

Impresa *in* Genere

2° Rapporto nazionale
sull'imprenditoria femminile



Ministero dello Sviluppo Economico



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le Pari Opportunità

“IMPRESA *in* GENERE”

2° RAPPORTO NAZIONALE
SULL’IMPRENDITORIA FEMMINILE



Ministero dello Sviluppo Economico



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Dipartimento per le Pari Opportunità



PROGETTI INTEGRATI PER LO SVILUPPO



CAMERE DI COMMERCIO D’ITALIA

Il 2° Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile “Impresa *in Genere*” è stato realizzato da Retecamere secondo le indicazioni del Comitato Tecnico Scientifico composto da:

- Claudio Gagliardi - Unioncamere
- Tiziana Pompei - Unioncamere
- Silvana Serafin - Ministero sviluppo Economico
- Maria Lustri - Ministero Sviluppo Economico
- Alessandra De Marco - Dipartimento Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri
- Paolo Cessari - Dipartimento Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri
- Valentina Cardinali - Isfol (su designazione del Dipartimento Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri)
- Barbara Longo - Unioncamere
- Mariangela Gritta Grainer - Retecamere

Al gruppo di lavoro di Retecamere, coordinato dal direttore generale Claudio Cipollini, hanno partecipato: Michele Fenucci, Mariangela Gritta Grainer, Monica Onori, Francesca Petrarca, Enzo Santurro (capo progetto). La supervisione scientifica delle elaborazioni statistiche è stata curata dal Prof. Giorgio Alleva, mentre la supervisione scientifica dei focus group realizzati per gli approfondimenti monografici dalla Prof.ssa Silvia Biffignandi. Le interviste alle imprese dell'indagine campionaria sono state effettuate dal Consorzio e-Laborando.

Si ringrazia il Centro Studi Unioncamere per la preziosa collaborazione nell'elaborazione dei dati e nel supporto metodologico.

Inoltre, si ringraziano per la collaborazione le componenti della Cabina di regia dell'imprenditorialità femminile e il Comitato di Attività statistiche istituiti presso Unioncamere.

Nel 2005, con la presentazione del Primo Rapporto Nazionale sull'Imprenditoria Femminile promosso dall'allora Ministero delle attività produttive, dal Comitato per l'Imprenditoria femminile ex art. 10 Legge 215/92 e da Unioncamere, era stato auspicato l'intento di proseguire con un monitoraggio periodico dei dati completato da approfondimenti tematici ritenuti di interesse, al fine di costituire un patrimonio di conoscenza dell'imprenditoria italiana e in particolare di quella femminile.

A distanza di pochi anni, seppure in un mutato contesto economico e normativo che ha segnato, tra l'altro, il trasferimento delle competenze in materia di imprenditoria femminile al Dipartimento per le Pari Opportunità, il Ministero dello Sviluppo Economico, ha voluto portare avanti e consolidare l'impegno intrapreso cofinanziando, insieme ad Unioncamere, questo Secondo Rapporto Nazionale sull'Imprenditoria Femminile.

Il Rapporto che prende in esame, per il periodo 2003-2008, tutti gli elementi descrittivi delle imprese differenziandoli tra femminili e maschili rappresenta per la ricchezza dei dati e il rigore metodologico un testo di riferimento per esperti e ricercatori oltre ad offrire spunti eccezionali di riflessione per pensare strumenti di policy nonché un'apprezzabile azione positiva a favore dell'imprenditoria femminile.

La particolare combinazione delle qualità degli autori, con la presenza di studiosi ma anche di esponenti del mondo imprenditoriale, ai quali va il mio ringraziamento per l'impegno e la generosità, consente di avere un quadro completo dei connotati qualificanti l'impresa femminile che rappresenta un significativo motore e modello di sviluppo per il nostro Paese.

*Paolo Romani
Ministro per lo Sviluppo Economico*

“Impresa in genere” sembrano andare di pari passo in Italia. La fotografia che il Secondo Rapporto Nazionale sull’imprenditoria femminile ci restituisce è quella di una realtà dinamica, fatta di imprese che nascono, crescono, si consolidano nel tempo, entrano a pieno titolo nel sistema economico del territorio. Un quadro che indica comportamenti economici maturi, profili professionali specifici. Tutti al femminile. E, in un momento di crisi internazionale del sistema economico, dati come questi ci confortano e ci spingono a fare di più, a fare meglio: è il mio dovere istituzionale, come Ministro per le Pari opportunità.

Ci conforta, per esempio, sapere che un quarto delle imprese italiane sono ‘rosa’. Un milione e quattrocentomila donne hanno scelto di aprire un’attività propria, mettendo in gioco se stesse, scommettendo sul proprio talento. Ci rende orgogliosi sapere che il Mezzogiorno risponde con prontezza alle politiche di incoraggiamento all’imprenditoria femminile: Abruzzo, Basilicata e Molise sono le tre regioni con la componente più elevata di imprese guidate da donne. Tutt’altro che un dettaglio: è noto, infatti, che le imprese con un alto numero di manager donne o con una forte presenza femminile fanno registrare quasi il doppio di profitti di un’azienda tradizionale. Le donne, insomma, non appaiono più come i soggetti deboli ‘da proteggere’, ma sembrano pronte a guidare la sfida della ripresa, salde al timone dell’impresa come, spesso, a quello della famiglia. Con responsabilità e fiducia.

Il quadro di crescita e di sviluppo del tessuto imprenditoriale femminile del nostro Paese non deve distrarci, però, dall’obiettivo principale: quello di creare una cultura del lavoro e un ambiente professionale amico delle donne, attento alle loro esigenze, capace di accogliere e valorizzare le loro capacità, fino a raggiungere gli obiettivi fissati dal Trattato di Lisbona. Sono convinta, infatti, che un mercato del lavoro più giusto ed equo, che premi il merito, le idee innovative e sostenibili, sarà sicuramente aperto ai talenti femminili, alla loro capacità di trasformare quelle idee in imprese vincenti.

È accertato poi che più sale il tasso di occupazione femminile, più aumenta il Prodotto interno lordo di un Paese. Dunque, l’apporto delle donne, una loro maggiore partecipazione in ogni settore del mercato del lavoro, insieme a una presenza più forte nei centri decisionali, equivale a grandi benefici economici per tutti.

Bisogna, perciò, creare le condizioni necessarie per dare alle donne la possibilità di non dover scegliere tra carriera e famiglia. Noi lo abbiamo fatto: con investimenti - 40 milioni di euro - a sostegno dei servizi per l’infanzia e per l’assistenza delle persone non autosufficienti, della flessibilità d’orario, dal part-time al telelavoro. Abbiamo, poi, messo al bando ogni tipo di discriminazione nei confronti delle donne sul luogo di lavoro. Oggi, se una lavoratrice viene discriminata per genere, o perché in gravidanza o maternità, o se diviene oggetto di molestie, il datore di lavoro rischia la reclusione fino a sei mesi, con multe fino a cinquantamila euro.

Noi, però, puntiamo ancora più in alto. Vogliamo ricominciare dalle donne, dare loro la fiducia che meritano, affinché si misurino senza paura con le sfide dell’economia globale, con il rischio dell’impresa, e mettano a frutto le loro abilità di ‘fare rete’.

Le donne che vorranno cogliere questa opportunità hanno il nostro sostegno: da loro vogliamo partire per dare nuovo impulso alla crescita delle aziende e dell’occupazione. Per le imprese del Sud, abbiamo pensato a un piano ad hoc, attraverso l’erogazione di prestiti agevolati ma vincolati alla creazione di nuovi posti di lavoro. Non vanno sottovalutati, infatti, i benefici che un rifinanziamento della legge 215 del 1992, quella sull’imprenditoria femminile, porterebbe all’intero sistema-Paese. Senza finanziamenti a pioggia, ma con una seria regia e un monitoraggio costante degli effetti positivi. Dobbiamo dare alle donne strumenti per crescere, non assistenza a fondo perduto: è la sfida della competizione globale, e dobbiamo vincerla. Insieme possiamo farlo.

Mara Carfagna
Ministro per le Pari Opportunità

Introduzione

Per sostenere tutte le donne che vogliono avviare un'attività economica, è indispensabile poter conoscere le modalità e le dinamiche che contraddistinguono il “fare impresa” al femminile, le peculiarità di questo segmento corposo dell'universo delle imprese ed anche le fragilità che possono minarne lo sviluppo e la crescita. A questo scopo, il Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, giunto alla sua seconda edizione, ci fornisce un'analisi puntuale di grandissima importanza per tutti coloro che operano per il rafforzamento di questa componente fondamentale della nostra economia.

Come era già avvenuto con la precedente edizione del 2005, anch'essa promossa da Unioncamere e del Ministero dello Sviluppo Economico, lo studio vuole in primo luogo presentare un quadro comparativo delle caratteristiche e delle condizioni delle imprese italiane in un'ottica di genere, attraverso una lettura attenta di quanto emerge dalle banche dati del sistema camerale.

Rispetto al I Rapporto di cinque anni fa, questa analisi presenta una serie di novità ed approfondimenti, riguardo, ad esempio, la concentrazione settoriale delle imprese gestite da donne, le loro specializzazioni produttive, la dinamica delle diverse forme giuridiche. Ulteriori spunti di riflessione provengono poi dall'esame dei tassi di sopravvivenza delle imprese “rosa” e dall'occupazione che queste aziende hanno generato, fattore mai analizzato prima.

Il Rapporto 2010 propone anche una analisi qualitativa del “fare impresa” al femminile, realizzata sulla base di una indagine, diretta a cogliere quali sono, nell'opinione delle imprenditrici - e degli imprenditori - gli aspetti che possono condizionare lo sviluppo di una attività produttiva e, in particolare, i fabbisogni di servizio specifici delle imprenditrici in materia tra l'altro di assistenza, consulenza per l'accesso al credito, innovazione.

Infine, su temi di particolare rilevanza per il sistema imprenditoriale, sono stati elaborati una serie di approfondimenti progettuali, che forniscono spunti utili per la comprensione del mondo imprenditoriale a 360 gradi su tematiche quali la ruralità e un nuovo modello di “welfare” per le donne.

Questo lavoro nasce dalla stretta collaborazione tra Unioncamere e Ministero dello Sviluppo Economico, avviata nel 1999 con la sigla del primo protocollo di intesa sulla promozione della L. 215/92. Lo stesso accordo ha dato il via anche alla creazione dei Comitati costituiti presso ogni Camera di Commercio su tutto il territorio nazionale e operativi da oltre un decennio. La rete che ne è nata è formata da centinaia di imprenditrici designate dalle associazioni di impresa che operano con impegno e passione nell'affiancare, orientare e valorizzare il lavoro delle donne che siedono alla guida di un'azienda. La collaborazione tra l'Unioncamere ed il Ministero, negli ultimi anni, ha interessato anche il Dipartimento per le Pari Opportunità, al quale va reso merito di aver posto un'attenzione particolare ai temi dell'imprenditoria femminile.

Nel prossimo futuro, Unioncamere si propone di continuare e rafforzare questo lavoro comune, anche attraverso un nuovo protocollo di intesa, per potenziare ulteriormente la valorizzazione della componente femminile all'interno del sistema imprenditoriale in particolare, e, in generale, nel mondo del lavoro e contribuire così alla crescita del benessere e degli spazi di pari opportunità nel nostro Paese.

Ferruccio Dardanello
Presidente Unioncamere

Sommario

Abstract.....	11
1. Il quadro strutturale dell'impresa "in genere"	17
1.1. Le imprese femminili dal 2009	17
1.1.1 Il nuovo algoritmo di calcolo delle imprese femminili.....	17
1.1.2 Uno sguardo alle imprese femminili oggi.....	18
1.2 Le imprese dal 2003 al 2008.....	30
1.2.1 L'età delle imprese	39
1.2.2 Le imprese per settore di appartenenza.....	44
1.2.3 La forma giuridica delle imprese.....	77
1.2.4 Natalità e mortalità delle imprese.....	87
1.2.5 La propensione imprenditoriale.....	90
1.2.6 L'occupazione generata dalle imprese femminili e maschili.....	94
1.2.7 Le "cariche" nelle imprese: i vertici delle imprese e la presenza femminile.....	105
2. Competitività e accesso alle risorse	118
2.1 I servizi consulenziali e di assistenza.....	119
2.1.1 Riflessioni sulle condizioni di accesso delle imprese ai servizi.....	129
2.2 Le risorse finanziarie e l'accesso al credito bancario	131
2.2.1. Fonti di finanziamento utilizzate	132
2.2.2 Il rapporto con il sistema bancario e l'accesso al credito	136
2.3 Il profilo imprenditoriale.....	140
2.3.1 Genesi.....	140
2.3.2 Relazioni.....	144
2.3.3 Innovazioni.....	146
2.3.4 Approccio alla crisi.....	149
2.3.5 Provvedimenti pubblici.....	151
2.4 Stili imprenditoriali: ipotesi di caratterizzazione distintiva tra imprenditorialità femminile e non femminile.....	152
2.5 Un confronto internazionale: l'autoimpiego femminile nei paesi OCSE.....	155

3.	Gli effetti della legge 215/92	161
3.1	Gli effetti della legge 215/92 a sostegno della creazione di nuove attività	164
3.2.	Gli effetti della legge 215/92 a sostegno dello sviluppo delle imprese esistenti.....	168
3.3.	I principali dati dei 6 bandi della legge 215/92 e la mobilità regionale .	175
4.	Approfondimenti progettuali	181
4.1	Sviluppo del territorio tra ruralità e città	182
4.2	Un nuovo modello di sostegno allo sviluppo di impresa	189
	ALLEGATI.....	193
	Allegato A.1 - Il nuovo algoritmo per il calcolo delle imprese femminili.....	194
	Allegato A.2 - Le caratteristiche delle imprese femminili con tecnica C.A.R.T.204	204
	Allegato A.3 - I campioni di indagine	212
	Allegato A.4 - Questionario utilizzato per l'indagine campionaria	216

Abstract

Il ruolo delle donne e degli uomini nel fare impresa è difficilmente spiegabile e valorizzabile se ci si riferisce ai soli dati di statistica economica e non si considerano anche quelli di carattere sociale. È infatti nella mutevole combinazione ed integrazione dei ruoli, nei loro caratteri distintivi, tra i generi all'interno della struttura sociale e della famiglia che sta la chiave di lettura della presenza anche delle imprese femminili e dei passi da fare perché, attraverso di esse, aumentino gli spazi di partecipazione delle donne alla vita produttiva del paese. Una lettura, per così dire, a tutto tondo fornisce elementi che contribuiscono a caratterizzare le grandi tappe in cui si articola la storia del sistema imprenditoriale e produttivo dell'Italia.

