilevatori della Camera di Commercio di Livorno. I risultati, ottenuti dalla elaborazione dei dati del questionario, sono stati verificati con domande di approfondimento e discussioni con gruppi di imprenditrici, organizzati per settore di attività.

Dalla ricerca è emerso che il profilo delle imprenditrici della provincia di Livorno non si discosta molto da quello nazionale già individuato nello studio nazionale condotto da Unioncamere Nazionale.

Localizzate principalmente nel SEL di Livorno – Collesalvetti, le imprese femminili livornesi sono prevalentemente di piccole dimensioni e a carattere individuale, con una struttura ancora più fragile di quella nazionale.

Di seguito si riportano alcuni dei risultati emersi dall'indagine, in particolare sotto il profilo qualitativo. E si rinvia alla lettura del libro per gli appropriati approfondimenti.

¹ Le pagine che seguono sono una sintesi, realizzata da Alga D. Foschi e Francesca Rolla, estratta dal libro "IMPRENDITRICI della Provincia di Livorno: vocazioni, motivazioni, ostacoli ed aspettative" di Alga D. Foschi, Quaderni della Camera di Commercio di Livorno, n. 1, Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della C.C.I.A.A. di Livorno, Livorno, 2005.

1. Il profilo delle imprenditrici

1.1 La maturità imprenditoriale

Molte delle donne imprenditrici della provincia lo divengono per successione e molte lo divengono per necessità. Alla prima grande crisi degli anni ottanta, che comportò numerose dismissioni di personale da parte delle grandi imprese, seguirono nascite di micro e piccole imprese individuali. Le imprenditrici di allora, anche le più giovani, sono divenute le imprenditrici mature di oggi che conducono le imprese collocate nella percentuale delle più consolidate (quelle cioè con più di 5 anni di età).

Tuttavia negli ultimi cinque anni sono nate molte imprese; la domanda che ci si pone è se queste sono frutto di una vocazione imprenditoriale di donne giovani o sono anch'esse espressione di una età più matura.

Per quanto riguarda l'aggregato provinciale si osserva che sono le donne mature che dominano nell'universo dell'imprenditoria femminile.

Nella classe 36 – 55 si concentra il 59,2% delle imprenditrici. Ma ciò in fondo non è molto diverso da quanto accade in qualunque altro tipo di attività.

Le donne sopra ai 65 anni ancora inserite nel mondo dell'imprenditoria sono poche, non oltre del 3,3% (ma probabilmente questo è un dato sottostimato) e le molto giovani e giovani nel complesso non arrivano al 18,0%.

Le imprenditrici giovani sono quelle donne che preferiscono l'autonomia e la creatività, sia pure rischiose, a posti fissi di lavoro, spesso scartati a causa dei lunghi tempi di attesa per ottenerli, o perché fin dall'inizio esclusi.

Anche nei SEL, come per l'aggregato provinciale, la maggioranza delle imprenditrici è compresa nella classe 35 – 55.

Considerando la composizione delle imprenditrici per fasce di età e per settore, il settore agricolo è quello con il numero minore di "under 35" (7,1%), e dove le giovani tra 18 e 25 anni sono assenti.

Un altro settore in cui la componente "under 35" è scarsa è quello dei servizi e turismo (16,0%); anche in questo settore non vi sono imprenditrici nella fascia 18 – 25, che invece sono più numerose nel commercio e nella cooperazione (rispettivamente il 26,5% ed il 25,0%).

Il commercio è il settore nel quale parrebbe più facile entrare e verso cui molte imprenditrici si sentono attratte. Le scarse barriere all'entrata, la forma giuridica semplice, il rapporto con i clienti secondo il modello relazionale femminile che può essere usato per promuovere la propria attività ed ampliare la dimensione dell'impresa in questo ambito, spiegano il maggior numero di numero maggiori di "under 35" in questo settore.

Anche nella cooperazione si trovano persone giovani, questo sicuramente a seguito delle leggi a favore dell'imprenditoria femminile nel settore e per lo spirito di solidarietà che lo caratterizza.

1.2 L'istruzione e la formazione

Per quanto attiene al livello di istruzione, una alta percentuale di imprenditrici, 38,8%, ha conseguito un diploma di scuola media superiore e circa il 6,0% è laureata.

Accanto ad esse una percentuale minima con titoli post-laurea, 1,6%, a testimonianza che l'impresa per le nuove generazioni diviene un fatto di scelta, piuttosto che di stretta necessità. Infatti, maggiore è il livello di istruzione, maggiore è la probabilità di trovare un lavoro dipendente qualificante. Se si sceglie l'impresa è perché si desidera farlo.

L'insieme delle imprenditrici con diplomi di scuola media probabilmente appartiene alla fascia delle imprenditrici più mature, che entrate da anni nel mondo dell'impresa, forse lo hanno anche dovuto e non solamente voluto fare.

Esiste anche una buona percentuale di persone con formazione professionale (16,4%), probabilmente conseguita dopo aver maturato la scelta di divenire imprenditrice; esiste una minima percentuale di persone che si sono ritirate dal percorso formativo prima di avere completato la scuola dell'obbligo (1,3%) e sono probabilmente le imprenditrici 'over 55'. In fondo nell'Italia del primo dopoguerra, non era così diffusa l'abitudine di studiare oltre la scuola elementare, specialmente per le donne, se non già inserite in un ambiente sufficientemente informato ed economicamente non troppo represso.

Tabella 1.1. Livello di istruzione in percentuale all'interno dei settori di attività

Valori percentuali sul totale colonna

Titolo di studio	Agric.	Industria	Artig.	Comm. Serv. e tur.	Cooperaz.	Totale
Diploma elementare	3,6	0,0	3,2	0,0	0,0	1,3
Diploma media inferiore	32,1	27,2	28,1	32,6	60,0	36,2
Qual. professionale	10,7	18,2	28,1	18,4	8,0	16,4
Diploma media sup.	53,6	27,3	34,4	44,9	32,0	38,9
Diploma di laurea	0,0	27,3	3,1	4,1	0,0	5,9
Diploma post - laurea	0,0	0,0	3,1	0,0	0,0	1,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni CCIAA di Livorno su A.D. Foschi (2005)

Dalla Tabella 1.1 si osserva che il diploma di scuola media superiore, che è quello più diffuso a livello aggregato, rappresenta la quota più elevata nel settore agricolo, oltre il 53,0%, segue il commercio, 44,9%, l'artigianato, i servizi e turismo, e per ultima l'industria.

L'industria tuttavia raccoglie un numero elevato, 27,3%, di laureate, superato solamente dalla cooperazione con il 37,5%, dove è presente una interessante percentuale di donne con diploma post-laurea. Anche nell'artigianato è presente una quota di donne con diplomi post-laurea.

La maggiore percentuale di diplomate dalla scuola dell'obbligo (al secondo posto dopo il diploma di scuola media superiore, nella graduatoria provinciale) è nel settore dei servizi e turismo con il 60,0%. Nella cooperazione la metà delle donne ha completato gli studi obbligatori; nell'industria e nel commercio questa quota supera il 32%.

Relativamente alla distribuzione percentuale delle imprenditrici in funzione del loro livello di istruzione e formazione nei SEL della provincia, si nota che la maggiore concentrazione di laureate si trova nel SEL di Livorno, con oltre il 9%; seguono a Piombino e Rosignano dove le imprenditrici con laurea sono intorno al 4%; mentre all'Elba non si ritrovano né laureate, né post-laureate.

La differenza dell'Elba (relativamente ai minori livelli di istruzione raggiunti

dalle imprenditrici) rispetto ai SEL peninsulari, potrebbe essere causata dai disagi del viaggio per raggiungere gli Atenei in cui si frequentano i corsi per conseguire la laurea e dalla scarsa possibilità di trovare nell'isola un lavoro a tale livello.

Nel SEL di Livorno è presente la maggioranza delle imprenditrici con diploma della scuola dell'obbligo: questa elevata percentuale di imprenditrici con diploma di scuola media inferiore potrebbe essere un indicatore invece delle scelte obbligate che alcune donne hanno dovuto fare negli anni ottanta, anni della prima grave crisi economica dell'area.

Il livello di istruzione delle imprenditrici nella provincia non è basso. Un ulteriore innalzamento del livello degli studi sarebbe tuttavia auspicabile anche per una migliore fruizione di quei servizi specializzati di cui si chiede con forza la produzione.

Inoltre un livello di istruzione superiore consentirebbe di accedere a più elevati livelli di rappresentanza, di accedere cioè a quelle istituzioni le cui delibere ricadono su tutta la società, comprese le imprenditrici stesse: ciò per non farsi rappresentare dove si decide, ma condividere la formulazione della decisione.

1.3 L'attività precedente

Che cosa facevano le imprenditrici della provincia di Livorno prima della scelta imprenditoriale?

Nella provincia di Livorno la maggioranza delle imprenditrici non diviene tale perché disoccupata. In precedenza solamente il 20,3% non lavorava fuori casa, il 19,7% ancora studiava; il rimanente 60,0% era già inserito nel mondo del lavoro: il 36% come lavoratrice dipendente, il 21% come lavoratrice autonoma, il 2% con altre posizioni. Non si rilevano pensionate che decidono di ritornare nel mondo del lavoro.

A livello territoriale si osserva che in ogni SEL e nel territorio provinciale la maggioranza delle imprenditrici proviene dal lavoro dipendente.

Osservando la distribuzione percentuale per settori, si evidenzia subito tra gli altri dati la provenienza delle imprenditrici del commercio e dei servizi e turismo dal mondo del lavoro dipendente.

Ciò conferma, se pure in modo parziale, le ipotesi già ventilate sulla estromissione di lavoratrici dal sistema produttivo e loro successiva riconversione in imprenditrici di settori a barriere di entrata non troppo elevate, apparentemente facili e rispondenti a caratteristiche più femminili.

Le ex – dipendenti che diventano imprenditrici del commercio sono il 45,1% sul totale di questo gruppo, e nei servizi sono addirittura la metà.

Tabella 1.2

Distribuzione delle categorie di “potenziali imprenditrici” all’interno dei settori di attività.

Valori percentuali sul totale colonna

Categoria	Agric.	Industria	Artig.	Comm. Serv. e tur.	Cooperaz.	
studentessa	14,2	36,3	31,2	21,6	4,2	0,0
disoccupata	0,0	9,1	6,3	5,9	4,2	50,0
dipendente	17,9	36,4	34,4	45,1	50,0	25,0
lavoratrice autonoma	28,6	9,1	18,7	19,6	25,0	25,0
casalinga	28,6	9,1	9,4	7,8	16,6	0,0
altro	10,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni CCIAA di Livorno su A.D. Foschi (2005)

Interessante il dato che vede ben il 36,3% di ex - studentesse divenute imprenditrici nel settore industriale, da sempre considerato il più impegnativo per la complessità dell’organizzazione e per le tecnologie di produzione utilizzate.

Altro dato interessante è il 50% di ex-disoccupate nella cooperazione.

1.4 La motivazione all’avvio dell’impresa e i ‘consiglieri’ nella fase di start-up

Tre sono le motivazioni che spingono una donna ad attivare un’impresa:

- necessità di reddito
- successione
- creatività, o desiderio.

Nella provincia di Livorno il 42,3% dichiara di avere scelto per la necessità di conseguire un reddito, il 18,2% entra in affari per successione, il 39,5% infine lo fa per vocazione (creatività e/o desiderio).

La creatività si ritrova sia in imprenditrici che dal nulla aprono una attività, sia in donne che già erano fattivamente coinvolte in imprese familiari senza averne la titolarità. Insomma chi sa fare e non teme le barriere finanziarie, giuridiche, tecnologiche al mercato, i luoghi comuni e fasi pregiudizi, ci prova.

Le imprenditrici che succedono sono ovviamente meno, perché è necessaria una condizione essenziale e rara: essere nate in una famiglia in cui qualche membro della famiglia è già imprenditore. Tuttavia anche il 18% delle imprenditrici che succede non lo fa pedestremente. Anche nei settori più inusuali per una donna, ad esempio nell’impiantistica industriale, nei trasporti, nella macellazione, ed altri, è lo spirito di impresa che alla fine domina sull’imitazione.

Dai dati territoriali appare che nel SEL di Livorno oltre il 50% delle donne diventa imprenditrice per necessità: questo conferma quanto detto fin ora in merito ad una componente rilevante dell’imprenditoria femminile a Livorno, cioè di quelle imprenditrici che hanno iniziato la loro attività a seguito di licenziamenti dalla grande industria, loro o dei propri mariti, ma anche di tutte coloro che trovano difficile trovare un posto di lavoro

dipendente; il 12,7% succede ed il 36,5% lo sceglie per vocazione.

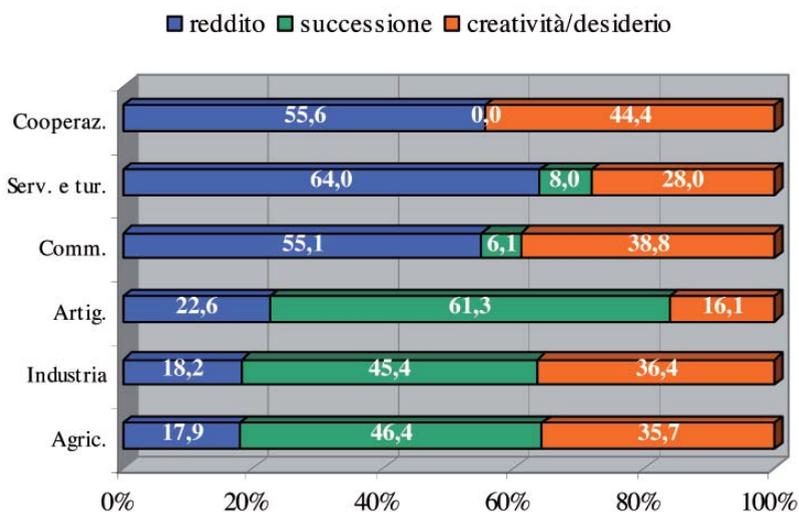
La percentuale maggiore delle imprenditrici che dichiara di avere seguito un desiderio è localizzata nel SEL di Rosignano, 56%, seguita da quelle dell'Elba con il 45,8%.

La percentuale più elevata di imprenditrici che subentrano è invece nel SEL di Piombino (27,5%), dove la necessità di conseguire un reddito (35,0%), o il desiderio di divenire imprenditrici è quasi uguale in percentuale (37,5%).

Osservando i dati per settore si vede che la successione è molto elevata nell'artigianato con il 61,3%, nell'agricoltura con il 46,4% e nell'industria con il 45,4%, mentre non esiste nella cooperazione e raggiunge percentuali minime nei servizi e turismo e nel commercio.

La percentuale più elevata di imprenditrici che iniziano una attività per produrre reddito si trova nei servizi e turismo con il 64,0%; segue la cooperazione con il 55,6% e il commercio con il 55,1%.

Grafico 1.1
Distribuzione percentuale per motivazione e settori
Valori percentuali



Fonte: elaborazioni Alga D. Foschi su dati del Questionario

Si diviene imprenditrici per soddisfare un'esigenza di creatività principalmente nella cooperazione, 44,4% e nel commercio, 38,8%; al terzo posto è l'industria, 36,4% e seguono in ordine l'agricoltura, i servizi e turismo ed l'artigianato.

Nella delicatissima fase della decisione, se iniziare o non l'impresa, le imprenditrici si rivolgono principalmente alla famiglia, 39,1%, in secondo luogo alle associazioni di categoria, 25%, e per il 16,7% al commercialista.

Esistono anche altre figure di "consiglieri" che però sono molto meno consultati, come ad esempio, i soci se già si è in una impresa di capitale, 3,8%, gli amici, 3,2%, la Camera di Commercio, 2,6%, la banca, 2,6%.

2. I fattori di successo e di insuccesso delle imprese

L'analisi che segue ha lo scopo di evidenziare quali sono i fattori che le donne considerano punti di forza e punti di debolezza della loro attività imprenditoriale.