L'imprenditrice in Italia

Nell'ultima rilevazione disponibile (giugno 2010 - giugno 2009) le imprese femminili sono 1.421.085. Emerge progressivamente la preferenza per forme giuridiche "collettive" (+18% le società di capitale) rispetto all'impresa individuale (-0,5%) che, comunque, rimane la forma giuridica prevalente per donne e uomini. L'attività si concentra prevalentemente nei servizi, in particolare riferiti alla "sanità e assistenza sociale" e "alloggio e ristorazione". Per capire più a fondo gli aspetti quali-quantitativi dell'imprenditoria italiana vista in un'ottica di genere bisogna risalire ad un periodo di osservazione più esteso e confrontabile in serie storica omogenea. E' ciò che questo Rapporto fa prendendo a riferimento i dati dell'Osservatorio imprenditoria femminile dal 2003 al 2008.¹

Ebbene, al 2008 la donna imprenditrice italiana si caratterizza per un'età media di 54 anni, per il possesso e gestione di circa un quarto del totale delle imprese italiane, prevalentemente al Meridione (soprattutto in Molise, Basilicata e Abruzzo). Una donna che con l'attività economica tende a concretizzare le sue aspettative professionali anche come risposta alle minori opportunità di lavoro dipendente che trova nel proprio territorio.

Le imprese femminili nel 2010

Il tasso di femminilizzazione è al 23,3% ed il 61% delle imprese sono individuali. Al Sud e Isole le imprese femminili sono il 25,57% e al Centro il 23, 82%. A livello regionale il Molise si attesta sul 30,16%, la Basilicata sul 27,89% e l'Abruzzo sul 27,68%. Sono 414.426 nel commercio e 253.214 nell'agricoltura.

Le imprese femminili nel 2008

Erano 1.429.267, cioè il 23,4% del totale (maschili e femminili), cresciute in termini di stock dal 2003 al 2008 dell'8,7%.

¹ Dal 2009 si dà inizio alla lettura statistica di nuova serie storica, elaborata in base ad una metodologia di calcolo innovativa per quel che inerisce, in particolare, le società di capitali.

Ha creato l'impresa *ex novo* in un periodo relativamente recente anche grazie al superamento di stereotipi culturali e soprattutto al forte processo di scolarizzazione che ha fatto crescere la propensione ad affidare alle "figlie" piuttosto che ai "figli" la guida dell'impresa, nonché alla stessa caratteristica dell'attività imprenditoriale che sta diventando sempre più una scelta, piuttosto che una necessità.

La sua attività riesce ad essere più longeva di quella degli imprenditori: crea meno imprese, ma le tiene in vita più a lungo.

Pur avendo una dimensione micro (da 1 a 9 addetti) contribuisce a creare più posti di lavoro.

Ha ancora un livello di partecipazione al mondo imprenditoriale notevolmente al di sotto delle proprie potenzialità, anche se negli anni ha accresciuto una presenza che "promette" di occupare molti "spazi" attraverso nuove attività economiche, l'acquisto o subentro in quelle esistenti.

L'imprenditrice (così del resto anche l'imprenditore) utilizza poco i servizi di assistenza e consulenza, e manifesta un più forte bisogno di servizi a supporto della competitività, soprattutto per l'innovazione. Sente più degli uomini la complessità di gestire i tempi di lavoro, della famiglia e si appoggia prevalentemente alla rete familiare e amicale.

Utilizza poco internet e i servizi on line, anche per accedere ai servizi della Pubblica Amministrazione e gli uomini hanno un approccio ancora più "timido" all'innovazione.

Ha un rapporto con il denaro improntato sulla prudenza, e una gestione finanziaria dell'impresa molto cauta, limitando il ricorso a fonti esterne solo quando strettamente necessario; in questi casi preferisce rivolgersi alle banche locali.

Percepisce di più la crisi economica ma la maggioranza reagisce con strategie di organizzazione e rilancio. Tra gli interventi pubblici a supporto dell'impresa ritiene prioritaria la riduzione delle tasse, maggiori finanziamenti pubblici, e la semplificazione amministrativa.

Ha una vasta rete di conoscenze sul territorio e preferisce avere relazioni con le proprie colleghe, con le quali realizza anche progetti di interesse comune che vanno quasi tutti a buon fine.

Sono state create recentemente, e contribuiscono al ricambio generazionale

Tra il 1990 e il 2008 si sono concentrate 1.159.893 imprese femminili pari al 81,1% di quelle attualmente esistenti; il 21% sono imprese ereditate, ma in agricoltura le tradizioni familiari portano i casi di passaggio del testimone ad oltre il 50%

...e sono più longeve

Tasso di crescita del 2008 dell'impresa femminile positivo (+0,2%) mentre quello maschile è negativo (-0,5%)

.... e di dimensione micro

Il 97,4% è di micro dimensione e l'occupazione creata tra il 2003 e il 2008 è cresciuta del 15% rispetto al 3% delle imprese maschili

.... utilizza poco i servizi di assistenza e consulenza ma ne ha bisogno

..... i servizi di informazione sul settore e sulle opportunità di mercato utilizzati per il 6,2% e fabbisogno per il 15,8%; servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro utilizzati per l'1,4% e fabbisogno per il 5,8%; servizi di supporto all'innovazione utilizzati per il 2,7% e fabbisogno per il 16,7%, ma attività di innovazione realizzata solo nel 17% dei casi

E' molto impegnata anche dalla famiglia

Sono gli impegni familiari che hanno "ritardato" (37%) l'ingresso nel mondo imprenditoriale e che richiedono uno

..... e utilizza poco internet

il 44,5% non usa internet e il 34,2% preferisce andare allo sportello degli enti pubblici

... non si rivolge frequentemente alle banche o ad altri finanziatori

utilizza il capitale personale e/o di familiari almeno nel 46,4% dei casi e quello delle banche (locali per l'82,7%) al massimo nel 28,5% dei casi; non vuole chiedere altri affidamenti bancari nei prossimi mesi (98%)

Chiede se l'intervento pubblico alleggerisce la pressione fiscale

Riduzione delle tasse 81,8%
Maggiori contributi pubblici 47,9%
Riduzione degli adempimenti amministrativi e burocratici 37,9%.

Stili femminili e stili maschili che si integrano: l'impresa vincente

Le donne che fanno impresa si confrontano e “devono” fare i conti, al pari degli uomini, con i meccanismi ed i vincoli del mercato e con una crescente competitività. Le può distinguere lo stile, cioè il modo in cui si dà forma e sostanza all’impresa e alla sua operatività. E lo stile delle donne ha caratteri radicati a una forte consapevolezza del contrasto esistente tra principi etici e caratteristiche dello sviluppo produttivo che talvolta esaspera la ricerca del profitto a scapito del “bene comune”. E’ una consapevolezza che fa soffrire, che crea non di rado “estraneità” a questo tipo di sviluppo e che spiega almeno in parte la tendenza ad adeguarsi allo stile maschile per stare sul mercato.

Emerge un modello femminile di “imprenditrice/manager” che dà valore centrale ad un network cooperativo che include affari, comunità e famiglia, ed è potenziato dalle abilità relazionali caratteristiche del management femminile.

Gli stili imprenditoriali sono caratterizzati da soluzioni flessibili anche in relazione alle diverse fasi dell’esperienza di vita della donna e alla difficoltà di conciliare i diversi tempi del lavoro e quelli privati/familiari specialmente in presenza di figli.

Emergono altresì fattori che ancora ostacolano il rapporto delle donne con il lavoro, difficoltosi i percorsi professionali delle imprenditrici così come, in generale, delle donne occupate nel mercato.

Il tasso di occupazione femminile è, infatti, il più basso in Europa, dopo Malta: 46,9% mentre la media europea supera il 58% anche dopo l’allargamento a 27 paesi.

Il tasso di fecondità è il più basso nel mondo, 1,3% (l’Istat ha informato che nel 2008 la popolazione italiana ha superato i 60 milioni di abitanti e che sono nati circa 12 mila bambini in più dell’anno scorso; ancora effetto immigrazione, probabilmente).

Se si indaga sul tasso di occupazione anche per classi di età emerge con evidenza che per gli uomini è possibile lavorare, fare carriera, fare impresa e, contemporaneamente, diventare padri, per le donne che scelgono di diventare madri ancora non lo è.

Il lavoro per le donne, differentemente dagli uomini, è tutto quello che si fa ed è necessario per vivere: per la “manutenzione” delle esistenze (che è gratuito e a carico ancora quasi esclusivamente delle donne); per il mercato (ed è retribuito).

Una nuova capacità competitiva delle imprese è fondata sull’intreccio, sulla messa in comune e valorizzazione delle competenze distintive, dei talenti e delle propensioni di uomini e donne.

Da dove viene

L’appartenenza di genere, per lungo tempo, ha significato per la donna una sua pressoché totale identificazione con il ruolo di cura e di educazione all’interno della famiglia.

E’ durante la seconda guerra mondiale che le donne iniziano ad uscire dal ruolo che era stato loro affidato ed è la necessità dunque che muove le donne ad uscire in modo consapevole dall’esclusivo ruolo materno e familiare. In campagna e nelle fabbriche le donne “sostituiscono” il lavoro degli uomini e svolgono un ruolo fondamentale per il paese. E’ forse in quegli anni difficili che nascono anche le prime “lavoratrici autonome”, piccole imprese

femminili: insegnanti che danno ripetizioni, sarte che riparano e rivoltano vecchi abiti, ricamatrici, donne che fanno del lavoro a maglia una fonte di reddito.

Finita la guerra anche le donne "ritornano" a casa: ognuno, donne e uomini, tornano al "ruolo storico".

Questo ha svelato alle donne la loro forza, capacità e talento; ha fatto crescere stima di sé. Ha fatto capire che la necessità può diventare scelta, cosciente assunzione di responsabilità verso se stesse e il mondo.

Un percorso quello delle donne che comincia decenni prima ma che lì subisce un'accelerazione, diventa irreversibile, trasforma le identità femminili e maschili, la cultura, la società: un processo lungo che ancora non è finito.

Il processo di industrializzazione in Italia ha segnato il passaggio dalla società a carattere prevalentemente rurale - artigianale a quello industriale e del terziario, ma il ruolo femminile solo di recente ha avuto la meritata visibilità.

Nella fase dell'economia rurale - artigianale (inizi del XX secolo e fino alla ricostruzione del dopoguerra) la distinzione di ruoli tra i generi è stata abbastanza netta e tale per cui la presenza di imprese femminili risultava prossima allo zero.

L'occupazione prevalente femminile attorno agli anni '50 era l'Agricoltura e il Lavoro a domicilio (maglieria, sartoria e confezioni) che si fa impresa: le grandi imprese tessili, ad esempio, utilizzavano le lavoranti a domicilio che si dovevano dotare, per far fronte alle commesse, di macchine per maglieria e di telai.

Sono gli anni, per il nostro Paese e prevalentemente per il centro nord di trasformazione da realtà agricola a industriale.

Il lavoro delle donne, dunque, in molti territori si svolgeva in gran parte dentro casa. Prevedeva un forte legame logistico e relazionale con la famiglia e i tempi di lavoro spesso si sovrapponevano con i tempi di cura.

Sono note le particolari interconnessioni tra struttura sociale e sviluppo economico del nostro paese, dal dopoguerra, con differenti caratteristiche legate ai territori e ai periodi di boom economico o di recessione.

Il lavoro e la propensione all'imprenditorialità erano ancorati ad una forte centralità della famiglia nell'organizzazione sociale e nel sistema dei valori.

Una famiglia "allargata", di tipo tradizionale, gerarchica e non paritaria nel rapporto tra i suoi componenti (donne e uomini in particolare) svolgeva un ruolo di "centro di servizi".

Nelle imprese a struttura familiare (e non solo) le donne sono state protagoniste rilevanti delle attività di tipo imprenditoriale insieme con gli uomini. Per lungo tempo, infatti, hanno assolto funzioni fondamentali tanto nella divisione e nell'assegnazione di mansioni di responsabilità, quanto nei meccanismi di finanziamento e di autofinanziamento delle aziende. Esse hanno contribuito così allo sviluppo dell'economia italiana con competenza sfatando molti luoghi comuni e di "genere" sull'attività imprenditoriale.

È nella fase di terziarizzazione (a cavallo tra fine XX secolo e inizi del XXI) della società e del sistema produttivo che, anche per via di interventi legislativi mirati come la legge 215/92, si è reso più evidente il contributo di genere allo sviluppo imprenditoriale, soprattutto grazie ad un progressivo affrancamento delle donne dai vecchi paradigmi concettuali e sociali. Le donne hanno accelerato un processo di forte soggettività, di

autonomia, di consapevolezza di sé; il percorso di emancipazione e di libertà femminile ha portato a forti trasformazioni sociali, culturali, di costume e anche economiche e produttive.

In questo contesto emerge che per le donne c'è un intreccio "indissolubile" tra lavoro per il mercato e procreazione e lavoro di cura, tra diritti di cittadinanza e libertà personale.

La legge n. 215 del 1992 è nata prevalentemente per dare risposta alla crisi economica di fine anni '80, offrendo a moltissime donne licenziate dalle imprese un'alternativa al lavoro dipendente. La sua attuazione è però avvenuta dopo cinque anni durante i quali le donne erano già cambiate. Con il primo bando, alla fine del 1997, viene anche rivisitata la legge, accentuando gli elementi di sostegno e di promozione per le aspiranti imprenditrici, piuttosto che quelli di "tutela" nei confronti di soggetti deboli.

La legge n. 215 ha puntato sulle donne come soggetto forte, ha incrociato desideri, passioni, capacità, talenti femminili. E' stata un riflettore che si è acceso sulla possibilità di fare impresa mostrando concretamente che l'imprenditorialità non è solamente un fenomeno economico ma anche culturale. Gli effetti della legge hanno agito in profondità, mostrando a molte donne che potevano e dovevano scommettere su di sé.

Cosa si può fare?

L'assetto organizzativo di un'impresa oggi necessita di una presenza del femminile e del maschile rimodulati senza che ciò significhi perdere le reciproche peculiarità.

Recentemente si è aperta una riflessione sul valore "economico" del lavoro delle donne per il mercato: se aumenta il numero delle donne che lavorano per il mercato (lavoro dipendente, autonomo, d'impresa...) si evidenziano immediatamente vantaggi:

- aumento del reddito delle famiglie;
- aumento dei consumi necessario in una fase di crisi come l'attuale;
- diminuzione del rischio di povertà (per le maggiori entrate ma anche per le maggiori conoscenze, relazioni sociali, tutele....);

Evitare il rischio di restare prigionieri di un nuovo economicismo è possibile non disperdendo le differenze di genere ma valorizzandole e "utilizzandole" entrambe.

L'integrazione di competenze e abilità maschili e femminili può consentire ad un'impresa di rispondere al profilo manageriale delle imprese più moderne ed innovative.

L'adozione di un modello anche imprenditoriale fondato sulle relazioni paritarie tra donne e uomini rende l'organizzazione dell'impresa e del lavoro maggiormente equilibrata e più facilmente orientata all'attenzione alla diffusione del lavoro di gruppo, al flusso delle informazioni ed alla comunicazione; ad uno spiccato orientamento alla qualità ed alla soddisfazione del cliente; a contatti costanti con fornitori, clienti e partner; ad una attenzione e consapevole responsabilità nei confronti dell'ambiente, del territorio e delle persone che lo abitano. Un tale assetto esige nuove attitudini manageriali: flessibilità; ricerca di soluzioni nuove ossia creatività; sviluppo di capacità cooperative sia interne che esterne; networking; etica del management.

Tutto ciò per integrare e superare, con una nuova prospettiva e nuove modalità di realizzazione, l'approccio tradizionale. In questo senso, per esempio, i Comitati per

l’Imprenditoria Femminile costituiti presso le Camere di Commercio, sono stati e sono una innovazione nella sua unicità per l’organizzazione a rete non gerarchica ma funzionale.

Il decreto legislativo n.23 del 15 febbraio 2010 di riforma dell’ordinamento delle Camere di Commercio (art. 3 comma 2) dispone che gli statuti delle camere di commercio prevedano: *“norme per assicurare condizioni di pari opportunità tra donna e uomo ai sensi del decreto legislativo 11 aprile 2006 n. 198, e per promuovere la presenza di entrambi i sessi negli organi collegiali delle camere di commercio nonché degli enti e aziende da esse dipendenti”*: è un fatto importante che segnala l’efficacia di un lavoro delle donne dei comitati per l’imprenditoria femminile che hanno saputo muoversi in modo sinergico con le associazioni e con l’insieme del sistema camerale ancora prevalentemente “maschile”.

La riflessione a questo punto propone un confronto su terreni di tipo generale, “strategico” e progettuale.

Innanzitutto, occorre un’alleanza e che si traduca in un patto tra donne e uomini, che scelga di investire sulle donne per il rilancio dello sviluppo su basi nuove e che migliori la vita e il lavoro di tutti.

In secondo luogo, assume sempre più importanza, in considerazione del legame forte che la grande maggioranza delle imprese ha con il territorio, l’elaborazione di strategie di sviluppo non più diversificate e a volte contrapposte tra modelli riferiti alle aree urbane e quelli riferiti alle aree rurali ma strategie che mettano al centro il territorio, inteso come una struttura di relazioni in cui aree rurali e urbane sono tra loro connesse. Ci si riferisce al miglioramento dell’attrattività dei territori per le imprese e la popolazione con il recupero del patrimonio rurale; al mantenimento e alla creazione di opportunità occupazionali in aree rurali con la progettazione di iniziative integrate attraverso investimenti nel patrimonio culturale, infrastrutture per i servizi sociali e sviluppo di microimprese e dell’artigianato.

In terzo luogo, le trasformazioni che hanno caratterizzato la nostra società, particolarmente nella composizione delle famiglie e nel mercato del lavoro, hanno portato allo sviluppo di aspetti e criticità che pesano in modo diverso su uomini e donne. Emerge dunque la necessità di un rafforzamento delle politiche e degli strumenti per conciliare tempi di vita e di lavoro, che portino ad elaborare e sperimentare progetti innovativi.

Infine, occorre pensare ad un modello di sostegno alle imprese in ottica integrata e sinergica, che focalizzi l’attenzione prioritariamente sui nodi critici manifestati dagli imprenditori e dalle imprenditrici, e provochi progettualità locale: dalla semplificazione amministrativa alla disponibilità diffusa sul territorio di informazioni e di servizi di assistenza tanto per le neo imprese quanto per le imprese esistenti.

1. Il quadro strutturale dell’impresa “in genere”

1.1. Le imprese femminili dal 2009

1.1.1 Il nuovo algoritmo di calcolo delle imprese femminili

L’INIZIO DI UNA NUOVA SERIE STORICA DI ANALISI DEL FENOMENO IMPRENDITORIALE IN OTTICA DI GENERE

I criteri di individuazione delle imprese femminili, utilizzati dall’Osservatorio Imprenditoria Femminile dal 2003 fino al 31 dicembre 2008, sono stati ispirati dalla legge 215/92 e dalle successive circolari ministeriali, prevedendo l’assegnazione dell’attributo di genere quando si verificavano le seguenti condizioni:

1. quota di proprietà femminile e quota di cariche femminili (Amministratori) superiori al 50%;
2. in assenza di informazioni sull’elenco soci, era sufficiente che la quota di cariche femminili superasse il 50%.

Con il 2009, le novità legislative sul libro soci delle società di capitale e l’introduzione della nuova classificazione statistica delle attività economiche hanno portato ad una necessaria revisione dell’algoritmo utilizzato dall’Osservatorio dell’imprenditoria femminile.

Il nuovo algoritmo, aggiornato nelle modalità di calcolo delle società di capitale, non solo consente l’individuazione dell’insieme di imprese femminili in modalità più coerente all’evoluzione e ai cambiamenti socio-economici intervenuti in questi ultimi tempi, ma può rappresentare un’opportunità per una nuova definizione di impresa femminile.

Dopo 5 anni, l’Osservatorio si è dunque innovato per arricchire ulteriormente le possibilità di monitoraggio del fenomeno imprenditoriale in ottica di genere.

La nuova versione dell’algoritmo (per maggiori dettagli vedere in Allegato A.1) utilizzata dall’Osservatorio Imprenditoria Femminile per la lettura dei dati a partire dal 2009 è riportata nella seguente matrice:

Società di capitale	Società di persone e cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
Se l’elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: media [% del capitale sociale + %“Amministratori”] > 50% donne	> 50% “Soci” donne	Titolare donna	> 50% “Amministratori” donne

Fonte: Unioncamere

1.1.2 Uno sguardo alle imprese femminili oggi

Il periodo che va dal I semestre 2009 al I semestre 2010 è stato particolarmente difficile per le imprese ed i lavoratori italiani, per il manifestarsi degli effetti della crisi sull'economia reale del nostro paese. In questo contesto, un'analisi delle caratteristiche di genere del sistema imprenditoriale rivela come il processo di inclusione delle donne nella vita economica del paese abbia rappresentato un importante fattore di contrasto alla crisi.

Al 30 giugno 2010 le imprese femminili in Italia risultano essere complessivamente 1.421.085, con un tasso di femminilizzazione del 23,3% (tab. 1.1).

L'analisi della loro distribuzione geografica evidenzia una maggiore concentrazione nelle regioni a maggior densità imprenditoriale: Lombardia (con una presenza del 13,5% di imprese femminili sul totale nazionale), Campania (10,5%), Lazio (9,9%) e Sicilia (8,2%). Ma è il tasso di femminilizzazione che indica il peso relativo delle imprese femminili sul totale. Da questo punto di vista, la presenza geografica risulta equilibrata con un valore che va da un minimo del 20% in Lombardia ad un massimo del 30,2% in Molise.

Rispetto alle ripartizioni geografiche, le imprese femminili in valore assoluto sono numerose al Nord; il tasso di femminilizzazione, invece, è più elevato nel Meridione e nell'Italia Insulare.

Tab. 1.1 - Valori assoluti e percentuali delle imprese femminili, maschili e totali per regione e ripartizione geografica nel I semestre 2010

Regione e ripartizioni geografiche	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE IMPRESE		TASSO FEMMINILIZZAZIONE
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%	
Piemonte	111.705	7,9%	358.632	7,7%	470.337	7,7%	23,7%
Valle D'Aosta	3.428	0,2%	10.657	0,2%	14.085	0,2%	24,3%
Lombardia	191.944	13,5%	767.844	16,4%	959.788	15,7%	20,0%
Liguria	41.269	2,9%	125.410	2,7%	166.679	2,7%	24,8%
Trentino-Alto Adige	22.592	1,6%	87.217	1,9%	109.809	1,8%	20,6%
Veneto	108.656	7,6%	397.666	8,5%	506.322	8,3%	21,5%
Friuli-Venezia Giulia	26.033	1,8%	83.691	1,8%	109.724	1,8%	23,7%
Emilia-Romagna	97.107	6,8%	377.872	8,1%	474.979	7,8%	20,4%
Toscana	98.660	6,9%	317.270	6,8%	415.930	6,8%	23,7%
Umbria	24.662	1,7%	71.168	1,5%	95.830	1,6%	25,7%
Marche	42.184	3,0%	134.273	2,9%	176.457	2,9%	23,9%
Lazio	140.225	9,9%	455.161	9,7%	595.386	9,8%	23,6%
Campania	148.803	10,5%	402.216	8,6%	551.019	9,0%	27,0%
Abruzzo	41.522	2,9%	108.505	2,3%	150.027	2,5%	27,7%
Molise	10.784	0,8%	24.968	0,5%	35.752	0,6%	30,2%
Puglia	92.533	6,5%	292.228	6,2%	384.761	6,3%	24,0%
Basilicata	17.427	1,2%	45.050	1,0%	62.477	1,0%	27,9%
Calabria	44.685	3,1%	134.910	2,9%	179.595	2,9%	24,9%
Sicilia	116.303	8,2%	355.099	7,6%	471.402	7,7%	24,7%
Sardegna	40.563	2,9%	128.877	2,8%	169.440	2,8%	23,9%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	<i>348.346</i>	<i>24,5%</i>	<i>1.262.543</i>	<i>27,0%</i>	<i>1.610.889</i>	<i>26,4%</i>	<i>21,6%</i>
<i>Italia Nord-Orientale</i>	<i>254.388</i>	<i>17,9%</i>	<i>946.446</i>	<i>20,2%</i>	<i>1.200.834</i>	<i>19,7%</i>	<i>21,2%</i>
<i>Italia Centrale</i>	<i>305.731</i>	<i>21,5%</i>	<i>977.872</i>	<i>20,9%</i>	<i>1.283.603</i>	<i>21,0%</i>	<i>23,8%</i>
<i>Italia Meridionale</i>	<i>355.754</i>	<i>25,0%</i>	<i>1.007.877</i>	<i>21,5%</i>	<i>1.363.631</i>	<i>22,4%</i>	<i>26,1%</i>
<i>Italia Insulare</i>	<i>156.866</i>	<i>11,0%</i>	<i>483.976</i>	<i>10,3%</i>	<i>640.842</i>	<i>10,5%</i>	<i>24,5%</i>
Italia	1.421.085	100,0%	4.678.714	100,0%	6.099.799	100,0%	23,3%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Se si considerano le variazioni nei dodici mesi di riferimento (tab. 1.2) si nota una dinamica in controtendenza rispetto al recente passato.

In primo luogo, a livello nazionale la crescita delle imprese femminili (+2,1%) avvenuta durante la crisi ha più che compensato la diminuzione delle imprese maschili (-0,4%) assicurando un risultato aggregato positivo (+0,2%).

Dal punto di vista della distribuzione geografica, nell'ultimo anno si è verificato il maggiore aumento del numero di imprese femminili nel Centro (+3,3%), con un incremento anche nel tasso di femminilizzazione (+0,6). A tale risultato ha contribuito in misura prevalente il Lazio (+5%), dove è aumentato anche il tasso di femminilizzazione (+0,8), registrando allo stesso tempo il miglior risultato per quanto riguarda quelle maschili (+0,4%).