Tabella 2.1

Fattori di successo e di insuccesso

Valori percentuali e pesi attribuiti per importanza dei punti di forza e debolezza

Punti di forza	%	pesi ¹	Punti di debolezza	%	pesi ¹
prodotto/servizio	16,7	1,5	risorse finanziarie	16,3	2,1
prezzo	11,4	2,7	prezzo	7,8	2,3
esperienza	12,2	2,9	sistema creditizio	7,2	2,4
lavoro di squadra	7,1	3,0	strategia/concorrenza	11,8	2,4
collocazione strategica	2,6	3,0	pubblicità	10,1	2,6
management	1,3	3,0	collocazione strategica	6,6	2,7
tecnologie e brevetti	0,8	3,0	esperienza	2,7	2,7
distribuzione	2,5	3,1	tecnologie e brevetti	7,0	2,8
rapporto con i clienti	17,7	3,1	distribuzione	5,4	2,9
risorse finanziarie	2,4	3,2	lavoro di squadra	4,1	3,0
capacità ad innovare	6,1	3,5	prodotto/servizio	1,1	3,0
altro	0,9	3,5	capacità ad innovare	5,0	3,1
comunicazione	3,8	3,6	rapporto con i clienti	2,1	3,1
strategia/concorrenza	2,8	3,7	comunicazione	4,5	3,2
sistema creditizio	1,7	3,7	rapporti con i fornitori	3,1	3,3
pubblicità	4,5	4,0	management	2,7	3,7
rapporti con i fornitori	5,5	4,1	altro	2,5	4,2
Totale	100,0		Totale	100,0	

Nota 1: Nel questionario veniva richiesto di scegliere 5 modalità su 17 proposte, dando pesi da 1 a 5 in ordine decrescente di importanza (1 più importante di 3). Quindi nel valutare l'ordine di importanza è necessario tenere conto sia della percentuale dei voti ricevuti, sia del peso medio associato. Questo vale anche per quelle domande in cui si possono scegliere 3 modalità su un numero maggiore di proposte.

Fonte: elaborazioni Alga D. Foschi su dati del Questionario

Come si legge dalla Tabella, molti di questi fattori sono propri dell'attività imprenditoriale di per sé e non attengono specificamente al fatto che l'impresa sia al femminile.

Il reperimento del capitale, l'acquisizione di clienti e la mancanza di servizi, ad esempio, sono ostacoli che non conoscono differenze di genere ugualmente nelle imprese censite a livello nazionale. Anche la convinzione che la qualità del prodotto o del servizio sia uno dei principali punti di forza dell'impresa non conosce genere: appartiene all'orgoglio dell'imprenditore di per sé.

In provincia di Livorno, considerando tutte le imprese indipendentemente dalla loro collocazione territoriale e dalla loro attività, i "punti di forza" ed i "punti di debolezza" hanno il seguente ordinamento.

Seguono l'esperienza acquisita come imprenditrici (12,3%; 2,9) e il livello del prezzo (11,4%; 2,7).

In tal senso emerge l'importanza attribuita al rapporto prezzo – qualità dei

loro prodotti e servizi, che risulta dalla esperienza professionale da loro conseguita nella funzione produttiva, nella funzione di promozione, nelle relazioni esterne e vendita.

Tra i fattori determinanti la forza dell'impresa femminile le imprenditrici collocano al primo posto la qualità del prodotto o del servizio che realizzano (16,7%; 1,5 – lettura per riga) e la capacità di determinare un buon rapporto con la clientela (17,7%; 3,1).

Si collocano a distanza gli altri fattori, tra i quali merita tuttavia segnalare il buon posizionamento assegnato al lavoro di squadra (7,1%; 3,0).

Si anticipa qui un “valore” che viene evidenziato in tutte le indagini, sia nazionali, che locali, che è quello dei rapporti interpersonali, che pare siano effettivamente una delle poche caratteristiche che distingue il far impresa delle donne e dei maschi.

La capacità di innovare, che invece in altre rilevazioni locali compare segnalata tra i primi tre fattori, non riceve particolare attenzione (6,1%; 3,5).

Assunto la priorità della qualità del prodotto e del servizio tra i punti di forza, le imprenditrici sottolineano come sia rilevante il rapporto di fidelizzazione con il cliente specialmente nel settore delle commodities e la competitività di prezzo, specialmente nel settore industriale dove spesso i prodotti o i servizi sono assai omogenei.

Il rapporto con i fornitori, sebbene non sottovalutato, non viene considerato un elemento strategico (5,4%; 4,2), in quanto poco controllabile: il fornitore si presenta nella maggior parte dei casi, specialmente nel commercio e nell'artigianato, in posizione dominante, se non in certi casi quasi di abuso di posizione dominante. Spesso è il fornitore che fissa il prezzo, decide la quantità e la tipologia dei prodotti da far acquistare; situazione, del resto, tipica della dinamica di due mercati dei quali uno è molto concentrato, (come quello della fornitura per il commercio e l'artigianato sopra citati) ed uno più concorrenziale (quello degli acquirenti).

In merito ai punti di debolezza, il fattore che viene segnalato maggiormente è rappresentato dalle risorse finanziarie (16,3%; 2,1), cioè dalla loro scarsità e dal loro costo.

Il tessuto delle imprese femminili della provincia è costituito principalmente da imprese individuali, di piccole dimensioni, del settore terziario. Per reperire le risorse, le imprese ovviamente non possono ricorrere al mercato (quotazioni in borsa, emissioni di obbligazioni, etc.) ma neppure riescono ad accedere a finanziamenti strutturali, nazionali e comunitari a causa della estrema difficoltà delle procedure richieste.

Il ricorso al credito bancario a breve termine (banche di credito ordinario) è quindi la loro principale fonte di finanziamento e come tale è assai costoso. Tale problema, tuttavia, riguarda l'universo delle imprese italiane, e quindi anche le imprese maschili, con le stesse caratteristiche.

Il secondo fattore percepito come elemento di debolezza dell'impresa è costituito dalla strategia nei confronti della concorrenza (11,8%; 2,4).

Si tratta di una strategia quasi esclusivamente di prezzo, che oltre a determinare margini di profitto più bassi, rappresenta anche un freno al desiderio di innovazione ed espansione che le imprenditrici hanno o dichiarano di avere.

Al terzo posto appare la pubblicità (10,1%; 2,6), che peraltro è uno strumento efficace solamente se applicato a settori (prodotti e servizi) in cui la domanda è abbastanza anelastica al prezzo. Questo fattore produce maggiori risultati in periodi di espansione

dell'economia (cosa che non è in questo particolare momento), quando appunto l'elasticità al prezzo tende a diminuire.

Al quarto e quinto posto si trovano rispettivamente il prezzo (7,8%; 2,3) ed i rapporti con il sistema creditizio (7,2%; 2,4).

(parzialmente estratto dal §. 6.1. del libro – manca la Figura 26)

Accanto ai punti deboli di natura strutturale, l'indagine ha individuato quelli che le imprese livornesi indicano come i primi tre punti deboli di natura contingente e che ovviamente determinano loro delle difficoltà nel contesto odierno.

Le imprenditrici indicano tra i primi tre fattori negativi del fare impresa, specificamente in questo particolare periodo economico: - il peso della burocrazia (16,0%; 2,2), - le ristrettezze finanziarie (13,5%; 1,8) e - la congiuntura economica sfavorevole (12,1%; 2,5) di per sé.

Altri punti deboli segnalati, anche se con minore intensità, sono in ordine di priorità: la mancanza di mano d'opera specializzata (7,8%; 2,7), la concorrenza (10,8; 2,7), l'accesso a nuovi mercati (6,6%; 2,9), la difficoltà a reperire consulenza utile ed affidabile (6,7%, 3,0), la competenza professionale delle risorse umane (3,4%;3,1), la complessità della normativa esistente (9,6%; 3,1), la difficoltà ad innovare (4,9%; 3,3), la difficoltà a reperire informazioni (5,5%; 3,3).

3. I servizi all'impresa e i fornitori di servizi

Tra i servizi di cui le imprenditrici della provincia di Livorno sentono maggiormente la necessità, al primo posto è il credito.

Ad esso, che raggiunge il 38,0%, seguono la formazione con il 21,2%, l'informazione con il 17,5%, l'orientamento con il 18,8% e la consulenza con il 9,49%.

Per quanto riguarda le attività informative, formative, di orientamento e di consulenza, esistono molte diverse tematiche per le quali le imprenditrici sentono di avere necessità di sostegno. E di nuovo, con preoccupante coerenza con quanto risposto precedentemente in merito alla necessità di credito ed alla necessità di un sistema normativo più semplice e trasparente, meno burocratizzato, le imprenditrici pongono al primo posto la consulenza fiscale (12,4%; 1,7) ed l'ottenimento di finanziamenti (13,9%; 2,0).

I servizi sopra citati sono richiesti per il 54% alle Associazioni di categoria, per il 23% ai consulenti privati, che possono essere con molta probabilità i propri commercialisti o avvocati, per il 12% ad Istituti finanziari, per il 3% alle Camere di Commercio ed in uguale percentuale alle Agenzie formative, mentre solo l'1% delle imprenditrici si rivolge allo Sportello Unico per le Imprese.

Non tutti i servizi sono richiesti tuttavia agli stessi Enti.

Dovendo "prendere informazioni" le imprenditrici si rivolgono principalmente alle Associazioni di categoria (69%) ed ai Consulenti privati (20%). In terza istanza alle Camere di Commercio (8%).

Però, se hanno problemi di finanziamenti, aperture di credito e consulenze finanziarie, si rivolgono principalmente agli Istituti finanziari (58%), di nuovo alle Associazioni di categoria (24%)² ed in terza istanza ai Consulenti privati (13%). Per

2 La maggioranza delle imprenditrici (70%) è iscritta ad associazioni di categoria.

l'orientamento si rivolgono principalmente e di nuovo alle Associazioni (61%) ed ai Consulenti (23%).

Interessante appare il dato sulla formazione: sebbene esistano agenzie specifiche per la formazione, anche per ottenere questo servizio le imprenditrici continuano principalmente a rivolgersi alle Associazioni (57%), a seguire ai Consulenti (16%) ed alle Agenzie per la Formazione (15%).

Anche per quanto riguarda la Consulenza, la maggioranza delle imprenditrici si rivolge alle Associazioni (52%) ed ai Consulenti privati con una percentuale del 41%.

Risulta quindi evidente che è alle Associazioni di categoria (54%) che va la netta preferenza delle imprenditrici.

Le imprenditrici sono "parzialmente" soddisfatte dei servizi ricevuti.

L'8,9% si dichiara insoddisfatta, mentre il rimanente 91,1% è soddisfatto. Tra queste, alcune donne lo sono di più (circa il 22%), le rimanenti 68% mostrano qualche perplessità.

Il livello di soddisfazione, o di insoddisfazione si desume dalla lettura contrapposta della Tabella 3.1.

Le imprenditrici che considerano gli operatori preparati sono il 31,1%, mentre quelle che li considerano impreparati sono il 13,0%: quelle che hanno una buona opinione sono più del doppio di quelle che esprimono una valutazione negativa.

La comunicazione tra imprenditrici ed operatori è buona e le informazioni sono repute tempestive ed i costi accessibili, sebbene da parte di alcune si segnali che i costi diventano sempre più elevati in proporzione ai loro margini di profitto che diventano sempre più ridotti.

Tabella 3.1

Motivi di soddisfazione e di insoddisfazione delle imprenditrici della provincia di Livorno per i servizi forniti dai fornitori di servizi della provincia

Valori percentuali sul totale del tipo di motivo

% soddisfazione	Motivi	% insoddisfazione
31,1	Operatori consulenti preparati	13,0
17,2	Accesso diretto e facile	43,2
12,0	Informazioni tempestive	11,5
7,1	Servizi specializzati personalizzati	12,5
20,6	Buona comunicazione con gli operatori	9,9
12,0	Costi accessibili	9,9
100,0	Totale	100,0

Fonte: elaborazioni Alga D. Foschi su dati del Questionario

La grande insoddisfazione deriva, invece, dalla difficoltà, complessità del reperimento delle informazioni.

Di fatto le imprenditrici lamentano la posizione scarsamente pro-attiva di queste organizzazioni, che rispondono prevalentemente se interrogate e non sempre sulla specificità del caso richiesto ed, in certi casi, la loro eccessiva burocratizzazione, o gerarchizzazione.

Relativamente a questo secondo aspetto, che è veramente denunciato come il più seccante, la richiesta è quella di trovarsi di fronte a strutture "problem solving" con

un'unica persona che le interfaccia alla quale lasciare il proprio problema da risolvere. Peregrinare da un ufficio all'altro alla ricerca della risposta o della persona che dovrebbe loro rispondere è proprio ciò che vorrebbero evitare.

In merito alla modalità di erogazione del servizio, la maggioranza delle imprenditrici preferisce il servizio in azienda (37%), che oltre all'ovvia comodità legata alla mancanza di spostamenti e quindi alla maggiore efficienza dei tempi di lavoro, risulta più riservato e personalizzato, seguito a pochissima distanza dal servizio allo sportello (35%), per il quale alcune imprenditrici lamentano però la scarsa riservatezza. Le imprenditrici mostrano quindi di apprezzare le modalità di erogazione più tradizionali, nelle quali il contatto con la persona è privilegiato rispetto al contatto mediato dai servizi telematici.

Tra i servizi più innovativi, quello di posta elettronica è il più apprezzato (10%), dal momento che è sicuramente tempestivo e poco costoso e facilita la conservazione della documentazione in spazi ridotti. Ad esso segue il ricorso ai siti internet, che tuttavia possono essere di più difficile lettura, almeno per quanto riguarda il ritrovamento delle informazioni (9%). I seminari monografici e le altre modalità, quale ad esempio il telefono, sono poco richiesti.

4. La vocazione imprenditoriale e gli ostacoli a divenire imprenditrice

Non esistono resistenze particolari per le donne a divenire imprenditori. Alla domanda specifica se esistono resistenze, oltre il 55% delle imprenditrici livornesi risponde in modo negativo.

Ma l'elenco fornito dal rimanente 45% delle resistenze percepite, è molto plausibile.

La maggior parte delle imprenditrici impegnate specialmente in imprese di piccole dimensioni hanno una organizzazione familiare simile a quella di una casalinga. Difficilmente tale figura si avvale di personale specializzato che svolga in casa lavori domestici e/o svolga lavori di sorveglianza su giovani ed anziani.

Questo non accade per le imprenditrici di imprese più grandi e da più tempo negli affari.

Il carico familiare è sostanzialmente il primo deterrente alla decisione di mettersi in proprio (oltre il 58,8%), ma subito dopo viene segnalata la minore disponibilità di risorse da investire (16,17%).

Anche in questo caso la percezione della difficoltà di ottenere credito e dei possibili comportamenti discriminatori che determinano maggiori dinieghi alle proposte di investimento femminili rispetto a quelle maschili è maggiore nelle micro e piccole imprese, mentre è minore per imprenditrici che gestiscono imprese di capitale di maggiore dimensione.

Al terzo posto è la paura di rischiare (13,23%). Con percentuali assai ridotte si segnala anche il fatto che tradizionalmente le donne sono meno portate a fare impresa (5,9%) ed il fatto che non hanno modelli ed esempi di donne imprenditrici da imitare (5,9%).

La paura di rischiare appartiene anch'essa alla tradizione ed all'ancestrale spirito di protezione che ha la donna nei confronti della sua famiglia, specialmente in presenza di figli minori.

5. Il talento imprenditoriale ed ostacoli alla sua migliore manifestazione

Tuttavia le donne imprenditrici riconoscono di possedere abbondanza di talento.

Le imprenditrici della provincia di Livorno pongono in testa alla classifica dei propri talenti la facilità di relazione (24,7%; 1,6)³, al secondo posto la pazienza (21,3%; 2,0), al terzo posto la capacità di ascolto.

Molte riconoscono la facilità di relazione, la pazienza e la capacità di ascolto, come qualità di genere, che tuttavia non sostituiscono i caratteri del modello imprenditoriale più classico, semplicemente si aggiungono ad essi, arricchendoli in alcune funzioni specifiche (già indicate precedentemente come le relazioni industriali ed esterne).