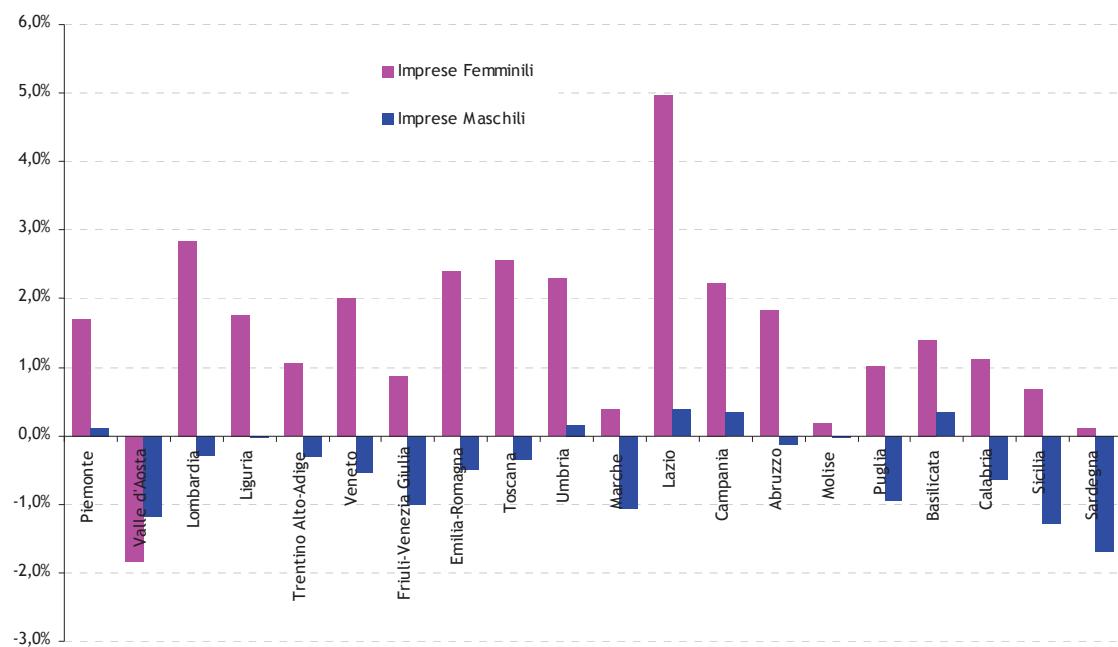
Tab. 1.2 – Variazioni delle imprese femminili, maschili e totali per regione e ripartizione geografica tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010

Regione e ripartizioni geografiche	Imprese Femminili Var. %	Imprese Maschili Var. %	TOTALE IMPRESE Var. %	TASSO FEMMINILIZZAZIONE Var.
Piemonte	1,7%	0,1%	0,5%	0,3
Valle d'Aosta	-1,8%	-1,2%	-1,4%	-0,1
Lombardia	2,8%	-0,3%	0,3%	0,5
Liguria	1,8%	0,0%	0,4%	0,3
Trentino Alto-Adige	1,0%	-0,3%	0,0%	0,2
Veneto	2,0%	-0,5%	0,0%	0,4
Friuli-Venezia Giulia	0,9%	-1,0%	-0,6%	0,3
Emilia-Romagna	2,4%	-0,5%	0,1%	0,5
Toscana	2,6%	-0,4%	0,3%	0,5
Umbria	2,3%	0,2%	0,7%	0,4
Marche	0,4%	-1,1%	-0,7%	0,3
Lazio	5,0%	0,4%	1,4%	0,8
Campania	2,2%	0,3%	0,8%	0,4
Abruzzo	1,8%	-0,1%	0,4%	0,4
Molise	0,2%	0,0%	0,0%	0,0
Puglia	1,0%	-0,9%	-0,5%	0,4
Basilicata	1,4%	0,3%	0,6%	0,2
Calabria	1,1%	-0,6%	-0,2%	0,3
Sicilia	0,7%	-1,3%	-0,8%	0,4
Sardegna	0,1%	-1,7%	-1,3%	0,3
Italia Nord-Occidentale	2,3%	-0,2%	0,4%	0,4
Italia Nord-Orientale	2,0%	-0,5%	0,0%	0,4
Italia Centrale	3,3%	-0,1%	0,7%	0,6
Italia Meridionale	1,6%	-0,2%	0,3%	0,4
Italia Insulare	0,5%	-1,4%	-0,9%	0,4
Italia	2,1%	-0,4%	0,2%	0,4

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Il grafico 1.1 offre una rappresentazione della dinamica nel numero di imprese femminili e maschili per regione nel periodo considerato. Si può notare come la crescita delle prime riguardi soprattutto le regioni Centrali, mentre le regioni Meridionali, che in passato avevano vissuto una crescita maggiore dell'imprenditorialità femminile, denotano un suo rallentamento. Di conseguenza, si riduce il differenziale tra il tasso di femminilizzazione tra le diverse ripartizioni geografiche.

Graf. 1.1 - Variazioni delle imprese femminili, maschili e totali per regione tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Nella tabella 1.3 viene considerata la distribuzione delle imprese femminili tra i diversi settori economici (in base alla classificazione ATECO 2007) per regione e ripartizione geografica.

A livello nazionale, il Commercio (29,2%) e l'Agricoltura (17,8%) si mantengono ampiamente i settori a maggiore concentrazione, seguiti dai Servizi di alloggio e ristorazione (8,6%), dalle Attività manifatturiere (8,3%) e dalle Altre attività di servizi (7,6%).

La distribuzione nelle regioni italiane delle imprese femminili operanti in questi cinque settori evidenzia una maggiore concentrazione relativa del Commercio e dell'Agricoltura nel Meridione (con valori massimi, rispettivamente, in Campania con il 38,2% del totale di quelle localizzate nella regione, dieci punti in più rispetto alla media nazionale, e in Molise con il 42,6%, quasi trenta punti in più rispetto alla media nazionale), mentre nelle regioni Nord-Orientali si rileva un'incidenza superiore dei Servizi di alloggio e ristorazione (con valore massimo in Trentino Alto Adige, 20,3%), tutto il Centro-Nord delle Attività manifatturiere (Marche 12,7%, Toscana 12,6%) e le regioni Nord-Occidentali per delle Altre attività di servizi (Lombardia 10%) ed in generale delle attività del terziario.

Le specializzazioni produttive dell'imprenditorialità femminile si dimostrano, dunque, estremamente diversificate a livello territoriale. In particolare, mentre il Meridione riflette le dinamiche settoriali che hanno ‘tradizionalmente’ caratterizzato lo sviluppo economico dell’area (con una più evidente concentrazione in attività produttive in grado di assorbire la manodopera disponibile a fronte di una minore presenza di attività industriali) e l’Italia Centrale sembra offrire spazi relativamente maggiori per le piccole imprese manifatturiere (per lo più agganciate all’esperienza dei distretti industriali), l’Italia Nord-Occidentale

conferma anche nel caso delle imprese femminili una più spiccata capacità di dirigere l'evoluzione del sistema economico verso i servizi avanzati.

Le dinamiche rilevate tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010 confermano, tuttavia, una crescente terziarizzazione dell'imprenditorialità femminile, che riguarda in maniera diffusa tutti i territori. Nel grafico 1.2, che riporta i tassi di crescita delle imprese femminili per settore in ogni ripartizione geografica, si può notare una tendenza generalizzata alla riduzione proprio nei settori che in passato avevano assorbito in misura più significativa la manodopera femminile al Sud, cioè l'Agricoltura (Sezione A) ed il Commercio (G). Al contrario, si registra una crescita sostenuta nelle Altre attività di servizi (S), che, se da un lato può indicare un continuo sviluppo di alcune attività 'tradizionalmente' a maggior presenza di imprese femminili dall'altro sembra evidenziare una certa capacità di sfruttare alcune più recenti tendenze del consumo come centri benessere, organizzazione di eventi e cerimonie, ecc..

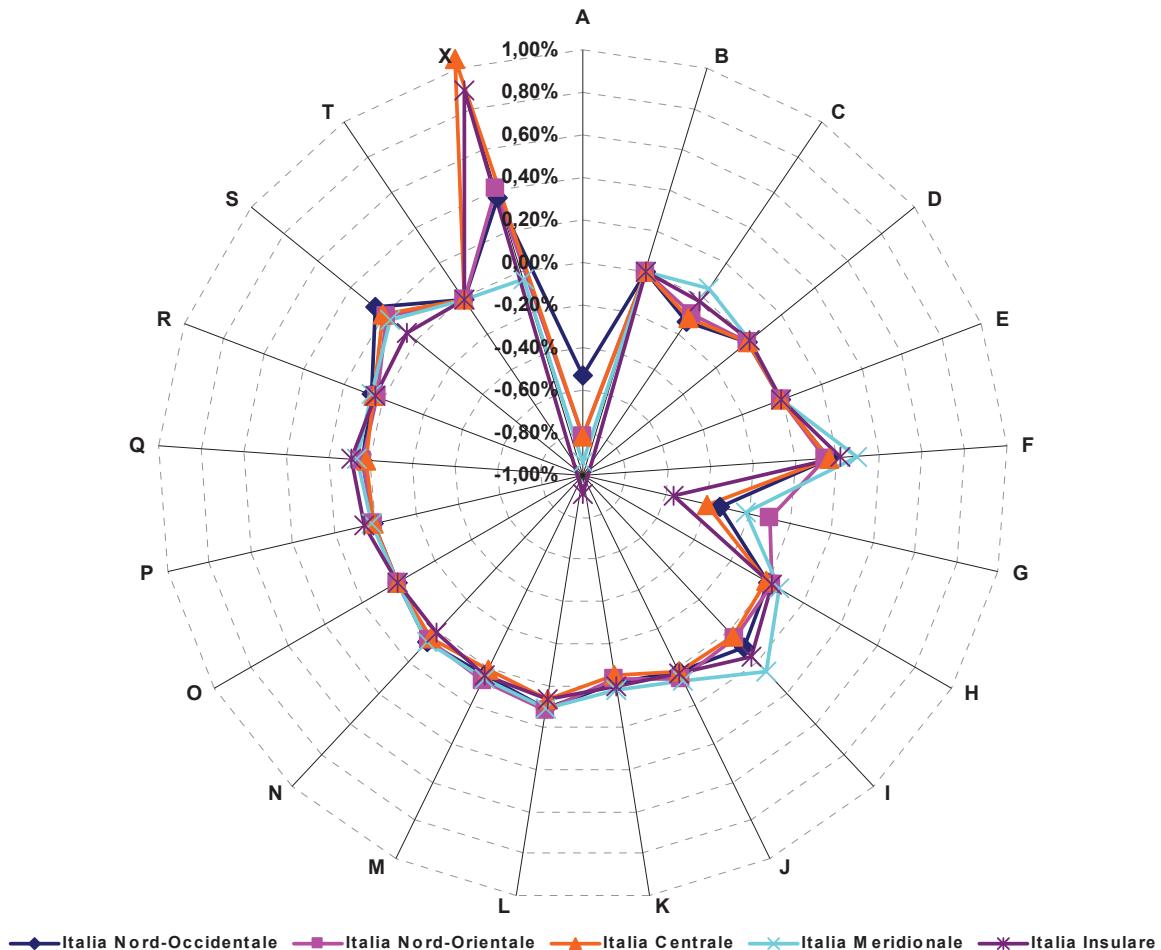
Il tasso di femminilizzazione per settore (tab. 1.4) evidenzia ancor meglio non solo quale sia il peso nei vari rami di attività economica, ma addirittura come in alcuni territori vi sia una netta prevalenza di imprese femminili rispetto a quelle maschili. Infatti, oltre a trovare alti valori del tasso di femminilizzazione nei settori prima citati, si scopre che addirittura tra le Altre attività di servizi, oltre ad avere 11 regioni con un tasso superiore al 50%, in Valle d'Aosta quasi due imprese su tre sono femminili. Ugualmente, nella Sanità e assistenza sociale Sardegna e Umbria hanno una prevalenza di imprese femminili.

Tab. 1.3 - Distribuzione delle imprese registrate femminili per regione, ripartizione geografica e settore di attività economica nel I semestre 2010
 (Classificazione ATFCO 2007)

Regione e ripartizioni geografiche		TOTALI		Imprese non classificate	
		Imprese con classificazione	Imprese senza classificazione	Atività di famiglia e coniuge e attività di lavoro...	Atività di famiglia e coniuge e attività di lavoro...
A	Agricoltura, silvicoltura pesca	16,9%	0,0%	7,4% 0,0%	0,1%
Piemonte	19,0%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%
Vale D'Aosta	6,2%	0,0%	10,9%	0,0%	0,0%
Lombardia	12,3%	0,0%	5,7%	0,0%	0,1%
Liguria	22,7%	0,1%	5,2%	0,1%	0,0%
Trentino-Alto Adige	18,3%	0,0%	10,4%	0,0%	0,1%
Friuli-Venezia Giulia	23,4%	0,0%	7,0%	0,0%	0,1%
Emilia-Romagna	15,8%	0,0%	9,8%	0,0%	0,1%
Toscana	14,5%	0,0%	12,6%	0,0%	0,1%
Umbria	24,8%	0,0%	8,9%	0,0%	0,1%
Marche	23,0%	0,0%	12,7%	0,0%	0,1%
Lazio	12,3%	0,0%	5,4%	0,0%	0,1%
Campania	18,5%	0,0%	7,1%	0,0%	0,1%
Abruzzo	27,2%	0,0%	8,2%	0,0%	0,1%
Molise	42,6%	0,0%	5,0%	0,0%	0,1%
Puglia	28,0%	0,0%	7,3%	0,0%	0,1%
Basilicata	41,8%	0,0%	5,9%	0,0%	0,1%
Calabria	20,6%	0,1%	6,8%	0,0%	0,1%
Sicilia	24,6%	0,1%	5,6%	0,0%	0,1%
Sardegna	20,6%	0,1%	6,3%	0,0%	0,1%
Italia Nord-Ovest	10,5%	0,0%	9,1%	0,0%	0,1%
Italia Nord-Orientale	18,3%	0,0%	9,4%	0,0%	0,1%
Italia Centro	15,5%	0,0%	9,0%	0,0%	0,1%
Italia Meridionale	24,1%	0,0%	7,1%	0,0%	0,1%
Italia Insulare	23,6%	0,1%	5,8%	0,0%	0,1%
Italia	17,8%	0,0%	8,3%	0,0%	0,1%
Fonte:		Elaborazione		Osservatorio dell'imprenditoria Femminile	

Fonte:

Graf. 1.2 - Variazione della distribuzione di imprese femminili per settore e ripartizione geografica tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010
 (classificazione ATECO 2007)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Tab. 1.4 - Tasso di femminilizzazione per regione, ripartizione geografica e settore di attività economica nel I semestre 2010