La grinta e determinazione si trova al quarto posto (15,3%; 2,2), seguono orientamento al cliente (8,5%; 2,2), fantasia (8,5%; 2,2) e curiosità (2,7%; 2,2).

Saper riprodurre o migliorare modelli imprenditoriali familiari si colloca all'ultimo posto. Questo particolare talento d'altra parte si ritrova solo nelle imprenditrici che entrano in imprese già esistenti. E' ovvio che la percentuale sia assai bassa, anche se chi ci si ritrova pone questa caratteristica tra le prime due scelte.

L'esperienza delle imprenditrici che subentrano a familiari di sesso maschile nell'impresa di famiglia è molto interessante.

Esse vengono solitamente accolte con una diffidenza che è tanto maggiore, quanto più "atipico" è il settore in cui si cimentano rispetto ai lavori tradizionalmente considerati femminili⁴.

Oltre a quella dell'eventuale padre, o altro familiare, titolare è fondamentale guadagnarsi la stima delle maestranze attraverso la conquista della fiducia delle persone che tra loro godono di maggiore autorevolezza. La fiducia deve essere conquistata mostrando rispetto ed ascoltando anche in situazioni in cui si è certe di saperne di più.

Di fatto non è che all'inizio anche ai discendenti maschi venga accordato maggior spazio decisionale. La differenza sostanziale riguarda tuttavia l'aspettativa: dei maschi si assume la capacità che ci si aspetta sia manifestata dopo il giusto periodo di tirocinio; delle femmine si assume l'incapacità e si aspetta quando essa diverrà manifesta.

La donna che supera la prova però assume una sorte di belliniana sacralità sacerdotale: ci si fida, si ascolta, si porta ad esempio. Le imprenditrici, quindi, si trovano talentate e allo stesso tempo ostacolate nello sfruttamento dei loro talenti. Esse vorrebbero che i vincoli esistenti, come fattori di resistenza a divenir imprenditrici, venissero rimossi. Tuttavia tra quelli indicati, il primo, cioè la ricerca di collaboratori validi per l'attività imprenditoriale, non è una esigenza tipicamente femminile.

Ogni imprenditore, così come ogni manager, o coordinatore di gruppi, sa che il successo della attività che sta conducendo, e di conseguenza il suo successo, dipendono dalla "squadra" con cui lavora.

Questa necessità è percepita da più del 30% delle imprenditrici. Le imprenditrici che indicano nei collaboratori, nella squadra, la risorsa strategica più importante

3 Si dovevano scegliere tre risposte con peso da 1 a 3.

4 Si pensi ad attività industriali che vedono donne nella logistica e trasporti, nella macellazione, nella produzione di impianti industriali, capannoni, ed altro. Lo stesso per le donne del settore vitivinicolo, specialmente quando trasformano i loro prodotti da prodotti di massa a prodotti di nicchia.

probabilmente sono già imprenditrici da molto tempo (la classe 35 – 55, ad esempio) ed hanno affrontato in modo vario e risolto, più o meno efficacemente, i problemi più tipicamente “femminili che risultano, a seguire dal secondo posto, secondo le seguenti percentuali.

Si richiedono servizi per l’infanzia, 24,66%; servizi ed assistenza domestica, nella fattispecie cura della casa, 22,60%; servizi domiciliari per anziani, portatori di handicap e mali, 8,22%; si richiede una maggiore flessibilità dei tempi delle città (orari, negozi, servizi pubblici e privati, etc.), 6,85%; si auspicano aiuti finanziari e fiscali per il periodo di maternità, 5,548%; ed un incremento di servizi on – line, da quelli bancari, agli acquisti alimentari, alla assicurazione, 1,37%.

Si chiede cioè alla società, di divenire evoluta in senso globale e non semplicemente far crescere, quando è capace, di alcuni punti percentuali il PIL, costi quel che costi.

Richiedere questi supporti non significa cambiare modo di fare impresa.

Significa semplicemente garantire opportunità in un sistema in cui la competizione tra generi si diluisca verso una più matura cooperazione.

L'IMPRESA AL FEMMINILE: PROFILI DI DONNE¹

Dietro le cifre che riassumono il fenomeno dell'imprenditoria femminile, ed anche al di là delle pur rilevanti differenze statistiche riferite a diverse realtà, ci sono sempre e comunque storie e percorsi, professionali ed umani, molto interessanti.

Così la Camera di Commercio di Massa-Carrara, nell'ambito di una ricerca datata maggio 2004 sull'imprenditoria femminile locale, ha dedicato molto spazio ad alcune protagoniste delle imprese in rosa, con interviste che colgono lati ed esperienze, in parte comuni, ma pur sempre molto originali.

Statistiche e numeri, ma soprattutto, profili e storie di donne. Racconti e spaccati di vite diverse, di personalità, caratteri e temperamenti agli antipodi. Ma uniti in un aspetto: quello di voler fare. Di avere scelto di lanciarsi nell'avventura del lavoro e di una professione.

Diverse anche in questo: c'è chi ha respirato l'imprenditoria nell'ambiente di casa, chi ha ereditato fama e beni ma c'è anche chi ha costruito tutto da sola.

Cominciamo con **Paola Bogazzi** - C-Map - Marina di Carrara: Paola Bogazzi, bionda, riservata, minuta ma determinata. E' la lady della cartografia elettronica. Socia e amministratore della C-Map incarna l'imprenditrice di un'azienda leader e all'avanguardia nel panorama nazionale. Anzi internazionale. Un'avventura iniziata una ventina di anni fa quando con due amici ha creato la prima società. "Eravamo giovani, avevamo un'idea innovativa e abbiamo lottato per realizzarla". Giovani ma decisi e disposti ad dare vita ad un'impresa pionieristica nel regno delle mappe digitali e delle tecnologie navali. Poi la situazione è cambiata è dalla prima società sono usciti Paola Bogazzi e Fosco Bianchetti che, insieme, hanno creato la C-Map. Gli anni sono passati è la società è cresciuta allineando successi e nuove sigle di sedi e filiali all'estero. Paola Bogazzi gestisce la parte finanziaria e amministrativa. Sorride silenziosa e risponde al telefono. Poi un tocco al mouse del computer per verificare un dato e torna di nuovo a raccontare e a raccontarsi. Una stanza piena di libri e di carta con poltrone e divani di pelle nascosti dai volumi e una pianta che abbraccia lo spazio. "Sono una privilegiata _ esordisce a chi le chiede come è nata la C-Map _ perchè ho dietro alle mie spalle un a famiglia di imprenditori. Diciamo che sono stati gli incontri, una serie di coincidenze e due amici ingegneri che hanno deciso di lanciarsi in questa impresa". Bogazzi infatti è un cognome importante, in Italia e all'estero. Vittorio ed Enrico Bogazzi : due nomi per un'impresa che solca i mari del mondo con navi e spedizioni da una costa all'altra del globo attraversando gli oceani. E buon sangue non mente. Anche Paola ha segnato il passaggio a Nord Ovest creando un'azienda di frontiera su un territorio difficile come quello delle cartografie digitali. Le chiediamo: "Quali sono state le tappe più significative di questo successo?" "C-Map è l'ideatrice del formato CM93, l'unica soluzione privata per la cartografia, riconosciuta e parificata al formato ufficiale S-57, ed ha trasferito questo know how al mercato del diporto. Abbiamo poi creato partnership strategiche con le principali case produttrici di strumentazione elettronica di bordo per il diporto. La scelta

1 Tratto dalla pubblicazione "Imprenditoria femminile in provincia di Massa – Carrara", Istituto di Studi e Ricerche, Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara; Massa-Carrara, 2004, e sintetizzato da Alberto Raveca (I.S.R.)

di installare sistemi che utilizzano cartografia C-Map offre l'opportunità di creare una reale sinergia con un'azienda leader in grado di interfacciarsi con le più importanti case produttrici di sistemi per la navigazione al mondo". Ci è sembrato interessante sapere: "Quanto c'è di Paola Bogazzi in tutto questo?" "Tanto, tantissimo". Tono sommesso, un sorriso che colora anche gli occhi scuri per raccontare il passaggio del tempo e l'ascesa di un'impresa che vive nella difficile frontiera dell'innovazione tecnologica e che domina settori generalmente riservati alle company d'oltreoceano. "Spesso ci chiedono se la C-Map America sia la nostra casa madre e invece la sede di tutto è proprio qui a Marina di Carrara". Paola Bogazzi voleva fare il medico ma poi gli eventi della vita l'hanno fatta approdare ad altre spiagge. "Cosa amo del mio lavoro? Soprattutto la possibilità di conoscere gente diversa, di stabilire contatti, di vedere e capire culture e mondi anche lontani dal mio". Curiosa è una qualità che accetta, insieme a determinata.

Storie di donne, storie di donne, eppure nella difformità dei modi l'essenza resta in qualche modo la stessa: la determinazione di perseguire un obiettivo. Il coraggio e la pazienza di saper anche soffrire senza mai cedere. E' il caso di **Patrizia Vianello** - Ambiente s.c.r.l. – Carrara. Tenacia & passione. Patrizia Vianello è il cuore e l'anima dell'Ambiente: una scommessa, un'idea, un progetto che è nato, è cresciuto, si è sviluppato fino a diventare un'azienda che oggi è leader nel suo settore. Un mondo nuovo nel quale Patrizia è entrata per caso vent'anni fa. Anzi, una realtà alla quale lei ha fatto da apripista. "Laurea in filosofia e un futuro nell'insegnamento: questa era più o meno la mia vita" _ racconta con foga _. Poi però le cose sono andate diversamente. Uno stimolo forte me lo ha dato mio marito che era un imprenditore e così ho pensato ad un progetto che mi sarebbe piaciuto sviluppare, al fatto che volevo fare qualcosa da sola ma che avesse nello stesso tempo anche una valenza sociale. E' nata l'idea di creare un'azienda che fornisse servizi per l'ambiente. All'inizio eravamo in nove. Non c'era neppure una sede ma solo una stanzetta. Con i tempi duri tutti hanno lasciato: sono rimasta l'unica dei fondatori. Dopo circa quattro anni le cose si sono sbloccate e piano piano siamo cresciuti. Adesso i dipendenti sono una settantina e lavoriamo in varie regioni d'Italia". Occhi azzurri, 49 anni portati con allegria, un marito e due figlie rispettivamente di 25 e undici anni: Patrizia si muove veloce in un'azienda colorata. Arredata come una casa: con piante, colonne arancioni e azzurre, sale dalle pareti gialle e cucine dove ci si può preparare il pranzo durante la pausa. Un'azienda giovane, con dipendenti giovani. Patrizia è il motore di tutto questo. Cura soprattutto la parte economica e quella commerciale ma è l'anima di tutti i rapporti umani. "Il segreto di quest'impresa? Crederci. E, con tenacia e pazienza, non arrendersi mai. E' stata difficile soprattutto all'inizio, soprattutto in un mondo di ingegneri, in una realtà dove ambiente era spesso un concetto astratto. Ma ora è diverso: adesso noi con i nostri servizi di consulenza lavoriamo davvero in tante realtà. Poco forse qui nella nostra zona ma si sa, nemo profeta in patria". La soddisfazione più grande? "Avere creato tutto questo. Ambiente è un grande patrimonio non solo come azienda ma come qualità dei rapporti umani, come modo e stile di organizzazione e di lavoro. Qui da noi non c'è il cartellino per timbrare l'entrata e l'uscita eppure se si viene alle otto già c'è qualcuno e la sera alle dieci alcune luci sono ancora accese". Il segreto? "Saper scegliere professionisti motivati e fare in modo che siano soddisfatti del lavoro che conducono in maniera autonoma. Credo nel gioco di squadra e sono contenta di vedere che le persone riescono a crescere e a migliorarsi. Anche perchè

un'azienda deve avere una valenza sociale: questo forse è un retaggio del mio impegno politico però non avrei voluto creare un'impresa commerciale tout court”.

Sono donne ma soprattutto sono persone che in questa provincia hanno segnato un tassello di realtà: l'hanno modellata e firmata con il loro nome. Sembra proprio anche il caso di **Brunella Devoti** - La nuova Falegnameria snc –Carrara. Ci ha messo 30 secondi per scegliere di fare l'imprenditrice. Aveva 23 anni ed era iscritta ad Economia e Commercio ma la sua vita ha preso a sorpresa un'altra strada. “Mio padre è morto d'infarto e mio fratello mi ha chiesto se volevo aiutarlo a portare avanti l'azienda di falegnameria. Ho riflettuto un attimo, uno solo: trenta secondi prima di rispondere sì. E' stato un sì che mi ha cambiato il destino”. Così inizia l'avventura imprenditoriale di Brunella Devoti, 40 anni, socia insieme ai fratelli Antonio e Adolfo de La Nuova Falegnameria di Carrara. “All'inizio è stata davvero dura perché ero molto giovane e mi confrontavo quotidianamente con un ambiente dove la realtà femminile era vista con una veste diversa. Ho dovuto anche imparare tutto perché fino ad allora avevo studiato altre cose e così mi sono messa, con umiltà, a vedere e a capire questo mondo. Mi sono occupata dell'amministrazione e dopo della produzione creando dei settori nuovi. Sono tornata a studiare e mi sono specializzata in restauro del mobile ed in arredamento d'interni e le soddisfazioni non sono mancate”. Anni intensi quelli dell'inizio che Brunella Devoti ricorda con un sorriso: “Credo che professionalmente la difficoltà maggiore fosse quella di presentarsi alle banche. Il problema del credito è il problema più grande per un'azienda. Nel nostro caso avevamo un'attività avviata e c'era la necessità di espanderla. Era fondamentale poter contare sulla fiducia dalle banche che però chiedono fortissime garanzie. Il problema esiste ancora ed è uno dei nodi da sciogliere. Ieri come oggi”. Qual è la difficoltà maggiore per le donne che decidono di voler tentare la strada dell'imprenditoria? “Non credo che ci siano tante difficoltà. Molte volte sono gli uomini ad essere i più spaventati dalla concorrenza femminile. Perché le donne hanno una caparbieta diversa da quella maschile: più forte. E quando sono decise non mollano”. I difetti dell'universo femminile? “L'incapacità di fare gruppo. La mancanza di solidarietà. E questa sfida continua che hanno nei confronti delle altre donne che però non porta mai ad un effettivo primato”. I pregi? “Maggior senso del dovere, maggiore impegno per raggiungere il risultato. L'essere intuitive e più sensibili e quindi capaci di gestire meglio tutti i rapporti personali sia con i dipendenti che con i clienti”. Come si vede, nelle imprese delle donne c'è tutta la vita e la personalità delle donne che hanno coltivato quel progetto e l'hanno fatto nascere. C'è la sofferenza, il tempo tolto al resto dell'esistenza, il coraggio di rischiare: spesso anche contro tutti. Contro chi non capisce quell'amore, chi le colpevolizza, chi cerca di trattenerle nell'agio del già fatto.