Regione e ripartizioni geografiche	classificazione ATCO 2007)										TOTALÈ
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Piemonte	29,7%	11,1%	17,2%	6,8%	12,7%	5,4%	28,2%	9,8%	32,5%	23,4%	23,8%
Valle D'Aosta	33,9%	6,3%	12,4%	0,0%	3,8%	5,4%	33,5%	8,4%	34,0%	26,7%	21,2%
Lombardia	22,7%	9,9%	16,8%	3,0%	11,6%	6,1%	23,0%	9,8%	30,4%	21,8%	22,3%
Liguria	39,1%	11,2%	17,9%	6,4%	9,8%	5,8%	29,4%	9,2%	34,3%	24,4%	23,3%
Trentino-Alto Adige	17,0%	14,6%	13,6%	7,9%	4,7%	6,2%	25,3%	12,1%	37,5%	19,7%	16,6%
Veneto	24,7%	8,5%	17,2%	7,2%	8,3%	6,0%	23,9%	8,5%	32,7%	22,2%	19,3%
Friuli-Venezia Giulia	33,4%	7,7%	14,8%	8,2%	11,9%	6,2%	26,0%	8,9%	35,3%	20,5%	19,6%
Emilia-Romagna	21,9%	8,4%	17,1%	5,0%	9,6%	5,2%	25,5%	7,2%	29,7%	22,3%	22,3%
Toscana	32,7%	10,2%	21,5%	8,5%	14,4%	6,1%	27,4%	10,9%	32,4%	23,3%	22,6%
Umbria	32,8%	9,9%	22,3%	3,2%	18,3%	6,1%	29,2%	8,7%	35,0%	23,9%	26,2%
Marche	29,3%	9,2%	22,1%	4,5%	12,7%	5,0%	26,0%	9,5%	33,4%	23,5%	23,5%
Campania	35,0%	10,7%	19,0%	7,8%	15,7%	9,3%	27,1%	11,6%	31,7%	19,5%	21,5%
Abruzzo	37,6%	10,1%	21,2%	11,5%	14,4%	11,5%	29,6%	16,3%	34,8%	23,1%	24,4%
Molise	35,7%	8,4%	23,1%	4,4%	17,3%	8,6%	29,7%	11,0%	36,1%	24,7%	25,6%
Puglia	29,2%	10,4%	20,1%	12,8%	12,1%	7,4%	25,8%	11,0%	31,1%	23,7%	20,2%
Basilicata	36,0%	7,2%	20,1%	10,5%	9,5%	7,8%	31,0%	11,5%	30,3%	23,2%	20,9%
Calabria	28,1%	13,0%	20,8%	8,5%	11,8%	8,7%	27,8%	14,1%	33,1%	23,5%	26,6%
Sicilia	29,5%	11,9%	18,3%	11,5%	17,5%	8,0%	27,2%	12,4%	31,4%	22,7%	21,2%
Sardegna	23,3%	10,3%	19,8%	0,0%	13,5%	8,0%	29,2%	10,8%	32,5%	26,6%	29,4%
Italia Nord-Orientale	27,9%	10,3%	16,9%	4,6%	11,6%	5,9%	25,4%	9,7%	31,7%	22,4%	20,9%
Italia Nord-Occidentale	23,4%	9,3%	16,7%	6,9%	8,7%	5,7%	24,8%	8,2%	32,5%	23,2%	21,6%
Italia Centrale	32,7%	10,3%	20,2%	7,0%	15,1%	7,4%	27,2%	11,0%	32,4%	21,0%	22,6%
Italia Meridionale	33,2%	10,5%	21,0%	10,7%	13,6%	9,3%	28,4%	13,9%	33,7%	23,5%	21,4%
Italia Insulare	27,8%	11,4%	18,7%	14,8%	17,0%	8,6%	27,7%	11,9%	31,8%	23,2%	22,1%
Italia	29,2%	10,4%	18,6%	7,4%	13,0%	7,1%	26,8%	10,7%	32,4%	22,3%	23,3%

Fonte:

Elaborazione

Retecamere

su dati

Osservatorio

dell'imprenditoria

Femminile,

Unioncamere-Infocamere

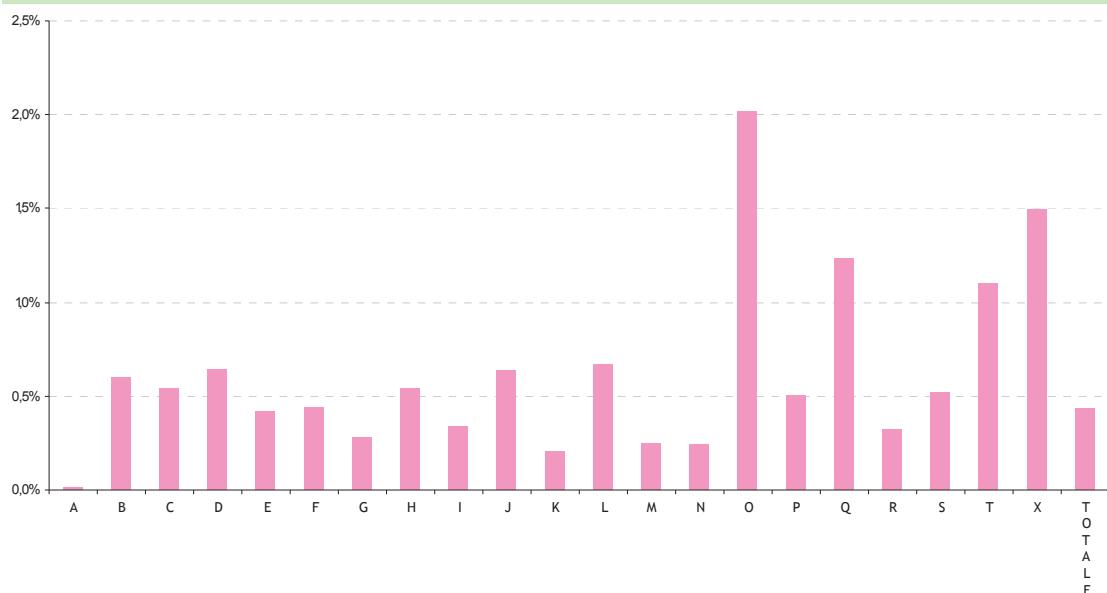
Tab. 1.4 - Tasso di femminilizzazione per regione, ripartizione geografica e settore di attività economica nel I semestre 2010

Femminile,

Unioncamere-Infocamere

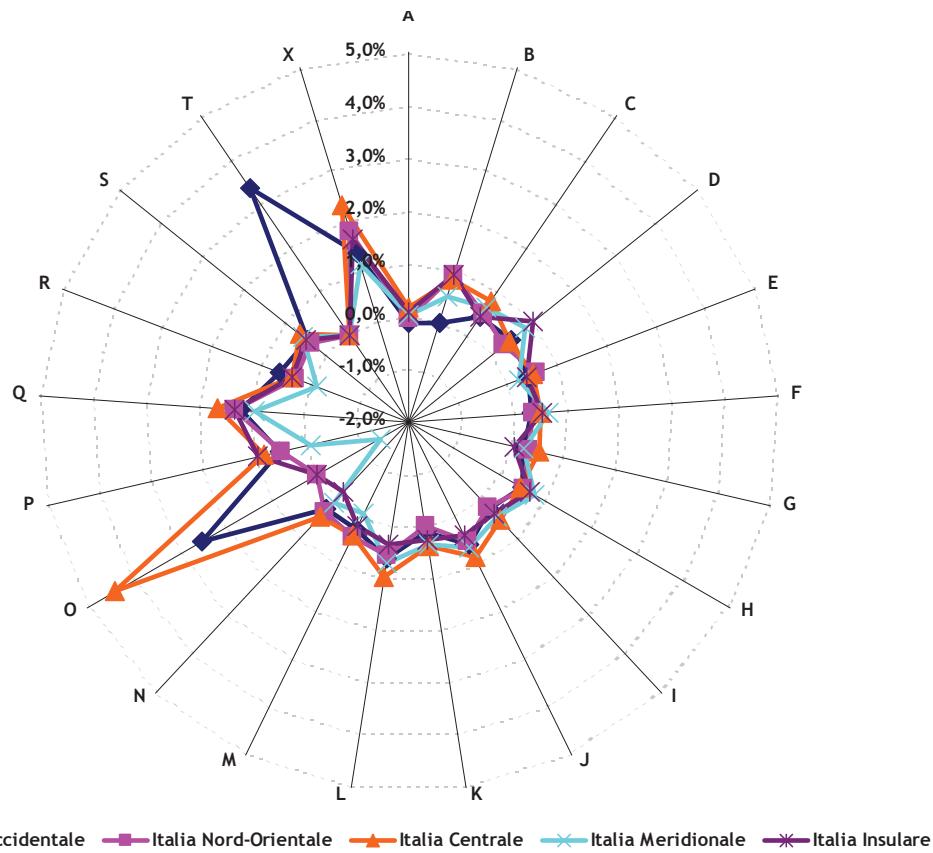
Se si considera, inoltre, l'evoluzione tra il 30 giugno 2009 ed il 30 giugno 2010 del tasso di femminilizzazione nei settori, a livello nazionale (graf. 1.3), si conferma la tendenza delle imprese femminili a sviluppare i servizi, in particolare nella Sanità e assistenza sociale (Q) e Altre attività di servizi (S), pur notandosi una sensibile crescita anche in attività 'residuali' e numericamente meno rilevanti quali quelle dell'Amministrazione pubblica, difesa e assicurazione sociale (O).

Graf. 1.3 - Variazione del tasso di femminilizzazione per settore tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010
(classificazione ATECO 2007)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Graf. 1.4 - Variazione del tasso di femminilizzazione per settore e ripartizione geografica tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010
(classificazione ATECO 2007)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Passando ad analizzare la forma giuridica delle imprese, i dati del I semestre 2010 confermano la numerosità delle ditte individuali femminili, pari al 60,7% del totale (tab. 1.5), seguite dalle Società di persone e dalle Società di capitali con incidenze pari, rispettivamente, a 22,8% e 14,1%. Il grafico 1.5 mette a confronto la composizione dell'universo imprenditoriale femminile con quello maschile, dove l'incidenza delle forme più strutturate è maggiore.

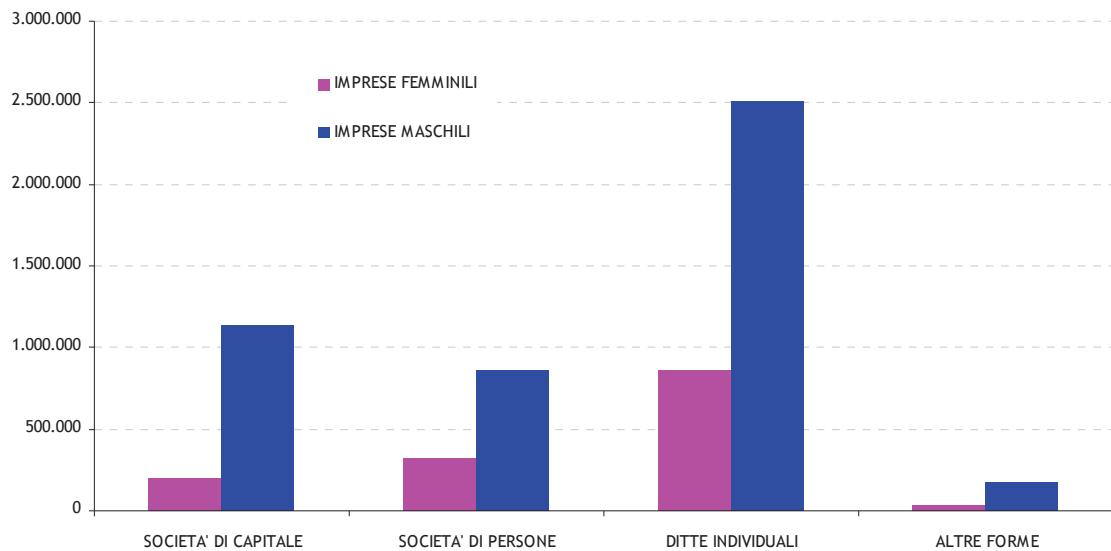
In particolare, osservando la distribuzione territoriale delle diverse forme giuridiche, in Molise le Ditte individuali femminili hanno un peso maggiore (80,2%), mentre Lazio e Lombardia sono le regioni con maggiore incidenza delle Società di Capitale, rispettivamente il 26,3% e il 20,1%. Le Società di persone spiccano in Trentino Alto Adige (32%), le cooperative in Sicilia (4,6%) dove sono relativamente significative anche le Altre forme (0,6%).

Tuttavia, se si considera l'evoluzione del fenomeno durante i dodici mesi precedenti (graf. 1.6), si nota come la crescita maggiore si è registrata nelle Società di capitali, con un incremento del 18%, seguite dalle "Altre forme", i Consorzi e le Cooperative e, in misura più contenuta, dalle società di persone; le Ditte individuali, invece, sono le uniche imprese che hanno subito una contrazione (-0,5%). Questa tendenza dell'imprenditorialità femminile verso forme sempre più strutturate acquista ora una valenza ancor maggiore se si considera che si è realizzata nel pieno della crisi economica e finanziaria. Risultato che sembra indicare una crescente solidità organizzativa e patrimoniale che caratterizza almeno una parte dello sviluppo delle iniziative imprenditoriali condotte da donne.

Questa tendenza viene confermata anche dal punto di vista geografico (graf. 1.7), "spiegando" quali aree del paese abbiano inciso maggiormente nel determinare le dinamiche generali. Infatti, a fronte della crescita delle forme collettive d'impresa, con l'eccezione delle società di persone che sono rimaste invariate nell'Italia Centrale, la riduzione delle imprese individuali è avvenuta esclusivamente nel Sud del paese (Italia Meridionale -1,1% e Italia Insulare -2,5%). Tali risultati, oltre a confermare il maggior dinamismo delle imprese femminili al Centro-Nord, indicherebbero anche come nello stesso Meridione l'incremento del numero di imprese femminili non sarebbe più da considerare come una sorta di "ammortizzatore sociale" che assorbe manodopera disoccupata, ma sembra invece essere associato a un autentico processo di partecipazione economica che si evolve verso forme sempre più complesse e mature.

In conclusione, la fotografia che si ottiene da una prima analisi dei dati disponibili dà conto di una partecipazione femminile al mondo delle imprese in forte espansione, nonostante la difficile congiuntura economica che ha caratterizzato il periodo in esame. Non solo, ma si può affermare che è anche grazie alla crescita, alla maturazione dell'imprenditorialità delle donne che l'Italia ha potuto evitare un forte depauperamento delle iniziative economiche nel pieno della crisi.

Tale evoluzione ha interessato prevalentemente i settori dei servizi nelle regioni Nord-Occidentali e Centrali, in particolare attraverso forme più strutturate, contribuendo a riequilibrare i divari tra rami di attività, regioni e assetti giuridici. Le imprese femminili sembrano dunque aver reagito alla crisi con maggiore dinamismo rispetto alle imprese maschili, e potranno rappresentare perciò un importante fattore di sviluppo nel momento in cui si consolideranno i segnali di ripresa economica degli ultimi mesi.