Anche nell'esperienza, singolare davvero, di **Maria Teresa Telara** - Carlo Telara Marmi & Graniti srl – Carrara. Imprendi-attrice. Artista in palcoscenico e manager quasi per caso: è il destino di Maria Teresa Telara. Un sorriso e l'ironia nello sguardo intenso prima di raccontare la sua storia. “Imprenditrice per caso. E' quello che sento di me. Ho vissuto a Roma una lunga, intensa ed entusiasmante esperienza come attrice di teatro sperimentale. Poi, sette anni fa, la decisione di cambiare rotta: di tornare a Carrara e di lavorare nell'azienda di famiglia”. Perché questa nuova avventura e in un mondo completamente diverso? “Ho fatto teatro sperimentale per vent'anni, fino al 1994. Sono andata via da

Carrara giovanissima e sono approdata a Roma dove ho vissuto un'esperienza forte legata alla ricerca sperimentale e al clima culturale di un'epoca che si è conclusa negli anni '80. Il mio mondo era quello del teatro di Pontedera: abbiamo girato l'Italia ma anche l'Europa. Non si recitava solamente ma ci si confrontava con le teorie, le novità, le idee che nascevano. Era lavorare con il corpo, l'espressione, la parola usando lo spazio e il movimento. E' stato qualcosa di bellissimo, straordinario, intenso che però si è chiuso con la fine di un'epoca, di un mondo, di un modo di fare cultura. Per me il senso della vita non era fare l'attrice tout court ma vivere quell'esperienza. Da qui la decisione di cambiare e di tornare a Carrara. Confesso che a questo si aggiungeva la mia esigenza personale di confrontarmi con le radici, con una città dalla quale mi ero allontanata prestissimo. Adesso, a 50 anni, è stato importante avere ripreso il percorso con un ritorno e una riscoperta". Il mondo del marmo e le donne imprenditrici: un rapporto difficile? "La mia è un'esperienza mediata da due figure maschili: mio padre e mio fratello. E sono due presenze accoglienti, non aggressive. Come d'altra parte anche la nostra azienda non è un'impresa aggressiva nei confronti del mercato: punta invece a mantenere la posizione e a garantire la stabilità". Un consiglio alle donne che vogliono lanciarsi in un'avventura imprenditoriale? "Uno solo: non aver paura del fallimento. Fare una scelta è un atto di coraggio e implica anche la possibilità di cadere. Non si deve temere di fallire, di avere qualche scivolone. E' inevitabile. Ma serve a non mollare. A tenere duro. A vincere".

Una storia diversa, ma in fondo non troppo, quella di Daniela Conti - Hotel Excelsior Marina di Massa. Un albergo in riva al mare. Il bianco della luce e il blu dell'acqua: siamo all'Hotel Excelsior. E' il regno di **Daniela Conti**. Sottile, elegante, riservata, decisa: ritratto di una donna che ha deciso di cambiare business e di passare dal mondo del marmo a quello del turismo. Cognome importante per una famiglia di imprenditori. Un rapporto forte con il padre Giorgio e l'acquisto dell'Excelsior nel '93. Daniela Conti lavorava nella segheria di famiglia e raccolse la sfida di cambiare tutto e passare dal marmo al turismo. "Sono stata felice di fare questo passo - racconta - perché quello era un mondo maschile e maschilista e qui invece è tutto diverso". Il lato più difficile di questo mestiere? "I rapporti con gli altri albergatori. Perché credo che in questo settore, nella nostra zona, non ci siano imprenditori. Le aziende alberghiere sono per la maggior parte a conduzione familiare, molto del lavoro è sommerso ed è molto diffusa l'arte di arrangiarsi all'italiana. Questo è davvero un grande handicap. Sto cercando di creare delle forme di aggregazione che qui non esistono ma è più facile trovarle a livello nazionale o regionale. Un altro problema del settore è il rapporto con i dipendenti. Si tratta di un mondo particolare spesso con scarsissime professionalità nonostante la presenza nella nostra provincia di un Istituto Alberghiero. Ma è la mentalità che va cambiata: ancora oggi si vede il lavoro nel turismo come l'ultima spiaggia. Assurdo ma vero". Le donne hanno la fiducia in sé stesse necessaria per fare il salto di qualità nel mondo del lavoro ed essere imprenditrici di sé stesse? "Questo è un problema atavico. Molto è stato fatto e molto è stato detto anche se osservo, con una certa preoccupazione, che stiamo vivendo un momento di riflusso. Vedo che in tante donne la voglia di fare e di essere protagoniste si è sopita e questo mi preoccupa". Da dove nasce tutto questo? "Noi donne siamo andate troppo avanti e non siamo state più capite dagli uomini ma anche dallo stesso mondo femminile. Adesso forse è il momento di fare le cose con più calma e di uscire dall'aspetto elitario. A questo proposito una postilla è necessaria: i maschi

devono comunque fare la loro parte e contattare la donna come persona. E' il primo passo. Indispensabile a qualunque altro discorso e approccio.”

Ancora nel turismo l'esperienza di **Francesca Frediani** - Campeggio Luna – Massa. Dalle pagine di Vogue al lungomare della Partaccia. Quarantun'anni e la voglia di seguire l'istinto con il coraggio di inventarsi daccapo. Nella scommessa di riuscire a divertirsi. Ecco Francesca Frediani: scuola di grafica a Milano, passione per la fotografia e l'arte. Creativa ed estrosa assunta dalla mitica Franca Sozzani a Vogue e catapultata nel mondo patinato e sofisticato della moda. Sette anni di lavoro intenso e poi un giorno la decisione di mollare tutto e cambiare vita. Di lasciare Milano, Vogue, le copertine, le modelle e venire a vivere in riva al mare. Di tornare a Carrara e prendere in mano le chiavi di un vecchio cancello che delimitava un terreno incolto e trascurato. Qui una notte ha visto nascere una straordinaria luna piena che ha illuminato la terra con la sua luce argentata. E così è nato il suo campeggio. Una scommessa ma anche altro. Una sfida e un sogno usciti dalle mani e dalla mente di Francesca Frediani. Occhi scuri e un sorriso aperto sulla curiosità di scoprire il mondo. “Amo questo lavoro perchè ti porta il mondo a casa e per una pigra come me è il modo migliore di viaggiare”. Ironica, intelligente, anticoformista Francesca detesta i luoghi comuni e le classificazioni. Anche e soprattutto quelle al femminile. “Per favore non parliamo di donne ma di persone. E come in tutte le cose è l'intelligenza che fa la differenza”. Errante e inquieta Francesca si è svegliata una mattina nella grigia Milano. Il cielo nascosto dalle nuvole e dallo smog, la vita frenetica, ore ed ore di pose e lavoro per uno scatto, per cogliere un'immagine, uno sguardo, un baluginare di luce. “Era tutto bello e affascinante ma anche incredibilmente effimero _ racconta Francesca _ E così sono andata in redazione e a Franca Sozzani ho detto che volevo licenziarmi. Mi ha chiesto di pensarci su: sono rimasta lì ancora sette mesi ma ormai la decisione era presa. La mia vita stava correndo da un'altra parte ed io volevo seguirla. Ho lasciato Milano e sono tornata a Carrara. Mia madre era tornata in possesso proprio in quel periodo di questo camping ed è nato tutto questo”. Duecentocinquanta posti ombreggiati dagli alberi a pochi metri dal mare. Bungalow e piazzole, una biblioteca per i clienti e girandole colorate fioriscono nel piazzale d'entrata. “Luna” è il regno di Francesca. L'ha voluta, l'ha ideata, l'ha creata. E qui arrivano soprattutto turisti in cerca di natura e riposo. Arrivano dall'estero: dalla Germania, dall'Olanda, dalla Francia, e dall'Inghilterra. “Mi piace la libertà e l'avventura. E qui c'è tutto questo. Insieme anche all'impegno e alla fatica di riuscire a mandare avanti una realtà impegnativa”. Donne e impresa: rapporto difficile? “Parliamo di persone che vogliono mettersi in discussione e che hanno il coraggio di buttarsi da sole. Certo non è facile: ci sono tante difficoltà ma c'è anche la soddisfazione di riuscire a farcela. Di centrare un obiettivo che è solo nostro”.

Una scelta consapevole ed altrettanto determinata quella di **Sabrina Giannetti** - Hotel Eden, Ronchi – Massa. Calle bianche sinuose, fresie profumate, ranuncoli colorati e lillium: siamo nell'Eden di Sabrina Giannetti. Un Hotel che ha l'aspetto di una confortevole casa di amici. Un tocco di eleganza e la familiarità di un ambiente accogliente. La padrona di questa casa dell'ospitalità è Sabrina Giannetti, 33 anni, da 12 anni alla guida dell'azienda di famiglia. L'Eden infatti è stato fondato dal nonno nel 1961, poi la gestione è passata alla figlia Bibiana che se ne è occupata fino al 1991: l'anno della svolta. Tre anni di ristrutturazione

e il passaggio di testimone a Sabrina. Tre generazioni per raccontare un'impresa dove tradizione e novità di intrecciano nell'intuito di saper anticipare i tempi. "La mia è stata una scelta - racconta Sabrina - perché è un mestiere che avrei scelto comunque. Il turismo è bello perché ti permette di essere a contatto con persone di nazionalità diverse. Ti consente, lavorando, di ampliare le tue conoscenze e di essere nel mondo anche senza spostarti dalla tua terra". La difficoltà maggiore? "Il momento più duro è stato nel 1991 quando abbiamo dovuto riposizionare l'albergo sul mercato. Ero all'inizio della mia attività ed erano tempi difficili per la crisi economica". La più grande soddisfazione? "Il rapporto che instauriamo con i clienti. Il fatto di vederli tornare anno dopo anno, di costruire anche delle vere amicizie".

Attività differenti, qualche volta impensabili, ma quanto a convinzioni sicure non è da meno **Enrica Battaglia** - Battaglia Servizi Informatici S.r.l. – Massa. Determinata, decisa, diretta. Tre "d" per Enrica Battaglia. Laurea in informatica e una passione per gli infiniti linguaggi del computer. Un mondo di cifre e di rigore matematico è l'universo di Enrica. Che già al liceo sapeva cosa voleva fare e dove voleva arrivare. "Il mio obiettivo era prima quello di una laurea in informatica e dopo quello di creare un gruppo di lavoro per operare direttamente con le aziende". E così è stato. Enrica si è laureata a Pisa e con alcuni colleghi di studio ha creato una piccola società. La sede a Livorno e loro, i fondatori, erano in cinque. Due anni di lavoro ed esperienza e poi Enrica ha deciso di fare da sola. "Lo scopo era quello di costruire un gruppo di lavoro. Di mettere insieme persone con competenze e specializzazioni diverse in modo da offrire ai clienti un servizio globale che va dalle configurazioni, alle installazioni, alla creazioni di programmi ad hoc. Nel '91 abbiamo anche iniziato ad organizzare docenze e veri e propri campi formativi con il sogno di realizzare a Lerici una scuola di formazione del settore ad alto livello: un vero e proprio master da portare avanti con le università". E come viene vista una donna nel mondo maschile dell'informatica? "Con grande perplessità. Adesso le cose stanno cambiando; anche se molti hanno ancora una sobbalzo quando mi vedono armeggiare con il cacciavite e aprire i computer". Le donne e l'informatica: un rapporto difficile? "Se l'universo femminile entra in quello dell'informatica lo fa con aggressività e questo perché c'è una forte competizione a tutti i livelli. Ma le donne che scelgono questo mestiere e che hanno questo tipo di interessi sono fortemente motivate e determinate".

Dall'informatica all'intermediazione immobiliare, un settore in grande crescita a Massa-Carrara, in cui è sicuramente protagonista **Annabella Covini** – Immobiliare Covini – Massa. Dal mondo dell'università a quello dei cantieri. Annabella Covini ha cominciato 25 anni fa a vendere e affittare case. All'inizio lo ha fatto quasi per gioco. Una famiglia di costruttori e un futuro come notaio, questa era la sua vita. Poi la scelta del padre di aprire anche un'agenzia immobiliare e la proposta ad Annabella di aiutarlo in questa novità. "Ho accettato: sono curiosa per natura. Lo facevo in modo sportivo, nei week end e intanto studiavo giurisprudenza. Avevo 22 anni. Poi le cose sono cambiate e questo è diventato il mio vero lavoro". Lavoro e vita privata: difficile o facile mantenerle in equilibrio? "Ho un compagno ma non ho figli. Credo che questo lavoro sia molto impegnativo per una donna soprattutto per la grande disponibilità che richiede e per il tempo che assorbe. Non ci sono orari e se un cliente chiama si deve poter dire 'sì' ". Come aiutare le donne a diventare

imprenditrici? “Inventandosi qualche strumento nuovo per supportarle tra i 25 e i 40 anni quando sono sotto il carico della famiglia e della vita professionale. Le istituzioni sono assenti mentre questa è sicuramente la fase più impegnativa nella vita di una donna”.

Un altro caso, un'altra esperienza davvero originale quella di **Mariaelena Bertolla** - Gelma Carrara -. Da aspirante scultrice a imprenditrice. Mariaelena Bertolla amava il marmo: le piaceva scolpirlo. Lo modellava e lo levigava e il suo sogno era quello di continuare a lavorare questa materia bianca e particolare. Prima il liceo artistico e dopo l'Accademia. Ma un problema al collo le rendeva difficile usare il martello ad aria compressa. Troppo pesante, troppo forte il contraccolpo che ne riceveva, troppo ingombrante. E così il babbo Vittorio, carrozziere con il pallino per la meccanica, si è messo al lavoro e ha creato un martello per scolpire con un motore elettrico. Più leggero, più facile da usare e soprattutto senza “scossoni”. Mariaelena ha continuato a studiare e a scolpire. E quello strumento, nato per caso e per l'amore di un padre per una figlia, si è trasformato con il tempo in un progetto imprenditoriale. Adesso Mariaelena quel martello l'ha brevettato, l'ha messo in commercio e lo vende in Italia ma soprattutto all'estero. La sua creatura di chiama wood pecker, un picchio elettrico che le ha portato fortuna. “Tutto è iniziato nel 2004, quattro anni fa - racconta Mariaelena: lavoravo alla gelateria Magù e contemporaneamente ho avviato questa attività. Mi ero sistemata in un fondo di casa e quando non vendevo gelati assemblavo il mio martello elettrico”. Mariaelena è giovane, ha 29 anni, ma è perfezionista e decisa. E' difficile farle trovare un ostacolo o una curva pericolosa nel suo percorso di lavoro. “Nelle mie scelte vado ad intuito e nelle varie fiere ho stabilito subito contatti importanti che mi hanno permesso di proseguire e di crescere”. La Gelma infatti dopo il primo wood pecker ha brevettato il mini wood pecker e ha realizzato anche un cavalletto per scultura smontabile in metallo. La sede è un locale luminoso: grandi finestre che danno sulla strada e qui Mariaelena assembla i pezzi che vengono realizzati in varie parti d'Italia. Lavora da sola, tutto il giorno dalle 8 alle 17 come minimo, e molto spesso anche il sabato e la domenica. “Sono una perfezionista e per questo mi piace stare qui anche il week end: è tutto più tranquillo e posso lavorare in pace. Progetti? Tanti. Proseguire con questo lavoro che amo e creare altri oggetti per i miei clienti”. E chi si rivolge alla Gelma sono soprattutto gli scultori per hobby: quelli che amano lavorare il marmo e la pietra e vogliono usare uno strumento leggero e silenzioso.

Da Carrara alla Lunigiana, una terra ricca di storia, di cultura, di senso dell'ospitalità; un caso di successo, uno dei non pochi, peraltro, è quello di **Gigliola Galanti** - Agriturismo Saudon -. “Avevo cinquantanni quando mi è venuta questa idea che ha cambiato la mia vita”. Gigliola Galanti aveva un marito geologo e due figlie ormai grandi: di ventisei anni e trent'anni. Viveva tranquilla a Mulazzo con i suoi cani e, appena poteva, andava a caccia di cinghiali. “Stavo bene, la mia esistenza era piena. Amavo stare all'aria aperta, lavorare nei campi, occuparmi del vigneto e dell'uliveto che aveva comprato mio suocero... Ma un giorno ho pensato di restaurare un borgo a galleria che avevamo a Pozzo, proprio di fronte a Mulazzo. E tutto non è stato più come prima”. E' cambiata la vita di Gigliola ma anche l'aspetto di quell'antica frazione. Eravamo nell'agosto del 2002: adesso quelle stanze sono diventate un raffinato agriturismo dove approdano italiani e stranieri in cerca di quiete e riposo. E Gigliola accoglie, rifocilla, disseta con un rosso corposo ed aiuta i suoi

ospiti a scoprire le bellezze della natura. “All’inizio volevo fare tre camere per rimettere in sesto la struttura, ma poi mi sono fatta prendere la mano e adesso siamo a sei stanze e un ‘appartamento’. Questo complesso risale al ‘600 e ha questa struttura perché la tradizione della Lunigiana vuole che ad ogni figlio illegittimo il signore del luogo lasciava una “stanza”. E nel borgo di Pozzo l’antica famiglia dei Malpeli di camere ne aveva realizzate sette. Adesso sono il cuore dell’agriturismo Saudon. “E’ stato faticoso ma bello – racconta Gigliola - perché ho fatto tutto da sola: dal seguire gli operai durante le varie fasi della ristrutturazione fino alla scelta dei mobili che vengono dalla Francia”. Gigliola riceve e Gigliola ristora. E’ sempre lei che, in cucina, sforna pranzi e cene per gli ospiti che giungono al suo desco. “Faccio tutto da sola. A volte mi danno una mano mia sorella o le mie figlie: all’inizio è stato difficile, ma dopo è solo una questione di organizzazione.” Rifaresti questa scelta? “La rifarei sicuramente”. Perché? “I cinquant’anni, nella vita di una donna, sono un periodo dove affiorano dei vuoti. Generalmente i figli sono grandi, le fatiche sono terminate e le donne si sentono quasi lasciate in disparte dall’esistenza... E invece hanno tanto da dare e da fare. Questo per me è stato un modo di saturare tutte queste esigenze”.

Sempre in Lunigiana, quale testimonianza dell’importanza delle tipicità dei prodotti locali, un’altra impresa al femminile, quella di **Graziella Ravera** – Il testarolo – Villafranca Lunigiana, che di tipico ha davvero molto. Li fa ancora uno ad uno. Li prepara e li cuoce nei testi di ghisa, quelli di una volta e ne sforna fino a duecento. Un nome straniero per un mestiere antico quello della preparazione dei testaroli doc. Un prodotto della Lunigiana, una specialità, che Graziella ha riscoperto e riproposto. Diciotto anni fa ha deciso di aprire un laboratorio artigianale e da allora impasta, cuoce, e sforna per un pubblico sempre più numeroso. Ristoranti della zona, clienti privati, ma anche turisti e comitive che giungono fino a Villafranca in pulmann per vedere da vicino come nascono i testaroli. Come si preparano e come si cuociono in queste grandi forme di ghisa chiamate testi. “Vogliono vedere, vogliono sapere, vogliono capire – racconta Graziella – e dopo pensano a gustarli. Arrivano anche da città lontane: è salito fin qui un gruppo di Perugia e sono rimasti conquistati dal profumo, dal gusto, ma soprattutto da tutto quello che c’è dietro questa specialità.” Graziella ha quarantatré anni, un marito e un figlio di diciannove anni. La sua storia imprenditoriale inizia quando il marito, che lavorava in una ditta che produceva proprio i testaroli, vince un concorso e va a lavorare alle poste. Graziella è mamma da un anno e non sa che lavoro fare. E così l’idea: perché non mettersi a produrre quei prodotti che proprio allora il mercato cominciava a scoprire? Detto, fatto. Uno spazio sotto casa dove viene allestito il laboratorio e una cucina dove impastare e cuocere i testaroli nelle forme di ghisa. Sale e acqua dove e farina a volontà: ingredienti poveri per realizzare un prodotto che piace. Sano, antico e gustoso. E così anno dopo anno Graziella lavora e cresce. “Impresa è un nome troppo grande: la mia è un’attività artigianale. Fare i testaroli sembra facile ma non lo è. La cosa più difficile è la temperatura del testo; queste teglie cuociono direttamente sul fuoco ed è l’esperienza che ti fa capire quando tutto è a posto. Si lavora manualmente e non ci sono apparecchiature ma solo gli occhi e le mani.”

Ed infine, ancora un caso che la dice lunga sul profondo legame fra territorio e donne imprenditrici: **Cinzia Angiolini** è il Presidente del Consorzio Agnello di Zeri. Dall’Accademia delle Belle arti ai pascoli di Zeri. Da un futuro come restauratrice a quello di passionaria

della storia e delle tradizioni della Lunigiana. Cinzia Angiolini ha trentaquattro anni. Ha frequentato l'istituto d'Arte e poi si è iscritta all'Accademia di Belle Arti. A ventinove anni la svolta: un'allergia a tutti i tipi di solventi le ha fatto cambiare strada. "Ho dovuto fermare la mia attività e rivedere il futuro. E mi sono scontrata con la pecora di Zeri. Mio padre è un allevatore e mi ha fatto interessare a questo animale in via di estinzione. Anni fa sono stata nominata assessore alla cultura (popolare) del Comune di Zeri e di rimpallo sono entrata nel comitato di promozione della pecora di Zeri che gestiva una fiera di questa razza ovina." Si tratta di un animale raro, che sta scomparendo e che ha segnato la storia della Lunigiana. Oggi se ne trovano solo 2.500 – 3.000 capi: la maggior parte vive nel comprensorio di Zeri. Una pecora che è anche il simbolo di un territorio, dell'identità di una zona incontaminata e della tradizione degli allevatori. Quanto tempo fa è iniziata la scoperta di questo animale? "Da una decina di anni gli allevatori della zona hanno visto in questa razza qualcosa di particolare. Sono pecore che producono ottimi agnelli da macellazione che crescono nutrendosi solamente con il pascolo e il latte. In due mesi e mezzo i piccoli arrivano a pesare 26 chili: hanno una carne tenera perché sono giovani e profumata perché mangiano essenze della montagna. Il loro pregio maggiore è quello di non avere il gusto del selvatico". Cinzia ed i suoi ragazzi: il comitato infatti è composto da giovani che da pochi anni si ritrovano insieme per difendere la pecora zerasca e per promuovere anche le tradizioni della zona. "Siamo partiti nel 2000 con Il Salone del Gusto e lo Slow Food a Torino. La cosa positiva è stata quella di creare un gruppo di persone che avevano voglia di lavorare su questa promozione e siamo cresciuti insieme."

Fin qui le nostre storie, profili di donne che nascondono una storia. Imprese al femminile per raccontare un universo che esiste, che si muove e si trasforma. Appuntamenti e incontri che ci hanno fatto fare un viaggio interessante tra imprese e aziende, tra novità e certezze. Ma che soprattutto ci hanno fatto incontrare delle persone: che nell'avventura di quell'impresa, di quel progetto, di quella scommessa hanno raccontato la loro storia. Senza la paura di rivelare le paure, le debolezze, i momenti difficili. Contatti che hanno aperto degli scenari nei quali in tante si possono ritrovare. E ritrovare anche le proprie paure, le proprie incertezze, le proprie difficoltà. Perché questi profili vogliono essere un racconto di percorsi in un gioco di specchi dove le immagini aiutano altre immagini a farsi più nitide e più definite. Semi che possono dare vita ad altre piante, avventure che aprono nuove avventure e diversi orizzonti. Con la convinzione che non sono solo storie ma realtà. E che quella scommessa che qualcuno vuole tentare altri l'hanno già fatta e hanno vinto. Volti, voci e parole che hanno raccontato mondi diversi eppure simili: nati da una simile voglia di provare e di provarci. E di vincere. Con il coraggio di essere donne a tutto tondo: con la consapevolezza e l'orgoglio di esserci riuscite.

LA LEGISLAZIONE IN FAVORE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE NEI PAESI DELL'UNIONE EUROPEA¹

1. Normativa e politiche comunitarie in tema di Pari Opportunità

L'impegno dell'Unione Europea nei confronti della parità tra i generi e delle pari opportunità tra uomini e donne risale al 1957, essendo sancito dal Trattato istitutivo della CEE all'art. 119 (oggi art. 141), secondo cui "Ciascuno Stato membro assicura l'applicazione del 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".

Limitata in origine alla sola questione della remunerazione, la nozione di eguaglianza si è progressivamente estesa e la produzione normativa comunitaria in materia si è espressa soprattutto con lo strumento delle direttive, le più importanti delle quali sono:

- *direttiva 75/117/CEE: "Riavvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative all'applicazione del principio di parità delle retribuzioni tra lavoratori di sesso maschile e quelli di sesso femminile"*.
- *direttiva 76/207/CEE: "Attuazione del principio della parità di trattamento tra gli uomini e le donne per quanto riguarda l'accesso al lavoro, la formazione, la promozione professionale e le condizioni di lavoro"*.

Definisce, come condizione per attuare tale principio, l'assenza di discriminazioni dirette e indirette, in particolare mediante il riferimento allo stato matrimoniale o di famiglia. Questa direttiva è stata modificata dalla direttiva 2002/73/CE, che ha introdotto nuove disposizioni volte a garantire l'effettiva attuazione del principio della parità di trattamento, in particolare attraverso la previsione da parte degli Stati membri di procedure giurisdizionali e/o amministrative attivabili in caso di mancata applicazione della parità di trattamento, di procedure conciliative finalizzate all'esecuzione degli obblighi derivanti dalla direttiva, nonché di misure volte a garantire un indennizzo o una riparazione reale ed effettiva al soggetto leso da una discriminazione.

- *direttiva 79/7/CEE: "Graduale attuazione del principio della parità di trattamento tra gli uomini e le donne in materia di sicurezza sociale"*.
- *direttiva 86/378/CEE: "Attuazione del principio della parità di trattamento tra gli uomini e le donne in materia di sicurezza sociale"*.

Estende i provvedimenti della direttiva precedente, per i medesimi rischi e categorie

¹ Estratto dalla pubblicazione "Legislazione in favore dell'imprenditoria femminile nei Paesi dell'Unione Europea", di Antonia Quadrale e Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della C.C.I.A.A. di Pisa, Pisa, 2004, sintesi a cura di Silvana Donati.

di beneficiari, ai regimi professionali di sicurezza sociale.

- ***direttiva 86/613/CEE: “Applicazione del principio della parità tra gli uomini e le donne che esercitano un’attività autonoma, nonché tutela della maternità”.***

Estende il campo di applicazione della legislazione comunitaria sulle pari opportunità - compresa la materia dell’agricoltura - a coloro che esercitano un’attività autonoma, la libera professione, nonché ai loro congiunti non salariati che partecipino abitualmente all’attività del lavoratore/lavoratrice. Prevede molte disposizioni specifiche per le donne lavoratrici autonome in gravidanza e maternità

- ***direttiva 92/85/CEE: “Miglioramento della sicurezza e della salute sul lavoro delle lavoratrici gestanti, puerpere o in periodo di allattamento”.***

Prevede un congedo di maternità di almeno 14 settimane ininterrotte ripartite prima e/o dopo il parto; il mantenimento della retribuzione e/o il versamento di una indennità adeguata durante il periodo di congedo; il divieto di licenziamento dall’inizio della gravidanza sino al termine del congedo; la riorganizzazione temporanea delle condizioni e dei tempi di lavoro o l’esonero da esso se rischioso per la salute della donna. La direttiva è stata recepita in Italia solo nella parte riguardante la salute, attraverso il decreto legislativo n. 645 del novembre ‘96: in esso si individuano ulteriori rischi e fattori di nocività ai quali è vietato esporre le donne durante il periodo di gravidanza.

- ***direttiva 96/34/CE: “Accordo quadro sui congedi parentali”.***

E’ frutto del primo accordo sindacale europeo tra la Confederazione europea dei sindacati (Ces), gli imprenditori privati (Unice) e gli imprenditori pubblici (Ceep). Prevede, tra le altre cose, un congedo parentale di almeno 3 mesi per figli sino a 8 anni di età. Il congedo è un diritto individuale del genitore (sia madre che padre) e quindi, in via di principio, non trasferibile.

- ***direttiva 97/80/CE: “Onere della prova nei casi di discriminazione basata sul sesso”.***

Gli Stati membri adottano i provvedimenti necessari affinché spetti alla parte convenuta provare l’insussistenza della violazione del principio di parità di trattamento ove chi si ritiene leso abbia prodotto, dinanzi ad un organo competente, elementi di fatto.

- ***direttiva 97/81/CE: “Accordo quadro sul lavoro part-time”.***

La direttiva ha recepito l’accordo quadro siglato dalle parti sociali Ces, Unice e Ceep. Si propone di facilitare il part time su base volontaria, eliminando gli ostacoli al suo sviluppo, migliorandone la qualità ed evitando discriminazioni per chi lavora a tempo parziale.

L’art.119 del Trattato di Roma e le direttive conseguenti costituiscono un *corpus iuris* vincolante per gli Stati membri e rappresentano il fondamento giuridico da cui è derivata tutta la normativa e l’azione a favore delle donne.

Artt.II-23, III-99, III-103 Costituzione Europea

“La legge quadro europea stabilisce le misure che assicurino l’applicazione del principio delle pari opportunità e della parità di trattamento tra uomini e donne in materia di occupazione ed impiego, ivi compreso il principio della parità di retribuzioni per lo stesso

lavoro o per un lavoro di pari valore”.

“Allo scopo di assicurare l’effettiva e completa parità tra uomini e donne nella vita lavorativa, il principio della parità di trattamento non osta a che uno Stato Membro mantenga o adotti misure che prevedano vantaggi specifici diretti a facilitare l’esercizio di un’attività professionale da parte del sesso sottorappresentato ovvero ad evitare o compensare svantaggi nelle carriere professionali”.

Oltre che con atti legislativi, l’Unione Europea interviene sul tema delle pari opportunità con atti più specifici, nell’ultimo ventennio stilando quattro “programmi d’azione”, ovvero “un insieme di obiettivi programmatici che rappresentano i punti di riferimento di quanto disposto dai vari interventi di natura normativa, adottati o da adottare dagli organi e dagli Stati membri della CE, in un quadro di concretizzazione di azioni positive, tendenti alla progressiva realizzazione delle pari opportunità tra uomini e donne”.

Il Primo programma d’azione nasce nel 1982 (1982-1985) con l’obiettivo di consolidare i diritti delle donne in materia di occupazione, parità salariale e di promuovere concretamente la parità attraverso azioni positive.

Il Secondo Programma d’azione (1986-1990) poneva invece l’accento sull’istruzione, la formazione, le nuove tecnologie, e sulla ripartizione delle responsabilità familiari e professionali.

Il Terzo Programma d’azione (1991-1995)) ha promosso le pari opportunità nel campo dell’occupazione e della formazione, in particolare attraverso l’iniziativa Now (New Opportunities for Women).

Il Quarto programma d’azione (1996-2000) mette in rilievo la necessità che le donne siano cittadine a pieno titolo, in modo da partecipare attivamente ed in condizioni di parità di diritti a tutti gli aspetti della vita sociale. Considerata la scarsa presenza di donne nei posti decisionali ai livelli politico ed amministrativi, *“che rivela un deficit democratico, e priva le istituzioni, sia nazionali che europee, della piena legittimità”*, tra gli obiettivi del quarto programma d’azione vi è infatti l’auspicabile conseguimento di una partecipazione equilibrata delle donne e degli uomini nei posti di responsabilità ed una maggiore conciliazione di vita professionale e vita familiare.

Nel corso del Quarto programma d’azione è stata ripresa l’iniziativa **Occupazione-NOW**, sulla base del successo e delle esperienze acquisite con l’iniziativa NOW del periodo 1991-1994. NOW ha costituito il maggior laboratorio dell’UE per la sperimentazione di concetti innovativi in materia di formazione professionale e occupazione delle donne.

Il 20 dicembre 2000 il Consiglio dell’UE ha adottato la decisione 2001/51/CE relativa al “Programma concernente la strategia quadro comunitaria in materia di parità tra donne e uomini (2001-2005)”; come si legge nella comunicazione della Commissione (2000/0143) “l’azione promossa dalla Comunità a favore della parità tra donne e uomini andrà strutturata in futuro in una strategia globale, che induca tutte le politiche comunitarie a partecipare alla promozione dell’uguaglianza tra i sessi, modificando gli interventi esistenti (approccio attivo: integrazione orizzontale della dimensione delle pari opportunità) e/o attuando azioni concrete volte a migliorare la situazione delle donne nella società (approccio reattivo: azioni specifiche).