Graf. 1.5 - Numero imprese femminili e maschili in Italia nel I semestre 2010

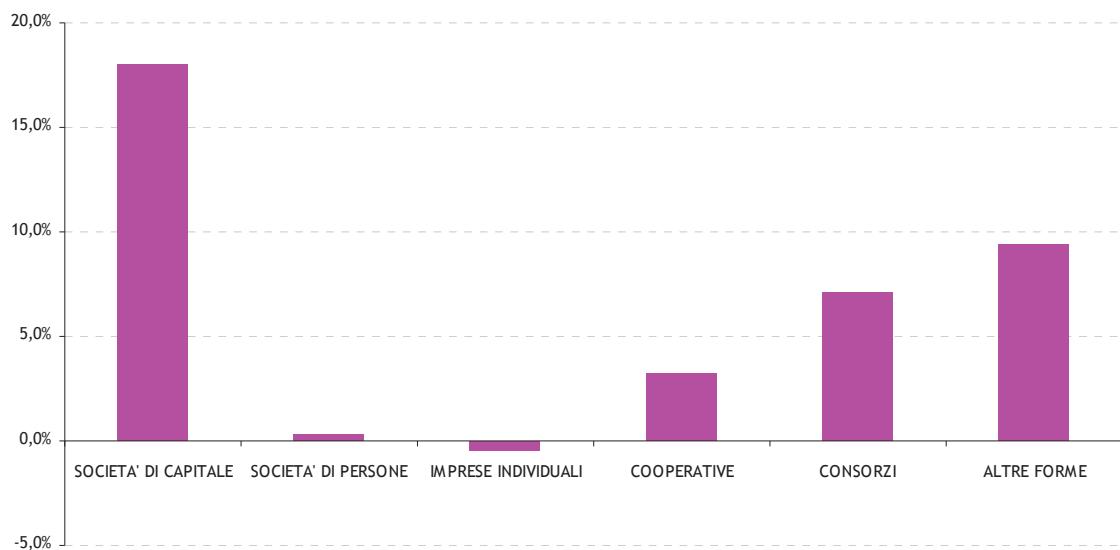
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Tab. 1.5 – Distribuzione delle imprese femminili per forma giuridica, per regione e ripartizione geografica nel I semestre 2010.

Regione e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	COOPERATIVE	CONSORZI	ALTRI FORME	TOTALE
Piemonte	8,5%	28,1%	62,1%	1,1%	0,1%	0,2%	100,0%
Valle D'Aosta	6,9%	29,7%	61,3%	1,6%	0,1%	0,3%	100,0%
Lombardia	20,1%	29,5%	48,5%	1,5%	0,1%	0,4%	100,0%
Liguria	9,8%	28,6%	60,2%	1,1%	0,2%	0,2%	100,0%
Trentino-Alto Adige	6,4%	32,0%	60,5%	0,8%	0,0%	0,3%	100,0%
Veneto	13,1%	28,9%	56,9%	0,9%	0,0%	0,2%	100,0%
Friuli-Venezia Giulia	11,0%	20,1%	67,7%	0,9%	0,0%	0,2%	100,0%
Emilia-Romagna	14,4%	23,4%	60,7%	1,2%	0,1%	0,2%	100,0%
Toscana	14,5%	25,5%	58,5%	1,2%	0,1%	0,2%	100,0%
Umbria	11,4%	24,1%	62,9%	1,4%	0,1%	0,1%	100,0%
Marche	11,8%	21,3%	65,3%	1,3%	0,1%	0,1%	100,0%
Lazio	26,3%	17,6%	52,6%	3,0%	0,1%	0,4%	100,0%
Campania	12,9%	24,9%	59,8%	2,0%	0,1%	0,3%	100,0%
Abruzzo	10,8%	18,3%	68,9%	1,7%	0,1%	0,2%	100,0%
Molise	7,3%	10,5%	80,2%	1,8%	0,1%	0,2%	100,0%
Puglia	11,6%	14,2%	71,0%	2,8%	0,1%	0,2%	100,0%
Basilicata	6,8%	9,7%	79,8%	3,4%	0,1%	0,3%	100,0%
Calabria	8,6%	15,5%	73,0%	2,5%	0,1%	0,3%	100,0%
Sicilia	10,4%	13,9%	70,3%	4,6%	0,1%	0,6%	100,0%
Sardegna	11,3%	20,4%	64,7%	3,2%	0,1%	0,2%	100,0%
Italia Nord-Occidentale	15,0%	28,9%	54,3%	1,3%	0,1%	0,3%	100,0%
Italia Nord-Orientale	12,8%	26,2%	59,8%	1,0%	0,1%	0,2%	100,0%
Italia Centrale	19,3%	21,2%	57,1%	2,1%	0,1%	0,3%	100,0%
Italia Meridionale	11,3%	19,0%	67,0%	2,3%	0,1%	0,3%	100,0%
Italia Insulare	10,7%	15,6%	68,8%	4,3%	0,1%	0,5%	100,0%
Italia	14,1%	22,8%	60,7%	2,0%	0,1%	0,3%	100,0%

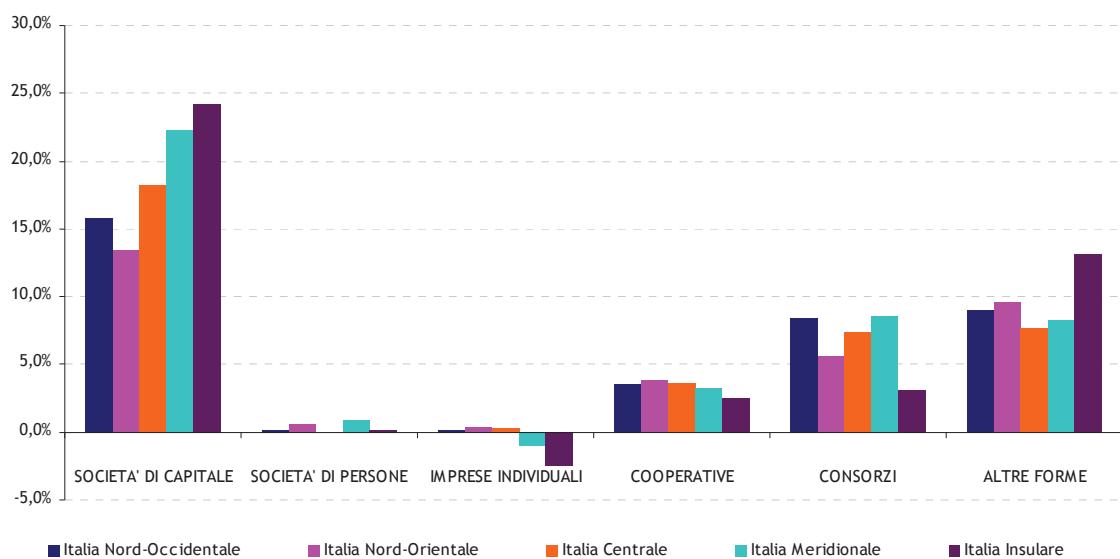
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Graf. 1.6 - Variazioni percentuali delle imprese femminili in Italia per forma giuridica tra il I semestre 2009 e il I semestre 2010



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Graf. 1.7 - Variazioni percentuali delle imprese femminili per ripartizione geografica e forma giuridica tra il I semestre 2009 ed il I semestre 2010



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

1.2 Le imprese dal 2003 al 2008

DINAMICHE EVOLUTIVE DELLE IMPRESE ITALIANE E CONTRIBUTO DELLE IMPRESE FEMMINILI

Le analisi disponibili sul sistema produttivo italiano forniscono un quadro descrittivo molto ricco: fattori di nascita e di sviluppo, dinamiche interne ai settori e tra i settori, distretti industriali/produttivi e grandi imprese, evoluzioni dimensionali, assetti proprietari e gruppi d'impresa, capacità di essere competitivi all'estero etc.

Sono tuttavia pochi i lavori che approfondiscono il fenomeno imprenditoriale in ottica di genere, ovvero di analisi delle imprese femminili dentro lo sviluppo imprenditoriale italiano, confrontate con quelle maschili per far emergere eventuali differenze, elementi comuni e/o di reciprocità, di dialettica tra i due generi. Il presente studio adotta tale approccio che, sulla base dei dati statistici elaborati a partire dalle informazioni disponibili dalle banche dati delle Camere di Commercio italiane - primi fra tutti quelli del registro Imprese - mira a comprendere quale sia la composizione e la dinamica del sistema imprenditoriale tra le due citate componenti.

A tale scopo è stato ricostruito il quadro strutturale in serie storica, tra il 2003 e il 2008, dell'evoluzione anagrafica dell'imprenditoria femminile. Le elaborazioni sono state condotte sulle imprese "registerate" al 31 dicembre di ogni anno e declinate per territorio (regione), settore di attività economica e forma giuridica, sia per le imprese femminili sia per le imprese maschili, con alcuni approfondimenti sulla specializzazione produttiva, la composizione (o scomposizione) delle dinamiche per forma giuridica, la nati-mortalità e l'"anzianità" delle imprese.

Si descrive inoltre, quale sia stata fino al 2006 la misura dell'occupazione generata rispettivamente dalle imprese femminili e dalle imprese maschili.

Impresa femminile

L'inserimento di un'impresa nel novero delle imprese femminili avviene attraverso l'adozione di uno schema di riferimento che ne determina l'attribuzione di genere. Per stabilire tale criterio si è preso spunto dalla legge 215/92 "Azioni positive per l'imprenditoria femminile" (art. 2) e dalla successiva Circolare n° 1151489 del 2002 (art. 1.2) emanata dal Ministero delle Attività Produttive. In base a queste determinazioni si attribuisce lo *status di impresa femminile* a quelle imprese la cui partecipazione femminile è superiore al 50%. Si è poi proceduto a gerarchizzare questa partecipazione individuando imprese con un tasso di partecipazione femminile superiore a tale percentuale, come evidenziato dalla seguente matrice:

Presenza femminile	Società di capitale	Società di persone e cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
Maggioritaria	<ul style="list-style-type: none"> - Se l'elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: > 50% del capitale sociale e > 50% "Amministratori"; - Se l'elenco dei soci NON è presente nel Registro Imprese: > 50% "Amministratori". 	> 50% "Soci"	--	> 50% "Amministratori"
Forte	<ul style="list-style-type: none"> - Se l'elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: >=2/3 del capitale sociale e >=2/3 "Amministratori"; - Se l'elenco dei soci NON è presente nel Registro Imprese: >=2/3 "Amministratori". 	>=60% "Soci"	--	>=60% "Amministratori"
Esclusiva	<ul style="list-style-type: none"> - Se l'elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: 100% del capitale sociale e 100% "Amministratori"; - Se l'elenco dei soci NON è presente nel Registro Imprese: 100% "Amministratori". 	100% "Soci"	Titolare	100% "Amministratori"

Le imprese femminili registrate alla data del 31 dicembre 2008 (tab. 1.6) erano complessivamente 1.429.267, pari al 23,4% del totale (6.104.067 imprese). Questo indice (tab. 1.7a), chiamato "tasso di femminilizzazione²", è cresciuto dal 2003 al 2008 di 1,2 punti percentuali e sintetizza come negli anni sia aumentata la presenza femminile.

Tab. 1.6 - Consistenza delle imprese registrate femminili, maschili e totali per regione e ripartizione geografica
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	Anno 2008			Anno 2003		
	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE
Piemonte	111.442	358.064	469.506	105.661	350.298	455.959
Valle D'Aosta	3.599	10.753	14.352	3.796	10.871	14.667
Lombardia	195.940	761.738	957.678	173.936	746.433	920.369
Liguria	41.663	124.875	166.538	40.634	122.336	162.970
Trentino-Alto Adige	22.352	87.765	110.117	21.614	86.235	107.849
Veneto	108.084	401.293	509.377	101.418	399.522	500.940
Friuli-Venezia Giulia	26.418	84.982	111.400	26.412	88.802	115.214
Emilia-Romagna	96.204	380.977	477.181	88.999	374.016	463.015
Toscana	97.366	317.882	415.248	90.752	312.268	403.020
Umbria	24.401	70.761	95.162	22.925	68.924	91.849
Marche	42.462	136.074	178.536	39.330	134.188	173.518
Lazio	140.509	444.192	584.701	117.035	421.624	538.659
Campania	149.650	396.584	546.234	136.492	386.363	522.855
Abruzzo	41.457	108.226	149.683	39.558	105.851	145.409
Molise	10.992	24.964	35.956	11.289	25.162	36.451
Puglia	94.260	296.093	390.353	89.097	297.661	386.758
Basilicata	17.536	44.870	62.406	17.643	45.204	62.847
Calabria	44.971	135.851	180.822	41.306	133.303	174.609
Sicilia	118.408	357.351	475.759	108.546	352.165	460.711
Sardegna	41.553	131.505	173.058	38.085	129.129	167.214
Italia Nord-Occidentale	352.644	1.255.430	1.608.074	324.027	1.229.938	1.553.965
Italia Nord-Orientale	253.058	955.017	1.208.075	238.443	948.575	1.187.018
Italia Centrale	304.738	968.909	1.273.647	270.042	937.004	1.207.046
Italia Meridionale	358.866	1.006.588	1.365.454	335.385	993.544	1.328.929
Italia Insulare	159.961	488.856	648.817	146.631	481.294	627.925
Italia	1.429.267	4.674.800	6.104.067	1.314.528	4.590.355	5.904.883

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

A livello di ripartizione geografica il più basso peso delle imprese femminili sul totale delle imprese si verifica nell'Italia Nord-Orientale (20,9%), mentre il valore più elevato si ha nell'Italia Meridionale con il 26,3%. La maggiore partecipazione femminile a livello imprenditoriale nel Sud Italia è, solo in parte spiegabile come l'occasione per le donne di esprimere la vocazione imprenditoriale, di realizzare i propri obiettivi professionali in un'area geografica nella quale ci sono minori opportunità da lavoro dipendente e dove il tasso di occupazione femminile è mediamente del 30%.

E' di differente intensità la presenza femminile nel tessuto produttivo. Le tre regioni (Fig. 1) dove la componente imprenditoriale femminile è più elevata si trovano nel meridione: il

² Il tasso di femminilizzazione è calcolato come rapporto del numero delle imprese femminili registrate sul totale delle imprese.