Il nuovo approccio intende dunque valorizzare l’ampia gamma di attività

comunitarie a favore della parità tra uomini e donne, garantirne la coerenza generale, ottimizzarne l'efficienza e renderle maggiormente visibili; la Commissione individua cinque settori di intervento interconnessi volti ad orientare l'azione comunitaria per i prossimi anni:

- Promuovere la parità nella vita economica (tasso di occupazione femminile al 60% entro il 2010);
- Promuovere la partecipazione alla vita politica e la rappresentanza in condizioni di parità;
- Promuovere la parità di accesso ed il pieno godimento dei diritti sociali da parte di uomini e donne;
- Promuovere la parità nella vita civile;
- Promuovere l'evoluzione dei ruoli ed il superamento degli stereotipi

L'equilibrio tra i generi nella vita politica costituisce uno dei cinque obiettivi della strategia-quadro ed ha rappresentato la priorità per il periodo 2003-2004. Da diversi anni in Europa e in Italia è infatti in corso un dibattito sulla necessità di azioni positive per le donne applicate all'ambito della rappresentanza politica.

Nel nostro Paese, in particolare, si è sviluppata la discussione su quali azioni si possano e si debbano attuare per ridurre la profonda frattura che si è determinata tra la partecipazione femminile alla vita professionale, sociale e culturale italiana, quantitativamente alta e qualitativamente forte, e la sostanziale assenza delle donne dalla vita politica e istituzionale della Nazione.

Tabella 1.1

Le donne nelle assemblee parlamentari

(valori percentuali)

Paesi Comunitari	% Paesi Extra-Comunitari	%
Svezia	42,7 Norvegia	25,8
Danimarca	38,0 Cuba	27,6
Finlandia	36,5 Mozambico	30,0
Paesi Bassi	36,0 Svizzera	23,0
Germania	31,1 Cina	21,8
Spagna	28,3 Filippine	17,8
Austria	26,8 Senegal	16,7
Belgio	23,3 Stati Uniti	14,0
Portogallo	18,7 Colombia	11,8
Regno Unito	17,9 Tunisia	11,5
Lussemburgo	16,7 India	8,8
Irlanda	21,0 Giappone	7,3
Francia	10,9 Brasile	6,8
Italia	9,8 Algeria	3,4
- Camera	11,5 Marocco	0,6
- Senato	8,1	
Grecia	8,7 Media	19,5

Fonte: elaborazioni Camera di Commercio di Pisa

L'art. 117 della Costituzione, modificato dalla legge costituzionale 3/2001, dispone al comma 8 che "le leggi regionali rimuovono ogni ostacolo che impedisce la piena parità degli uomini e delle donne nella vita sociale, culturale ed economica e promuovono la parità di accesso tra donne e uomini alle cariche elettive"; l'art. 117 vincola la potestà legislativa regionale in un duplice modo, stabilendo al comma 1 che "la potestà legislativa è esercitata dallo Stato e dalle Regioni nel rispetto della Costituzione, nonché dei vincoli derivanti dall'ordinamento comunitario e dagli obblighi internazionali".

Un'altra importante modifica riguarda l'art. 1 della Costituzione: il primo comma recita "Tutti i cittadini dell'uno e dell'altro sesso possono accedere agli uffici pubblici e alle cariche elettive in condizioni di uguaglianza, secondo i requisiti stabiliti dalla legge"; la modifica, approvata in via definitiva dal Senato il 20 febbraio 2003, aggiunge il seguente periodo: "A tal fine la Repubblica promuove con appositi provvedimenti le pari opportunità tra donne e uomini".

La nuova norma prevede quindi la possibilità di fissare, anche per via legislativa, norme che consentano una più adeguata rappresentanza femminile alla Camera ed al Senato. La legge consente, ma non obbliga. L'ultima parola spetterà ai partiti, che decideranno, nella scelta delle candidature, se dare spazio adeguato alle donne.

Attualmente, come emerge dal quadro tracciato dall'UNPD (il programma di sviluppo delle Nazioni Unite) nell'ultimo rapporto sul GEM, l'indice che misura l'inserimento femminile nei settori chiave, la situazione è piuttosto sconcertante: nella classifica ottenuta confrontando la percentuale dei seggi occupati nei vari parlamenti, la suddivisione dei posti quadro tra i due sessi e le retribuzioni, l'Italia si colloca al trentaduesimo posto, dopo Botswana, Namibia, Polonia, Caraibi, Bahamas, con una percentuale di seggi femminili pari all'11,5 % alla Camera e all'8,1 % al Senato.

2. L'Imprenditoria Femminile nell'Unione Europea e negli Stati Membri

La partecipazione delle donne alla vita economica è andata notevolmente aumentando negli ultimi anni: le donne sono presenti in quasi tutti i settori, non soltanto in quelli tradizionali, ma anche in altri considerati "maschili", quali quello industriale, edilizio, dei trasporti. Le imprenditrici hanno creato un notevole numero di nuove aziende e contribuito allo sviluppo delle attività di servizi e di produzione.

Tuttavia, nonostante una forte crescita si sia registrata negli anni 90, la percentuale di donne imprenditrici rimane bassa, sia rispetto al numero degli imprenditori, che rispetto al numero di donne nella popolazione. La creatività e le potenzialità imprenditoriali delle donne rimangono una risorsa "nascosta" del sistema, che potrebbe contribuire fortemente alla crescita economica ed alla creazione di nuovi posti di lavoro, e che dovrebbe essere incoraggiata e supportata.

Le ricerche mostrano come le donne incontrino una serie di difficoltà nella creazione e nel mantenimento di una attività economica; anche se la maggior parte di questi problemi sono comuni alle donne ed agli uomini, in molti casi essi sono maggiori per le donne: ciò è dovuto a fattori come l'ambiente ostile, il settore di attività non tradizionale, la mancanza di informazioni, mancanza di contatti e di accesso al networking, discriminazioni basate sul genere e stereotipi, sistemi di custodia dei bambini inefficienti e inflessibili,

differenza nel modo in cui le donne e gli uomini valutano e intraprendono un'attività imprenditoriale. Sostenere ed incrementare la creazione di imprese femminili è essenziale per stimolare innovazione e sviluppo nella nostra economia. Il Consiglio europeo di Lisbona (23-24 marzo 2000) ha fissato un obiettivo ambizioso: “fare dell'Europa la forza economica al mondo più dinamica e competitiva basata sulla conoscenza”, enfatizzando il bisogno di creare e sviluppare attività economiche innovative e, specialmente, il settore delle piccole e medie imprese. È necessario sviluppare una cultura dell'imprenditorialità in tutti i settori: ciò non è essenziale soltanto per l'economia, ma è vitale per la società. È quindi necessario fornire alle donne informazioni e direttive, e dare loro il supporto di cui hanno bisogno nell'intraprendere una attività economica.

Tutti gli Stati Membri dell'Unione Europea hanno riconosciuto l'importanza di promuovere l'imprenditoria femminile ed hanno, negli ultimi anni, sviluppato azioni particolari e misure di supporto, ma, fino al 2001, non vi era mai stato un processo di scambio di informazioni e di buone pratiche tra gli Stati Membri: questo è il motivo per cui nel 2001 la Direzione Generale Imprese ha lanciato il progetto Best “Promoting Entrepreneurship amongst women”, nell'ambito del Programma pluriennale per le Imprese e l'Imprenditoria (“Multiannual Programme for Enterprise and Entrepreneurship, in particular for Small and Medium sized Enterprises, 2001-2005”): nella decisione del Consiglio del 20 dicembre 2000 (2000/819/CE), si legge come gli obiettivi del Programma sono “rafforzare la crescita e la competitività delle imprese (..), promuovere l'imprenditorialità, in particolare sviluppare la formazione all'imprenditorialità, favorire la cultura d'impresa in tutta la società(..)”.

Anche nel “Quadro Comunitario di Sostegno del Fondo Sociale Europeo obiettivo 3 (2000-2006)”, relativo alle regioni del centro nord, uno degli obiettivi previsti è quello di migliorare l'accesso, la partecipazione e la posizione delle donne nel mercato del lavoro, sostanzialmente attraverso due ambiti principali di intervento:

- avvicinando le donne al mercato del lavoro attraverso una serie di interventi volti a rimuovere le condizioni sociali e strutturali che ostacolano la partecipazione femminile al mercato del lavoro ed al raggiungimento dei livelli più elevati di carriera;
- potenziando le imprese femminili.

Nelle pagine che seguono è illustrato, per ogni Paese Europeo, un esempio di “buone pratiche”, ovvero di misure adottate a sostegno dell'imprenditoria femminile: si tratta dei risultati di uno studio condotto per la DG Imprese dall'“Istituto austriaco per la ricerca sulle piccole imprese”, e presentato a Bruxelles il 28 marzo 2003: sono state individuate varie misure, relative a temi quali informazioni/consulenza, finanziamenti, formazione, assistenza e creazioni di reti. Una misura di particolare interesse, adottata da diversi Stati (Finlandia, Norvegia, Irlanda, Lussemburgo) e che è stata presentata in vari seminari ed incontri internazionali è rappresentata dal mentorship: in pratica vengono “abbinare” due donne, una mentor, ovvero una imprenditrice di successo e con esperienza ed una mentee, una neo imprenditrice, la quale usufruisce dei consigli, delle informazioni e della esperienza della prima, con cui ha un contatto personale e diretto.

L'importanza di conoscere la piattaforma comune, ma anche di individuare analogie e differenze, consente di migliorare la propria realtà, di correggerla e di arricchirla,

in vista di una effettiva integrazione europea.

Austria “Businessfraucenter”
(“Centro di donne imprenditrici”)

Il Businessfraucenter è stato istituito nel 1997 dal “Ministro per le donne”, come centro di informazione e consulenza finanziaria per le aspiranti imprenditrici. Attualmente è una associazione privata, finanziata dalla tasse d’iscrizione dei suoi clienti, dagli onorari stabiliti per i servizi e, in parte, da fondi stanziati dal “Ministro per la Sicurezza sociale e le Generazioni”. Tra le attività più significative organizzate dal Centro vi sono servizi di supporto e incentivazione per le neoimprenditrici, consulenze, tirocini, ed il “*networking*”: la creazione di un network, ovvero di una “rete” di contatti all’interno del Centro, permette alle imprenditrici di confrontarsi e di scambiarsi esperienze ed informazioni, di beneficiare dei consigli di donne più esperte, di trarre maggiori motivazioni e convinzioni dallo spirito di gruppo che si crea all’interno del Centro, superando paure, perplessità, disinformazione, nonché di stabilire contatti con potenziali partners e clienti. Il Centro organizza inoltre dei corsi di insegnamento (anche per telefono, o via e-mail) e dei tirocini della durata di sei mesi: durante il corso vengono impartite lezioni di management, marketing, orientamento al business, ricerche di mercato e contatti con i clienti. Durante il tirocinio, cui sono ammesse al massimo dodici partecipanti, le donne sviluppano la loro idea imprenditoriale lavorando in gruppo: le attività del Centro sono tutte orientate a creare contatti e scambio di comunicazioni ed informazioni tra donne che operano in uno stesso settore, sul presupposto che l’attività e lo spirito di gruppo portino dei benefici oltre che da un punto di vista pratico (insegnamenti, consigli, informazioni), anche “morale” (incoraggiamento, superamento di paure, maggiore convinzione). Per sondare l’efficacia degli insegnamenti impartiti e dei tirocini svolti, il Centro organizza, entro sei mesi dalla fine degli stessi, un incontro per verificare i risultati raggiunti. L’attività del Centro sta avendo molto successo, contribuendo anche a dare maggiore visibilità alle imprenditrici esistenti: i membri del Centro hanno infatti la possibilità di presentare i loro affari nella home page del Businessfraucenter o di usufruire delle news letter.

Finlandia “Naisyrittajyyskeskus – Wea”
(“Agenzia di imprese per le donne”)

Il WEA (*Women’s Enterprise Agency*) è stato istituito nel 1996; inizialmente finanziato dal Ministro del Commercio e dell’Industria e da associazioni private, banche, compagnie di assicurazione, dal 2000 l’Agenzia riceve anche i fondi dal FSE nonché un finanziamento dal Ministro dell’Educazione. Tra più di trenta Agenzie che si occupano di imprenditorialità, il WEA è l’unica che offre servizi indirizzati specificatamente alle donne. L’Agenzia offre ad aspiranti imprenditrici servizi di supporto e consulenza gratuita fornite da parte di imprenditrici con esperienza; tra le attività principali vi sono poi servizi di informazione sulle procedure necessarie per iniziare una attività imprenditoriale, organizzazione di tirocini, attività di guida e monitoraggio. Il WEA ha creato un modello di “guida per le aspiranti imprenditrici”, che ha ricevuto grande pubblicità ed ha contribuito notevolmente ad accrescere la visibilità delle donne imprenditrici: sulla base di questo programma (*mentoring model*), una imprenditrice con esperienza (*mentor*) segue e supporta una neoimprenditrice (*mentee*), attraverso una serie di incontri regolari e confidenziali, in cui

la imprenditrice trasmette alla nuova le sue conoscenze del settore, esperienze e contatti, offrendo consigli e supporti adeguati. Il WEA ha intrapreso 15 programmi di *mentoring* dal 1998, ed attualmente è in corso un programma in collaborazione con le imprenditrici Lituane. I servizi di tirocini, consulenza e informazioni sono gratuiti; al tirocinio possono partecipare un massimo di dodici donne per volta, le lezioni sono tenute da esperti, anch'essi imprenditrici o imprenditori attivi. Sin dall'inizio, comunque, uno degli obiettivi, se non l'obiettivo principale del WEA, è stato quello di incrementare la visibilità delle donne imprenditrici: per questo motivo è stata fatta molta pubblicità sui modelli, sulle attività e sulle iniziative della Agenzia (questi sono stati l'oggetto di più di 40 articoli pubblicati su differenti giornali, nonché di trasmissioni radiofoniche e televisive). Inoltre il WEA ha collaborato con un network di "Consiglieri speciali per le donne imprenditrici", nominati dai 15 "Centri finlandesi per lo sviluppo economico", proponendo la diffusione del mentoring model in tutta la Finlandia. Le attività del WEA sono riconosciute a livello internazionale, oggetto di conferenze, seminari e pubblicazioni; in particolare il mentoring model ha suscitato interesse in molti altri Paesi, come la Svezia, la Lituania ed il Regno Unito. Durante il 2002 sono stati organizzati più di 300 incontri con esperti e consulenti, più di 800 donne hanno frequentato seminari o eventi sulla imprenditoria femminile in tutta la Finlandia e più di 100 donne hanno preso parte agli incontri informativi organizzati dall'Agenzia: si stima che queste attività abbiano portato alla creazione di circa 80 nuove imprese nel 2002.

Belgio "Die viegene ondernemer"

("L'imprenditore volante")

Il programma belga "L'imprenditore volante" mira ad offrire alle imprenditrici un equo bilanciamento tra lavoro e vita privata, dando loro la possibilità di reperire un rappresentante professionale in caso di emergenza. Il programma è stato attivato dal CEZOV ("*Centrum van Zelfstandige ondernemende Vrouwen*"- Centro delle donne imprenditrici), della organizzazione Markant, nell'ottobre 2001; il programma riceve finanziamenti dal FSE. L' "imprenditore volante" è considerato un nuovo tipo di professione: l'obiettivo del programma è quello di formare delle imprenditrici indipendenti, la cui funzione è quella di sostituire, temporaneamente, imprenditrici già attive (o un loro socio) in caso di eventi imprevisti, assenze programmate o periodi di punta. Il Programma "L'imprenditore volante" prevede un corso di formazione articolato in tre moduli: 1) starter course, in cui viene fornita alle partecipanti una base economica, con lezioni relative a tecniche di vendita, contabilità, adempimenti fiscali, processi di ordinazione, fatturazione, tecniche di redazione del piano finanziario ed economico, bilancio; 2) ICT training, in cui vengono impartite lezioni di informatica (Word, Excel, Internet, Outlook); 3) entrepreneurial development, il cui obiettivo è di consolidare le conoscenze acquisite dalle donne nel settore, di rafforzarne il carattere e le personali convinzioni, di trasmettere insegnamenti positivi sulla pianificazione degli impegni e del tempo di lavoro. Al termine del corso di formazione è previsto un tirocinio presso una impresa, in cui le donne hanno la possibilità di applicare concretamente quanto appreso durante il corso. Alle donne è rilasciato un certificato di frequenza, ed esse, a loro volta, esprimono delle valutazioni sugli insegnanti e sugli insegnamenti ricevuti, in modo da consentire correzioni e miglioramenti ed assicurare un alto livello alle attività del corso. Il Programma "L'imprenditore volante" ha riscosso molto interesse, sia da parte

delle aziende che delle potenziali imprenditrici. Dall'attivazione del corso (ottobre 2001) fino a giugno 2002, 250 persone hanno richiesto materiale informativo, e 55 donne hanno partecipato al programma. Il CEZOV sta inoltre lavorando per ottenere uno statuto legale e sociale della nuova figura di imprenditore. La possibilità di ricorrere all'imprenditore volante è stata anche inserita nelle polizze assicurative degli imprenditori.

Francia "Fonds del garantie puor la creation, la reprise ou le developpement d'entreprise a l'initiative del femmes – FGIF"

("Fondi di garanzia per la creazione, la successione e lo sviluppo di imprese su iniziativa di donne")

Il Fondo di garanzia, creato nel 1989, costituisce una risposta al problema spesso lamentato dalle donne e rappresentato dalla difficoltà che esse incontrano nell'accesso al credito bancario. Il FGIF è stato istituito sulla base di un accordo tra il Segretario di Stato responsabile per i Diritti della Donna e l'IDES (*"Institut de Developpement de l'Economie Sociale"*), una organizzazione privata che gestisce una serie di fondi di garanzia, tra cui appunto il FGIF. Il Fondo riceve anche finanziamenti dal FSE. L'accesso ai finanziamenti è uno degli ostacoli maggiori che una donna che intende intraprendere una attività imprenditoriale si trova a dover affrontare, spesso a causa di mancanza di fondi personali, o perché si tratta di un progetto "debole", che non ne fa presumere il successo, o ancora a causa di discriminazioni praticate dalle istituzioni finanziarie. La garanzia data dal Fondo interviene su questi fattori, contribuendo a migliorare la situazione della donna, attraverso due strade: da un lato, offrendo alle banche la sicurezza finanziaria, dall'altro valutando ex-ante il progetto per cui viene richiesta la garanzia, e disponendo una consulenza manageriale durante la fase di vita iniziale dell'impresa. Il FGIF si rivolge a donne che vogliono iniziare o rilevare o sviluppare una attività imprenditoriale, o anche a donne che hanno intrapreso questa attività da non più di cinque anni. La procedura per ottenere una garanzia è la seguente: l'imprenditrice deve rivolgersi al delegato provinciale o regionale per i diritti della donna e ad una banca. La banca decide sul finanziamento e, se d'accordo, invia tutta la documentazione all'IDES, ovvero l'ente che gestisce il FGIF, che infine decide sulla garanzia. La garanzia copre i prestiti a medio termine della banca, volti sia al finanziamento del capitale circolante che degli investimenti; per un prestito tra 5000 e 38000 euro, con una durata da 2 a 7 anni, il FGIF garantisce il 70% della restituzione. Da quando è stato istituito (1989), più di 2500 imprenditrici hanno fatto ricorso al Fondo, il 60% di loro ottenendo un prestito medio di 19000 euro. Nel 2001 sono state prestate 132 garanzie per un totale di 4 milioni di euro di debiti garantiti (prestito medio di 30300 euro). Nel 2002 tali percentuali sono aumentate. L'IDES ha analizzato quale è la tipologia di donne che fa ricorso al FGIF: la maggior parte di loro (72%) è stata disoccupata soltanto per un breve periodo di tempo; le aziende da loro dirette hanno nel 65% dei casi nessun dipendente, nel 97% dei casi meno di tre dipendenti. Il numero delle donne che hanno intrapreso una attività imprenditoriale richiedendo la garanzia del FGIF è due volte superiore al numero di donne che non lo hanno fatto.

Grecia "Reinforcement of female entrepreneurship"

("Sostegno allo spirito imprenditoriale femminile")

Il programma greco intende offrire alle donne un supporto per la creazione di imprese moderne e vitali, in particolare nei settori manifatturiero, e-commerce, servizi e turismo,

al fine di favorire lo sviluppo delle realtà locali e regionali. L'obiettivo del programma è consentire a donne di un'età compresa tra 18 e 55 anni, senza esperienza nel campo degli affari, di intraprendere una attività imprenditoriale, prevedendo supporti finanziari e attività volte a sviluppare le loro conoscenze, attitudini e potenzialità. Il programma è stato attivato, per il periodo 2000-2006, dall'EOMMEX, un ente pubblico, istituito nel 1977 sotto la supervisione del Ministro dello Sviluppo, che si occupa di supportare le piccole e medie aziende, in particolare promuovendone la modernizzazione e lo sviluppo. Sulla base del programma "Sostegno allo spirito imprenditoriale", l'EOMMEX, attraverso i suoi uffici locali, prevede, su richiesta delle donne interessate, il finanziamento del 50% delle attività necessarie per iniziare una attività imprenditoriale, incluse le spese per l'acquisto dei macchinari, le ricerche di mercato, servizi di consulenza, marketing. L'ammontare del finanziamento varia, ovviamente, a seconda del tipo di attività imprenditoriale che si vuole intraprendere, ma non vi sono differenze in base alla zona in cui si vuole stabilire tale attività. La prima parte del programma è iniziata nel settembre 2001, mentre il termine per la presentazione dei progetti è scaduto a gennaio 2002: in totale sono state presentate 945 proposte, di cui il 40% dalla regione Attica, ed un 20% dalla regione macedone. Si prevede che nel 2003 saranno create 60 nuove aziende da parte di imprenditrici che hanno partecipato al programma; tale numero dovrebbe passare nel 2006 a 150. Si ritiene, inoltre, che grazie a questo programma un considerevole numero di nuovi lavori a tempo indeterminato possa essere creato.

Irlanda "Women in business skills training"

("Tirocinio per sviluppare le abilità professionali delle donne in affari")

Il programma si propone di sviluppare le capacità manageriali delle donne, in particolare incoraggiando e migliorando le competenze, la formazione ed il successo già raggiunto da donne piccole imprenditrici. Il programma è stato iniziato nel 1999 sotto la direzione del *West Cork Enterprise Board*, ente istituito nel 1993 e parte del Dipartimento irlandese dell'Impresa, del Commercio e dello Sviluppo. Tra le sue funzioni vi sono la promozione del lavoro, il supporto allo sviluppo di imprese locali, attraverso la predisposizione di attività quali la consulenza tecnica, l'assistenza finanziaria, e tirocini per lo sviluppo di competenze manageriali. Il *West Cork Enterprise Board* copre il territorio rurale del West Cork, nel sud dell'Irlanda, che comprende una popolazione di circa 64000 persone. Ad oggi l'Enterprise Board ha stanziato circa 4 milioni di euro in finanziamenti per circa 300 imprese, creando oltre 800 nuovi posti di lavoro; inoltre ha contribuito alla creazione di edifici aziendali per circa 1350 imprenditori, il 50% dei quali rappresentato da donne. Nel 1999 l'Enterprise Board ha lanciato il programma pilota sullo sviluppo delle capacità imprenditoriali delle donne del West Cork; le partecipanti hanno seguito dei corsi di formazione tenuti da consulenti esperti nel business, in cui sono stati trattati molti aspetti pratici, quali il marketing, strategie di vendita, finanza, bilancio e contabilità, legislazione tributaria. Un aspetto interessante del programma è dato dalla predisposizione di un *mentor* (una sorta di guida) per ogni partecipante, il quale aiuta la donna a risolvere problemi che richiedano una assistenza esperta e specialistica. Al termine del programma è rilasciato un diploma dal NEBS (*National Examining Board for Supervision and Management*- Ente Nazionale Esaminatore per il Controllo ed il Management). Il programma pilota, della durata di nove mesi, è stato completato con successo da 19 imprenditrici locali, e, visto il

successo di questo, nel 2000, nel 2001 e nel 2002 sono stati attivati altri corsi. Tra gli aspetti positivi del programma, evidenziati dalle partecipanti, vi è, innanzitutto, la possibilità che esse hanno, con la frequenza dei corsi, di confrontarsi e scambiarsi informazioni e consigli, nonché di intraprendere nuove relazioni e contatti commerciali; inoltre molte donne sottolineano una maggiore sicurezza ed autostima acquisita, ed una visione più completa ed esperta del mondo degli affari. Un altro aspetto importante è dato dall'acquisizione di una conoscenza approfondita e dettagliata circa la legislazione fiscale e tributaria, e le loro applicazioni nel mondo dell'impresa.

Italia "Sportello fare impresa"

Lo "Sportello Fare Impresa" mira a favorire la creazione e lo sviluppo di nuove attività economiche nel settore dell'artigianato. Queste attività potrebbero offrire alle donne la possibilità di trovare nel lavoro non soltanto una professione ma anche un piacere. Lo Sportello è stato istituito nel 1999 dalla Commissione Nazionale per le Pari Opportunità ed è dislocato sull'intero territorio nazionale presso le Associazioni locali della Confartigianato. Lo Sportello si rivolge a donne che vogliono intraprendere una attività imprenditoriale o rinnovare una azienda esistente, prevedendo una serie di misure e strumenti di supporto finalizzati, da un lato, ad incentivare ed incoraggiare l'idea di iniziare una attività imprenditoriale nel settore artigianato, dall'altro, ad assistere la donna nell'ingresso nel mondo imprenditoriale, offrendo così una alternativa alla disoccupazione, ma anche al lavoro familiare e a quello dipendente. Le consulenze sono fornite direttamente allo Sportello da esperti del settore, ma anche attraverso opuscoli informativi e pubblicazioni. In particolare lo Sportello aiuta le donne ad affrontare i problemi burocratici nella fase iniziale dell'insediamento, e ad ottenere finanziamenti a buone condizioni, grazie ad accordi stipulati con istituzioni finanziarie; inoltre è continuamente monitorata la situazione dell'imprenditorialità femminile e vengono organizzati, per le neo-imprenditrici, corsi di formazione e tirocini. Le imprenditrici vengono poi informate dell'esistenza di programmi di supporto, a livello nazionale o locale, e delle procedure da seguire per parteciparvi. Infine, lo Sportello Fare Impresa ha curato la pubblicazione di un libretto "Come avviare una impresa artigiana", in cui sono raccolte una serie di informazioni utili circa l'attività di impresa (disponibile anche on-line sul sito della Confartigianato). Lo Sportello Fare Impresa rappresenta un servizio importante per la promozione dell'imprenditoria femminile nel settore artigiano, ed ha contribuito allo sviluppo di molte nuove piccole e medie imprese; in particolare nel nord Italia, dove gli accordi con le banche hanno consentito ampi finanziamenti persino con un basso grado di garanzia, gli sportelli hanno ottenuto buoni risultati. Molte donne hanno contattato gli uffici locali della Confartigianato, e le statistiche hanno mostrato che il 20% delle nuove aziende supportate durante la fase iniziale hanno avuto ottimi risultati negli anni successivi.

Lussemburgo "Mentoring macht erfolg"

("Il mentoring porta al successo")

Il programma "*Mentoring macht Erfolg*" del Lussemburgo si rivolge a donne che intendono intraprendere una carriera manageriale o iniziare un'attività d'impresa, contribuendo a creare un ambiente favorevole per le donne imprenditrici, a sviluppare strutture adeguate per le "donne in carriera", a rendere visibili le capacità e abilità delle donne, ed a stimolare

il dialogo tra le generazioni. Il Programma è stato istituito dalla associazione Zarabina, ente che ha la funzione di promuovere le pari opportunità uomo-donna e di inserire la dimensione di genere nelle strategie di sviluppo locale e regionale. Il Programma è finanziato dal FSE, dal “Ministro del Lavoro e dello Sviluppo” e dalle comunità locali, e fa parte del progetto regionale “Promozione delle donne e sviluppo regionale”. Il Programma prevede l’abbinamento di due donne: un *mentor*, ovvero una donna di successo, a capo di un’impresa (o comunque in posizioni direttive), che voglia comunicare le sue esperienze professionali, ed un *mentee*, una donna senza esperienza nel settore economico e commerciale, che voglia beneficiare dei consigli e del supporto di una donna manager. Durante i contatti tra le due donne, vengono discusse e approfondite varie problematiche, e le conoscenze e competenze del *mentee* vengono trasmesse, nel corso di incontri informali e confidenziali, al *mentor*. La partecipazione al programma è gratuita. Al fine di assicurare un accostamento adeguato *mentor-mentee*, vengono seguiti una serie di criteri, in cui si tiene conto del background delle partecipanti, delle maggiori competenze e dei principali bisogni del *mentor* e del *mentee*; il lavoro di entrambe è costantemente monitorato. Oltre al programma “*Mentoring macht Erfolg*”, sono stati organizzati altri gruppi di lavoro e tirocini sul tema “Le donne nelle funzioni manageriali”; i gruppi di lavoro discutono di temi quali il potere, la competizione, i conflitti del management, insegnamenti multiculturali, *networking*, e bilanciamento di vita privata e vita professionale. L’obiettivo dei programmi e dei corsi attivati dall’associazione Zarabina è di mettere in contatto donne e aziende, e, soprattutto, di diffondere il mentoring quale strumento per incrementare il numero delle donne imprenditrici e manager; il programma è stato infatti molto pubblicizzato, su varie riviste e su giornali a diffusione nazionale, nonché per radio e in trasmissioni televisive. Periodicamente sono organizzati degli incontri al fine di informare le interessate delle varie attività dell’organizzazione. La prima fase del programma è stata lanciata nel 2000 ed il numero di donne interessate alle attività dell’associazione è andato continuamente aumentando. In particolare, grazie al mentoring molte donne hanno intrapreso nuove carriere professionali.

Norvegia “*Knivver i fokus*” (“Donne protagoniste”)

Alla base del programma norvegese “Donne Protagoniste” vi è l’idea di utilizzare dei *mentors*, ovvero delle “guide”, al fine di motivare ed incoraggiare potenziali imprenditrici; il programma intende supportare donne altamente qualificate nell’intraprendere e stabilire i loro affari, sviluppandone competenze e capacità manageriali. Il Programma è stato istituito nel 1999 dal Fondo norvegese per lo Sviluppo Industriale e Regionale; l’obiettivo principale dei progetti attivati sulla base di tale programma è quello di incrementare il numero delle donne presenti nei Comitati Esecutivi ovvero a capo di imprese, nuove o già esistenti (progetto “*Lighthouse*”). La “sfida” è stata quella di inserire e mettere in risalto la dimensione di genere in ogni attività o progetto finanziato dal Fondo, rendendo in questo modo maggiormente visibili sia i bisogni che le competenze delle donne nel campo degli affari e del commercio. Ai fini di una maggiore visibilità delle donne, sulla base del Programma sono stati creati dei network a livello nazionale ed internazionale e organizzati dei corsi di formazione e tirocini. Imprenditrici con esperienza e managers di successo motivano ed incoraggiano altre donne a intraprendere attività nel campo degli affari: esse rappresentano dei “modelli ispiratori” e contribuiscono a creare una immagine

positiva della donna nella produzione e nel commercio. Il programma prevede una serie di supporti adeguati, lezioni di management e business plan; le donne che al termine del programma raggiungono gli obiettivi prefissati, diventano consulenti o “guide” per altre aspiranti imprenditrici. Tra i progetti attivati sulla base del Programma vi sono:

- Progetto *LIGHTHOUSE*, indirizzato a donne managers d’impresa, le quali abbiano superato la fase iniziale dell’insediamento, con 5 o più dipendenti e un fatturato minimo di 650 milioni di euro l’anno; più del 50% dell’azienda deve essere di proprietà femminile. L’obiettivo che si vuole ottenere è un “effetto domino”: donne che hanno già partecipato al programma e che hanno, dopo la frequenza del corso di management, della durata di un anno, intrapreso con successo una attività imprenditoriale o manageriale, non soltanto rappresentano un modello cui ispirarsi, ma fungono da guida per altre aspiranti imprenditrici, cui “restituiscono” la loro esperienza, informazioni e consigli.
- Progetto *WOMEN IN EXECUTIVE COMMITTEES*: lo scopo è quello di utilizzare un database esistente, nonché di incrementare il numero di nominativi, di donne potenziali membri di comitati esecutivi, dal momento che in tali organi soltanto un membro su venti è donna. Il database comprende una lista di circa 300 donne, le quali hanno superato un esame che certifica le loro competenze e la loro attitudine a far parte di comitati esecutivi.