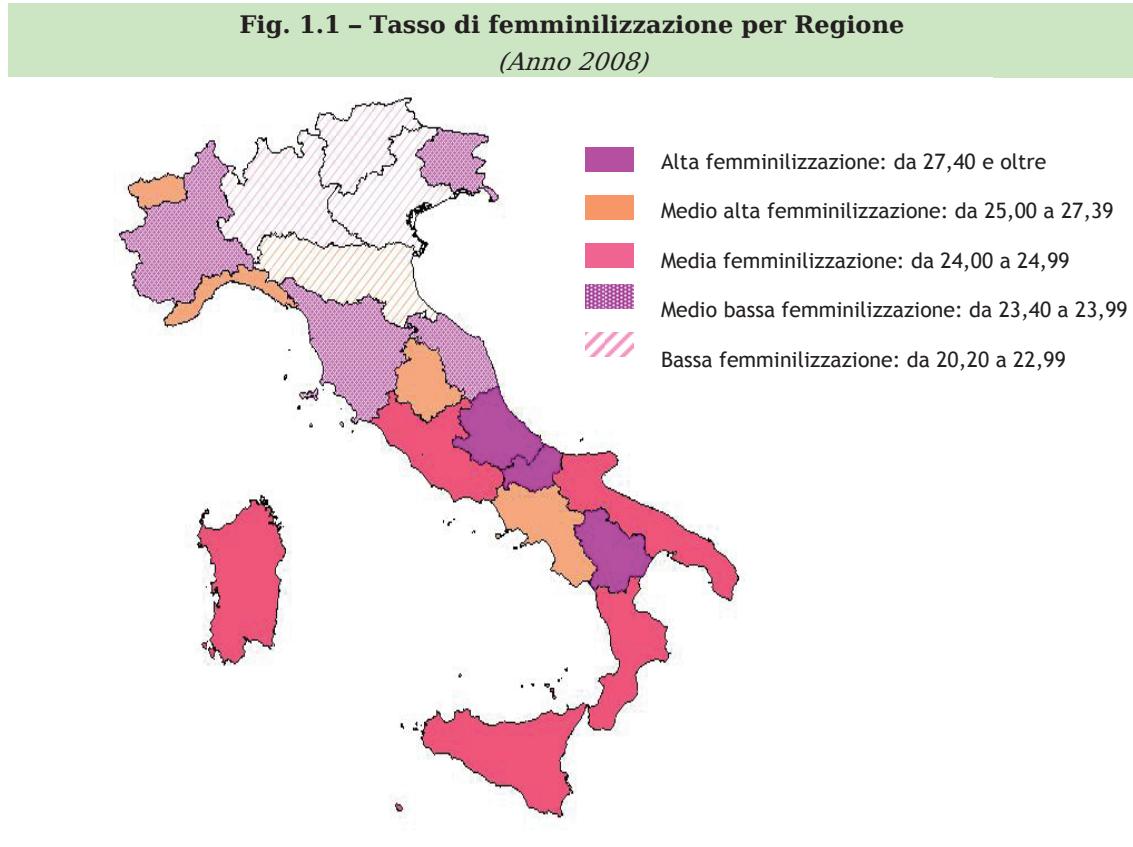
Molise (30,6%), la Basilicata (28,1%), e l'Abruzzo (27,7%). Mentre, le tre dove è più contenuta sono al nord: l'Emilia Romagna (20,2%), il Trentino Alto Adige (20,3%) e la Lombardia (20,5%).

Tab. 1.7a – Tasso di femminilizzazione e variazione per regione e ripartizione geografica
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	2008	2003	Variazione 2003-2008
Piemonte	23,7%	23,2%	0,6
Valle D'Aosta	25,1%	25,9%	-0,8
Lombardia	20,5%	18,9%	1,6
Liguria	25,0%	24,9%	0,1
Trentino-Alto Adige	20,3%	20,0%	0,3
Veneto	21,2%	20,2%	1,0
Friuli-Venezia Giulia	23,7%	22,9%	0,8
Emilia-Romagna	20,2%	19,2%	0,9
Toscana	23,4%	22,5%	0,9
Umbria	25,6%	25,0%	0,7
Marche	23,8%	22,7%	1,1
Lazio	24,0%	21,7%	2,3
Campania	27,4%	26,1%	1,3
Abruzzo	27,7%	27,2%	0,5
Molise	30,6%	31,0%	-0,4
Puglia	24,1%	23,0%	1,1
Basilicata	28,1%	28,1%	0,0
Calabria	24,9%	23,7%	1,2
Sicilia	24,9%	23,6%	1,3
Sardegna	24,0%	22,8%	1,2
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	21,9%	20,9%	1,1
<i>Italia Nord-Orientale</i>	20,9%	20,1%	0,9
<i>Italia Centrale</i>	23,9%	22,4%	1,6
<i>Italia Meridionale</i>	26,3%	25,2%	1,0
<i>Italia Insulare</i>	24,7%	23,4%	1,3
Italia	23,4%	22,3%	1,2

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Nell'arco temporale 2008-2003 le variazioni del tasso di femminilizzazione sono positive in tutte le ripartizioni geografiche e regioni ad eccezione del Molise (-0,4%) e della Valle d'Aosta (-0,8%). Va segnalato come proprio le regioni nelle quali il tasso è più alto si siano verificate variazioni negative o molto contenute, mentre le regioni a bassa femminilizzazione, come il Lazio e la Lombardia, registrano gli incrementi più positivi (rispettivamente del 2,3% e dell'1,6%). Risultati questi, che sono il frutto anche della combinazione tra le dinamiche avvenute nei settori di attività economica e nelle forme giuridiche, come illustrato più avanti.



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Questi dati aprono uno spazio di riflessione per capire se un contesto caratterizzato da un elevato numero di imprese, possa essere condizione migliorativa o peggiorativa della presenza femminile, cioè se, assumendo come indicatore sintetico dell'humus imprenditoriale di un territorio il numero totale di imprese, vi sia una sorta di "effetto contaminazione" nel genere femminile o la diffusione di imprese femminili prescinda da questo elemento e sia la conseguenza di altri fattori.

Per proseguire nella riflessione forse può essere utile confrontare la distribuzione delle imprese totali e di quelle femminili a livello regionale e comparare queste con il tasso di femminilizzazione. I dati non sembrano fornire indicazioni univoche (tab. 1.7.b), visto che la presenza di imprese femminili è più elevata solo in alcuni dei contesti dove il numero di imprese totali è più contenuto come in Molise e Basilicata.

Tab. 1.7.b – Imprese registrate femminili, maschili e totali in valore percentuale per regione e ripartizione geografica
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE	TASSO FEMMINILIZZAZIONE
Piemonte	7,8%	7,7%	7,7%	23,7%
Valle D'Aosta	0,3%	0,2%	0,2%	25,1%
Lombardia	13,7%	16,3%	15,7%	20,5%
Liguria	2,9%	2,7%	2,7%	25,0%
Trentino-Alto Adige	1,6%	1,9%	1,8%	20,3%
Veneto	7,6%	8,6%	8,3%	21,2%
Friuli-Venezia Giulia	1,8%	1,8%	1,8%	23,7%
Emilia-Romagna	6,7%	8,1%	7,8%	20,2%
Toscana	6,8%	6,8%	6,8%	23,4%
Umbria	1,7%	1,5%	1,6%	25,6%
Marche	3,0%	2,9%	2,9%	23,8%
Lazio	9,8%	9,5%	9,6%	24,0%
Campania	10,5%	8,5%	8,9%	27,4%
Abruzzo	2,9%	2,3%	2,5%	27,7%
Molise	0,8%	0,5%	0,6%	30,6%
Puglia	6,6%	6,3%	6,4%	24,1%
Basilicata	1,2%	1,0%	1,0%	28,1%
Calabria	3,1%	2,9%	3,0%	24,9%
Sicilia	8,3%	7,6%	7,8%	24,9%
Sardegna	2,9%	2,8%	2,8%	24,0%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	24,7%	26,9%	26,3%	21,9%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	17,7%	20,4%	19,8%	20,9%
<i>Italia Centrale</i>	21,3%	20,7%	20,9%	23,9%
<i>Italia Meridionale</i>	25,1%	21,5%	22,4%	26,3%
<i>Italia Insulare</i>	11,2%	10,5%	10,6%	24,7%
Italia	100,0%	100,0%	100,0%	23,4%

Fonte: *Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere*

Tab. 1.7.c – Imprese registrate femminili, maschili e totali in valore assoluto per regione e ripartizione geografica
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE
Piemonte	111.442	358.064	469.506
Valle D'Aosta	3.599	10.753	14.352
Lombardia	195.940	761.738	957.678
Liguria	41.663	124.875	166.538
Trentino-Alto Adige	22.352	87.765	110.117
Veneto	108.084	401.293	509.377
Friuli-Venezia Giulia	26.418	84.982	111.400
Emilia-Romagna	96.204	380.977	477.181
Toscana	97.366	317.882	415.248
Umbria	24.401	70.761	95.162
Marche	42.462	136.074	178.536
Lazio	140.509	444.192	584.701
Campania	149.650	396.584	546.234
Abruzzo	41.457	108.226	149.683
Molise	10.992	24.964	35.956
Puglia	94.260	296.093	390.353
Basilicata	17.536	44.870	62.406
Calabria	44.971	135.851	180.822
Sicilia	118.408	357.351	475.759
Sardegna	41.553	131.505	173.058
Italia Nord-Occidentale	352.644	1.255.430	1.608.074
Italia Nord-Orientale	253.058	955.017	1.208.075
Italia Centrale	304.738	968.909	1.273.647
Italia Meridionale	358.866	1.006.588	1.365.454
Italia Insulare	159.961	488.856	648.817
Italia	1.429.267	4.674.800	6.104.067

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

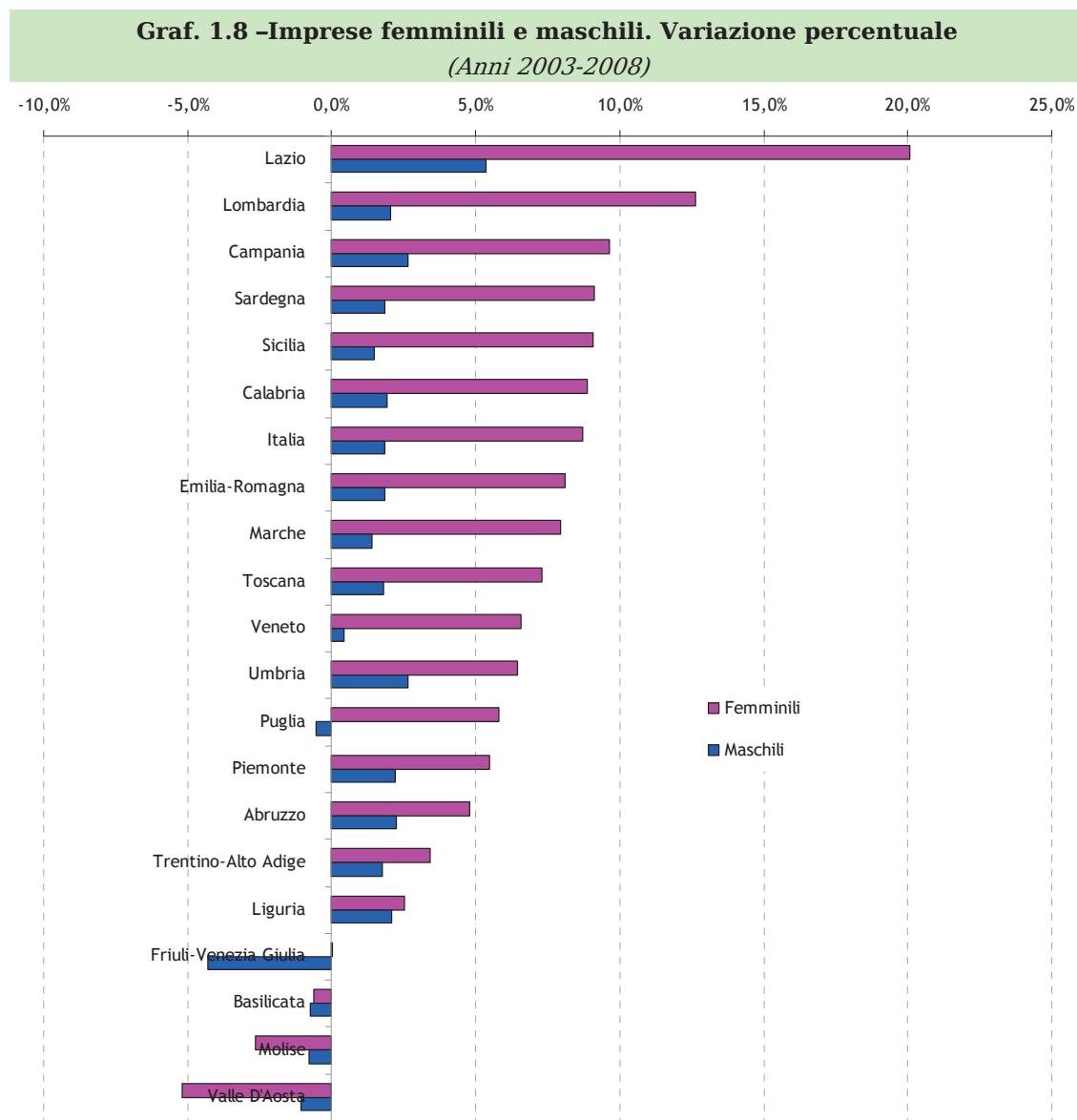
Sembra, quindi, che non vi sia una relazione sempre diretta con la numerosità totale delle imprese e che, invece, vi siano altri fattori di contesto ad influenzare maggiormente la presenza femminile e tra questi possono essere rilevanti le dinamiche del mercato del lavoro locale, come la disponibilità di lavoro dipendente.

Queste affermazioni troverebbero riscontro, ad esempio, nei dati dell'Italia Nord-Orientale, dove il tasso di femminilizzazione è il più basso d'Italia ed è noto sia anche una area con i tassi di occupazione dipendente tra i più alti del paese.

In quale misura tutti i fattori abbiano inciso a livello locale si evince dalle variazioni della numerosità delle imprese dal 2003 al 2008 (graf.1.8). Appare evidente che le imprese femminili hanno avuto una dinamica nettamente migliore delle maschili in tutte le regioni, ad eccezione del Molise e della Valle d'Aosta, coerentemente a quanto detto a proposito del tasso di femminilizzazione. In sei regioni la dinamica è stata superiore alla media italiana e tra queste vi sono le due regioni a maggiore concentrazione di imprese totali: in Lazio e

Lombardia si trova quasi un quarto del totale delle imprese del paese e sono quelle che hanno avuto anche i più elevati tassi di crescita delle femminili, rispettivamente 20,1% e 12,7%.

Questi territori sono quelli a maggiore concentrazione di imprese in valore assoluto e in termini di variazione dal 2003 al 2008, dove però il tasso di femminilizzazione non è tra i più alti, a conferma della non diretta correlazione tra concentrazione imprenditoriale e presenza di imprese femminili.