Il principale successo del Programma è la creazione del network di imprenditrici, attraverso il quale esse hanno la possibilità di supportarsi e motivarsi a vicenda. Nel corso del programma sono stati attivati 25 progetti, i quali hanno incrementato la visibilità del Programma nei media, dando risalto alle risorse ed alle competenze delle donne nei settori della produzione e commerciale. Un ulteriore risultato è stato quello di stimolare nelle autorità la consapevolezza con riguardo alla importanza ed alle prospettive e potenzialità dell’imprenditorialità femminile.

Portogallo “Apoio ao empreendedorismo feminino”
(“Sostegno allo spirito imprenditoriale femminile”)

L’azione “Sostegno allo spirito imprenditoriale femminile” ha come obiettivo quello di supportare la creazione o la consolidazione di imprese femminili, piccole e micro, e di facilitare alle donne l’accesso al lavoro indipendente; esso si rivolge in maniera particolare alle aspiranti imprenditrici. Il “Programma Operativo per lo Sviluppo Sociale e dell’Impiego” del Ministro del Lavoro portoghese, prevede un sotto-programma al fine di promuovere le pari opportunità uomo-donna nelle politiche di impiego e di formazione, e per incrementare la partecipazione delle donne al mercato del lavoro. Tra le varie misure ed azioni previste vi è il progetto “Sostegno allo spirito imprenditoriale femminile”: sono previsti supporti finanziari per la frequenza di corsi di formazione e tirocini, consulenze, sostegno all’avvio d’impresa, network per la diffusione di informazioni sull’impresa. Associazioni di donne managers e agenzie di formazione possono presentare una domanda al fine di operare come intermediari nei servizi richiesti; questi “agenti del business” dovrebbero aiutare le donne a concretizzare la loro idea imprenditoriale e provvedere a fornire loro una formazione specifica e personalizzata e consulenze tecniche, dalla fase dell’insediamento dell’impresa

sino a due anni dalla creazione di essa; inoltre corsi di formazione e tirocini sono organizzati al fine di sviluppare le iniziative imprenditoriali, rinforzare le motivazioni e la sicurezza delle donne, evidenziare le loro capacità di leadership e comunicazione. Il Progetto prevede poi che le donne aspiranti imprenditrici vengano continuamente informate sulle opportunità di affari, sulla normativa in materia di lavoro, e sulle modalità di accesso ai finanziamenti. Il Programma risponde alla bassa partecipazione delle donne nel campo degli affari e nel business, ed in particolare alla scarse iniziative imprenditoriali intraprese dalle donne. Un altro esempio di sostegno destinato in modo specifico alle donne è l'assistenza fornita dall'organizzazione portoghese GDO per quanto riguarda l'accesso al credito bancario: le donne imparano a presentare in modo efficace il proprio caso alle banche ed a valutare meglio le aspettative. L'assistenza fornita copre anche le trattative riguardanti i tassi e le condizioni di garanzia.

Spagna "Istituto de la mujer"
(“L'Istituto della donna”).

L'Istituto della Donna prevede una serie di servizi al fine di promuovere l'uguaglianza tra i generi, sostenendo la partecipazione delle donne spagnole alla vita politica, culturale, economica e sociale e rimuovendo gli ostacoli che si frappongono ad una completa realizzazione della parità uomo-donna. L'Istituto della Donna è una istituzione pubblica, facente parte del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, e, tra gli altri, riceve fondi dal FSE. Ispirato al principio di parità tra i generi, che è stato adottato dalla legislazione spagnola dal 1978, l'Istituto della Donna è stato creato nel 1983 e ristrutturato nel 1997. L'Istituto promuove l'imprenditoria femminile in vari modi, supportando anche programmi che prevedono consulenze, mentoring, corsi di formazione e tirocini, finanziamenti e pubblicazioni di libri e guide. Tra le iniziative dell'Istituto, vi sono il “Programma di Supporto all'imprenditoria femminile” ed il “Programma di Management per donne imprenditrici e aspiranti imprenditrici”: l'obiettivo di questi programmi è di incrementare la competitività delle imprese dirette da donne attraverso consulenze mirate e la stesura di piani strategici individualizzati. Inoltre dei supporti finanziari, quali crediti e sussidi, sono offerti alle imprenditrici da altri Programmi, quali: “BSCH Specifica linea finanziaria”, “Il microcredito per le imprenditrici e le aspiranti tali”, e “Supporti finanziari: donne nel business”. Oltre ad offrire vari servizi, l'Istituto della donna provvede a pubblicare regolarmente delle brochures con cui si informano i potenziali beneficiari delle iniziative dell'Istituto. Una delle iniziative di maggior successo dell'Istituto della Donna è il “Programma di Supporto all'imprenditoria femminile”, il quale offre alle donne consulenze individualizzate, anche on line; esso rappresenta un metodo per diffondere la cultura imprenditoriale tra le donne, e rappresenta un valido aiuto sia per la creazione che per il consolidamento dell'azienda. Si rivolge a donne che hanno spirito imprenditoriale, un'idea o un progetto, o che vogliono modernizzare o espandere il loro giro d'affari. Un aspetto importante di questo programma è “*EmpresariasNet*”, un network di (potenziali) imprenditrici attraverso il quale le donne si scambiano informazioni e consigli, e stabiliscono contatti con nuovi partners. Il network offre settimanalmente informazioni aggiornate via e-mail su temi quali finanziamenti pubblici, organizzazione di fiere, misure di supporto alla creazione di impresa, ed anche notizie settoriali ed istituzionali. Sono previsti anche dei corsi di formazione a distanza. Il Programma è stato largamente pubblicizzato attraverso un opuscolo informativo in cui

sono illustrati gli obiettivi e le attività previste. Durante gli ultimi due anni *EmpresariaNet* ha ricevuto molteplici richieste di informazione da parte di potenziali imprenditrici su procedure, concessioni, ricerche di mercato, cooperazione ed altri questioni; soltanto nel 2001 le richieste sono state 5391, mentre 2528 imprenditrici si sono registrate come utenti di *EmpresariasNet*.

Svezia “Affarsradgivare for knivvor”

(“Consulenti d’impresa per le donne- *Business Advisers*”)

Il progetto svedese “Consulenti d’impresa per le donne” vuole promuovere l’imprenditoria femminile e frenare l’emigrazione delle donne da zone della Svezia scarsamente popolate, in cui vi sono poche opportunità di lavoro. Il Ministro svedese per gli Affari Regionali ha assegnato nel 1993 al NUTEK, Autorità centrale per le Politiche Industriali, il compito di organizzare un progetto attraverso cui offrire una “consulenza d’impresa” alle donne. Nei primi tre anni l’obiettivo è stato quello di incrementare lo sviluppo delle regioni del nord; il progetto prevedeva di coinvolgere 62 municipi nell’assunzione di un “consulente d’impresa per le donne” (cofinanziato dal progetto stesso), in considerazione del fatto che le donne si sono sempre mostrate ostili nel ricevere consulenze “tradizionali”, e che incontrano difficoltà nei contatti con le banche. Il NUTEK ha organizzato dei corsi di formazione, tirocini e conferenze per i consulenti d’impresa ed ha istituito un network elettronico per lo scambio di comunicazioni ed informazioni. Dal 1997 i “consulenti d’impresa per le donne” si sono stabiliti anche nel sud della Svezia. Il programma “Consulenti d’impresa per le donne” si rivolge a donne imprenditrici o aspiranti tali, e le aiuta ad intraprendere o sviluppare un’attività imprenditoriale offrendo assistenza, formazione, informazione e consulenza attraverso un network di “consulenti d’impresa”: sono inoltre previsti seminari e corsi in cui le donne sviluppano competenze ed abilità e, soprattutto, entrano in contatto tra di loro, offrendosi consigli ed incoraggiamenti reciproci, “aiutandosi a vicenda ad aiutare se stesse”. Il Programma consente, tra l’altro, di influenzare positivamente l’atteggiamento generale nei confronti dell’imprenditoria femminile, contribuendo a creare un’immagine professionale e qualificata. Il finanziamento governativo del progetto è terminato nel 2001; tuttavia diversi “business advisers” lavorano regolarmente o hanno iniziato nuovi progetti. Il risultato più importante del progetto è di avere messo in luce l’esistenza di realtà imprenditoriali femminili, soprattutto in zone desolate come quelle del nord della Svezia, e di aver contribuito alla creazione di nuove attività; inoltre grazie al progetto sono cresciute notevolmente le capacità ed abilità sia delle donne imprenditrici che dei consulenti, i quali hanno ricevuto un riconoscimento formale della loro attività e della loro professione. Si stima che i business advisers abbiano contribuito, nei primi 3 anni del progetto, alla creazione di almeno 1000 aziende.

Germania “Online Kurz Existenzgundung von frauen”

(“Corso on line per la creazione di imprese da parte di donne „)

Il Programma guarda con attenzione le difficoltà, i vantaggi, e le “sfide” che una donna che intende intraprendere una attività imprenditoriale deve affrontare, rivolgendosi in particolare a donne laureate o diplomate in un collegio tecnico. Il “Corso on line per aspiranti imprenditrici” contribuisce ad incrementare il numero delle donne titolari d’impresa offrendo la possibilità di seguire un corso via internet, in cui sono fornite informazioni e

consulenze indispensabili per la preparazione, la realizzazione ed il consolidamento di un progetto relativo all'avvio di impresa. Il Corso è stato istituito dal "Senior Technical College Karlsruhe" nel 1999 su iniziativa degli studenti del college, assistiti dai loro professori, da consulenti e da legali. È stato il primo corso di questo tipo ad essere istituito in Germania e rappresenta un modello di combinazione tra informazioni pratiche ed aggiornate con l'informazione e comunicazione tecnologica. Il Corso è finanziato dal Programma EXIST del Ministero Federale dell'Educazione e della Ricerca e dal KEIM, il programma di impulso all'inizio di attività commerciali della città di Karlsruhe. Il Corso on line offre una trattazione completa e concisa di tutti i più importanti aspetti relativi all'avvio d'impresa; esso è disponibile on line, ovvero su cd-rom e guida l'utente, passo dopo passo, attraverso tutte le fasi: il corso di base è composto da quattro moduli (orientamento, redazione del progetto, realizzazione e consolidamento), ognuno dei quali consiste in una introduzione, 8 o 10 capitoli, avvisi, letture consigliate, indicazione di punti di contatto per maggiori informazioni, links rilevanti, etc.. Ogni capitolo si chiude con un numero di esercizi che consentono alle imprenditrici di verificare le conoscenze acquisite; se le utenti trovano difficoltà con gli esercizi, possono ricevere un aiuto immediato inviando una e-mail al *project designer*. Al fine di rispondere ai bisogni ed alle richieste di informazioni aggiuntive da parte delle utenti, recentemente sono stati attivati altri tre moduli, che presentano in maniera più dettagliata aspetti selezionati del primo modulo. (in particolare per quanto riguarda la materia legale, la contabilità ed il marketing). In generale le informazioni previste nei corsi sono aggiornate una volta l'anno, per adeguarsi ai cambiamenti nei diversi settori. L'alta qualità dei corsi è assicurata dalle valutazioni fatte dalle utenti, nonché sulla base della esperienza acquisita nel corso della consulenza quotidiana a donne imprenditrici. Nel 2000 circa 8000 persone hanno seguito il "Corso on line per potenziali imprenditrici", nel 2001 circa 9300, e fino al giugno del 2002 circa 6000. Il corso su cd-rom è disponibile dal 2001. Il corso, i suoi contenuti e le modalità di insegnamento, sono stati molto pubblicizzati e presentati anche dai media.

Regno Unito "Women into the network – WIN"

("Donne in rete")

"Donne in rete" è una iniziativa attivata nel nord est dell'Inghilterra che offre un servizio di supporto ed informazione facile, accessibile e conveniente attraverso un portale internet, che rappresenta il cuore del network; esso agisce come un ombrello, mettendo in contatto le donne con le esistenti misure di supporto previste. La iniziativa fa parte del più ampio progetto "Schema di accelerazione dell'imprenditoria femminile", avente 10 partner in tutto il territorio del Regno Unito ed in altri 6 Paesi Europei, con lo scopo di sviluppare progetti a sostegno dell'imprenditoria femminile. WIN è finanziato dal Fondo Regionale Europeo per lo Sviluppo e da enti pubblici e privati; la iniziativa è partita dalla "Fondazione per lo Sviluppo delle piccole e medie imprese" (*Foundation for SME Development*), istituita dalla Università di Durham nell'agosto 1999, e si basa su un lavoro condotto dallo *Small Business Centre* della stessa Università sin dal 1971. La Fondazione per lo Sviluppo delle pmi ha il suo obiettivo principale nel supportare lo sviluppo di una economia e di una società imprenditoriale, in particolare indirizzando le donne nell'acquisizione di informazioni ed assistenza. L'iniziativa prevede una serie di attività classificabili in quattro grandi aree: comunicazione e pubblicazioni, ricerca, eventi, corsi di formazione e sviluppo.

La guida on line rappresenta il cuore del Servizio “*Women into the network*”, consentendo ai visitatori di potere facilmente reperire sul sito i recapiti dei membri del progetto, o di collegarsi direttamente al loro web site. L’obiettivo più importante dell’iniziativa WIN è di facilitare la comunicazione e lo scambio di informazioni, esperienze e consigli tra donne. L’iniziativa WIN ha consentito, dal 1997 al 2002, la creazione di 174 posti di lavoro, grazie, in particolare, all’attività di supporto, di informazione e di contatti offerti dal network.

3. Considerazioni Finali

Il Progetto Best “*Promoting Entrepreneurship amongst women*” ed il Forum Europeo sull’imprenditorialità femminile tenutosi a Bruxelles il 28 marzo 2003, hanno permesso di raggiungere le seguenti conclusioni:

- la **FORMAZIONE**: dovrebbe essere ulteriormente sviluppata ed includere la promozione dell’imprenditorialità; dovrebbe riguardare non soltanto aspetti legati al business (come, ad esempio, contabilità o marketing) ma essere volta ad accrescere nelle potenziali imprenditrici una maggiore fiducia e sicurezza.
- il **NETWORKING**: è uno strumento indispensabile per la comunicazione e lo scambio di esperienze tra organizzazioni professionali, ed anche per le aspiranti imprenditrici.
- l’**EDUCAZIONE ALL’IMPRENDITORIALITÀ**: dovrebbe cominciare dalla scuola; è importante spingere ed incoraggiare le ragazze a diventare imprenditrici ed a trasformare le loro idee in capacità ed abilità concrete.
- l’**ACCESSO AL CREDITO**: è un elemento chiave nel supporto all’imprenditoria; alcuni metodi di sostegno per l’accesso al credito (ad esempio garanzie per i prestiti e partnership con istituzioni finanziarie) possono ridurre i costi necessari per tali operazioni, sia per i piccoli imprenditori, che per le imprenditrici in particolare.
- importante è impiegare donne come **MENTORS**, consulenti o in attività di formazione.
- le misure di supporto dovrebbero essere previste sia per i **GRUPPI** di imprenditrici, che per le imprenditrici **SINGOLE**.
- le misure di supporto alle attività imprenditoriali dovrebbero focalizzarsi su settori che possano assicurare alle donne un adeguato **SUCCESSO**.

Note

Finito di stampare:
dalla Litografia I.P. - Firenze
nel mese di febbraio 2006