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

La dinamica dal 2003 al 2008 - in termini di variazione di stock - evidenzia il contributo delle componenti di genere alla variazione del totale delle imprese nello stesso periodo. Infatti, si nota (tab. 1.8) che la crescita totale delle imprese nel periodo considerato (+3,4%) è dovuta soprattutto alla componente femminile (+8,8%) rispetto alla maschile (+1,8%). E il contributo femminile alla crescita (pari al 57,6% nazionale) raggiunge il picco nell'Italia Nord-Orientale (69,4%) che è l'area del paese a minor tasso di femminilizzazione e, all'opposto, tocca il minimo nell'Italia centrale con il 52,1%.

Tab. 1.8 – Variazioni delle imprese registrate e incidenza della variazione delle imprese femminili sulle variazioni del totale delle imprese
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	IMPRESE FEMMINILI Var. %	IMPRESE MASCHILI Var. %	TOTALE IMPRESE Var. %	(1) Incidenza variazione delle imprese femminili su variazioni totale imprese %
Piemonte	5,5%	2,2%	3,0%	42,7%
Valle D'Aosta	-5,2%	-1,1%	-2,1%	-62,5%
Lombardia	12,7%	2,1%	4,1%	59,0%
Liguria	2,5%	2,1%	2,2%	28,8%
Trentino-Alto Adige	3,4%	1,8%	2,1%	32,5%
Veneto	6,6%	0,4%	1,7%	79,0%
Friuli-Venezia Giulia	0,0%	-4,3%	-3,3%	0,2%
Emilia-Romagna	8,1%	1,9%	3,1%	50,9%
Toscana	7,3%	1,8%	3,0%	54,1%
Umbria	6,4%	2,7%	3,6%	44,6%
Marche	8,0%	1,4%	2,9%	62,4%
Lazio	20,1%	5,4%	8,5%	51,0%
Campania	9,6%	2,6%	4,5%	56,3%
Abruzzo	4,8%	2,2%	2,9%	44,4%
Molise	-2,6%	-0,8%	-1,4%	-60,0%
Puglia	5,8%	-0,5%	0,9%	143,6%
Basilicata	-0,6%	-0,7%	-0,7%	-24,3%
Calabria	8,9%	1,9%	3,6%	59,0%
Sicilia	9,1%	1,5%	3,3%	65,5%
Sardegna	9,1%	1,8%	3,5%	59,3%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	8,8%	2,1%	3,5%	52,9%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	6,1%	0,7%	1,8%	69,4%
<i>Italia Centrale</i>	12,8%	3,4%	5,5%	52,1%
<i>Italia Meridionale</i>	7,0%	1,3%	2,7%	64,3%
<i>Italia Insulare</i>	9,1%	1,6%	3,3%	63,8%
Italia	8,7%	1,8%	3,4%	57,6%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

(1): questo indice è calcolato come rapporto tra la variazione assoluta del numero delle imprese femminili e la variazione assoluta del numero di imprese totali; i risultati, quindi, sono diversi dalla differenza tra i tassi di variazione

Più in dettaglio, a livello regionale, si nota subito che in 13 regioni su 20 l'incidenza delle imprese femminili sulla variazione totale è superiore al 50%.

Le sette regioni ove è inferiore al 50% sono: Piemonte, Liguria, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Abruzzo e Basilicata.

Il contributo è quasi sempre stato positivo e tale, in alcuni casi, da rallentare e più che compensare la variazione negativa delle maschili - come in Puglia (totali +0,9%, femminili +5,8% contro le maschili -0,5%) o come in Friuli Venezia Giulia (totali -3,3%, femminili +0,0% contro le maschili -4,3%). Ha accentuato, invece, la dinamica negativa in Valle d'Aosta (-2,1%), Molise (-1,4%) e Basilicata (-0,7%); va tenuto presente che in queste regioni è particolarmente importante la presenza delle imprese individuali che, come illustrato più avanti, ha inciso sulla situazione appena evidenziata.

Questo quadro generale è fonte di stimolo ad approfondire alcuni aspetti "strutturali" dell'imprenditorialità in ottica di genere, perché pone alcuni quesiti di fondo: c'è stato un "momento storico" dal quale si può sostenere che sia "esplosa" la crescita delle imprese femminili? Le imprese femminili sono presenti in tutti i settori in modo uniforme o "preferiscono" operare di più in alcuni? È vero per le imprese femminili il paradigma del "piccolo è bello" e quale forma giuridica preferiscono? Se le imprese femminili crescono più delle altre allora questo si riflette anche sui tassi di nati-mortalità?

A questi interrogativi i successivi capitoli cercano di dare una risposta.

1.2.1 L'età delle imprese

RADICI ED EREDITÀ DELLE IMPRESE IN GENERE

La storia dell'imprenditorialità italiana ha subito, al pari di quella degli altri paesi avanzati, profonde trasformazioni nel tempo, conseguenza delle fasi di sviluppo delle economie passate dal prevalentemente agricolo e artigianale, all'industrializzazione alla terziarizzazione.

Nella letteratura economica³, questa evoluzione viene suddivisa temporalmente in ragione di grandi eventi storici: fino alla prima guerra mondiale, dal periodo fascista alla fine della seconda guerra mondiale, dopo la seconda guerra mondiale e fino al boom economico degli anni '60 e così via fino ai nostri giorni.

In questo quadro, con riferimento alle date di costituzione, si presenta la suddivisione delle imprese in intervalli temporali di 10 anni a partire dal 1940⁴, allo scopo di individuare quale sia l'eredità imprenditoriale in ottica di genere⁵.

Tab. 1.9a – Imprese registrate femminili e maschili per classe di anno di iscrizione e tasso di femminilizzazione
(Anno 2008)

CLASSE DI ANNO DI ISCRIZIONE	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TASSO FEMMINILIZZAZIONE
	Val. Ass.	%	Val. Ass.	%	
Antecedente al 1940	1.092	0,1%	6.978	0,1%	13,5%
Dal 1940 al 1949	1.661	0,1%	9.515	0,2%	14,9%
Dal 1950 al 1959	5.757	0,4%	32.613	0,7%	15,0%
Dal 1960 al 1969	17.850	1,2%	89.171	1,9%	16,7%
Dal 1970 al 1979	58.098	4,1%	270.057	5,8%	17,7%
Dal 1980 al 1989	184.704	12,9%	700.806	15,0%	20,9%
Dal 1990 al 1999	453.368	31,7%	1.456.921	31,2%	23,7%
Dal 2000 al 2008	706.525	49,4%	2.107.361	45,1%	25,1%
Totale	1.429.267	100,0%	4.674.800	100,0%	23,4%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

³ Un'attenta e utile analisi è quella presentata nel volume "L'impresa italiana nel novecento", a cura di R. Riannetti e M. Vasta, Il Mulino, Bologna, 2003; mentre sul capitalismo familiare e le radici dell'industrializzazione vedere I. Cipolletta, "Capitalismo familiare e piccola impresa", in *Economia Italiana* n.2/2004.

⁴ Gli anni precedenti sono accorpati in un'unica classe.

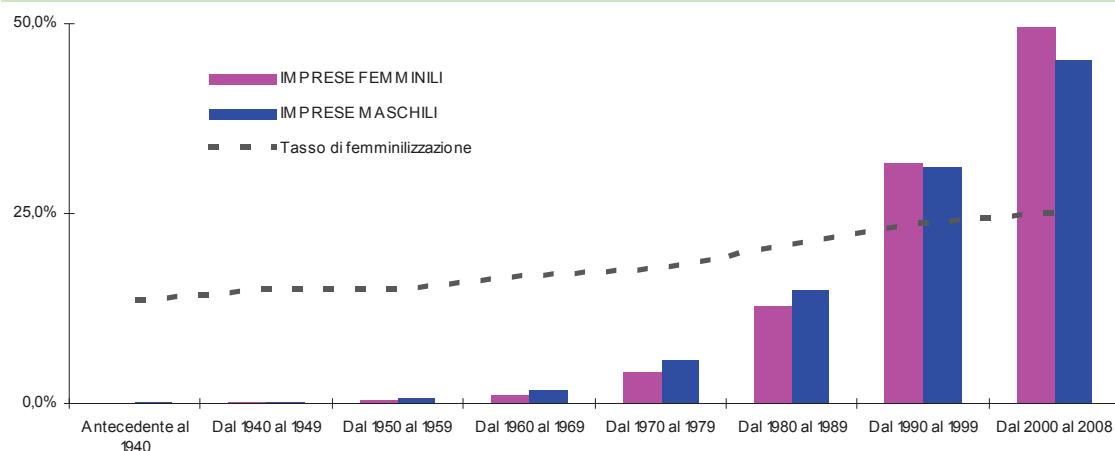
⁵ I dati si riferiscono alle informazioni disponibili alla data del 31 dicembre 2008, ma non consentono di stabilire se dalla data di creazione e per tutto il successivo periodo queste imprese abbiano sempre mantenuto lo *status* di femminili.

La distribuzione per classi di età (tab. 1.9a e 1.9b) dimostra che⁶ la maggior parte delle imprese al 31 dicembre 2008 ha meno di 20 anni, visto che tra il 1990 e il 2008 si concentrano 4.724.175 imprese pari al 77,4% delle attualmente esistenti, di cui 1.159.893 femminili (pari all'81,1% del totale dello stesso genere) e 3.564.282 maschili (pari al 76,2% del totale dello stesso genere).

Osservata in ottica di genere (graf. 1.9), questa distribuzione fornisce almeno due informazioni:

- Il tasso di femminilizzazione per classe di anno di costituzione;
- le differenti distribuzioni tra imprese femminili e maschili.

Graf. 1.9 – Imprese registrate femminili e maschili per classe di anno di iscrizione e tasso di femminilizzazione
(Anno 2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

La presenza femminile al 31 dicembre 2008 del 23,4% è influenzata soprattutto dalle imprese più giovani, ovvero quelle create tra il 2000 e il 2008: queste pesano sul totale delle imprese femminili esistenti a fine periodo per il 49,4% e con riferimento all'ultima classe di età, evidenziano un tasso di femminilizzazione di questo insieme che raggiunge il 25,1%.

A fronte di una distribuzione delle imprese via via crescente all'avanzare delle classi di età, si rileva, dunque, il corrispondente aumento del tasso di femminilizzazione.

Confrontando le dinamiche relative degli stock di imprese maschili e femminili, si nota poi è a partire dalla classe 1990-1999 che queste ultime operano il sorpasso e crescono più delle

⁶ In questa analisi non si tratta il tema della sopravvivenza. L'analisi condotta per anni di iscrizione al registro imprese consente di "raggruppare" le imprese per intervalli di 10 anni a partire dal 1940 in poi. In questo modo è possibile ottenere la distribuzione delle "classi di iscrizione" distinte per le imprese femminili e per quelle maschili.

maschili, invertendo la tendenza fino ad allora registrata (il 31,7% delle imprese femminili contro il 31,2% delle imprese maschili; il 49,4% e il 45,1%, rispettivamente, in quella successiva 2000-2008).

Appare evidente, quindi, che la presenza femminile nel sistema imprenditoriale abbia trovato più spazi in epoca relativamente recente, a partire dal decennio 1990-1999, probabilmente grazie al superamento di quegli ostacoli anche culturali che possono aver ritardato il passaggio del testimone alle donne.

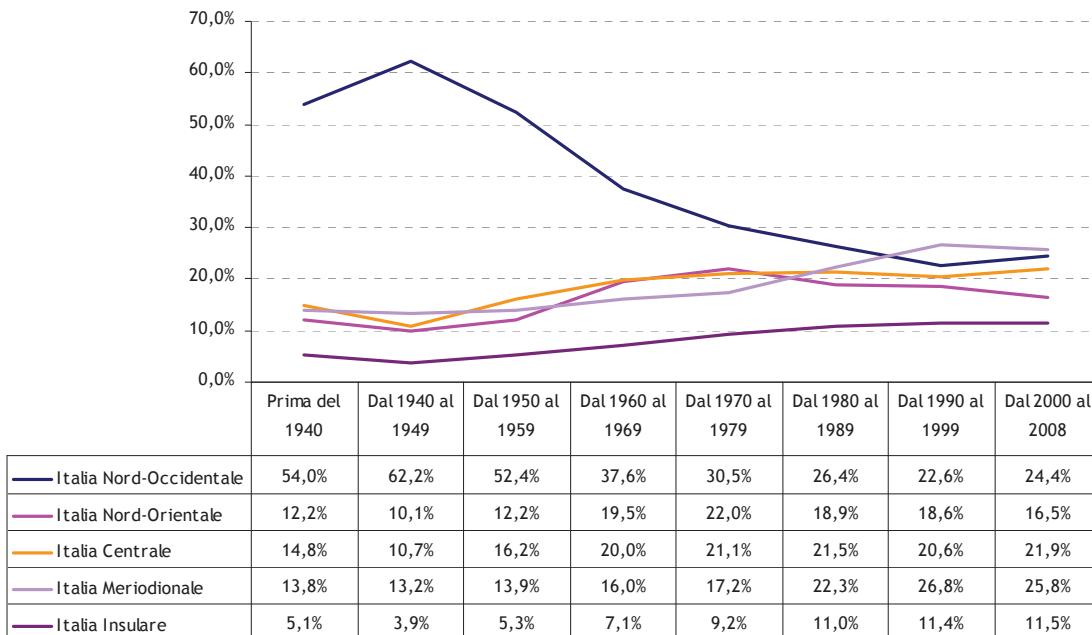
Una riflessione ulteriore va fatta proprio sulle imprese meno recenti, perché implica un fenomeno molto importante e cioè quello del passaggio generazionale d'impresa verso il genere femminile che può contribuire al consolidamento del tessuto imprenditoriale italiano. Ulteriori elementi emergono dall'osservazione dei dati per macroripartizioni geografiche e per forma giuridica, consentendo di focalizzare l'attenzione su eventuali dinamiche spazio-temporali e sulle formule organizzative adottate nel tempo.

Innanzitutto, si può dire che le imprese femminili attuali hanno "seguito" fino ad un certo punto le dinamiche più generali della localizzazione delle imprese italiane, per poi tracciare proprie traiettorie di sviluppo (graf. 1.10). Quelle create nei decenni fino al 1979 si trovano prevalentemente nell'Italia Nord-Occidentale, che è stato baricentro della industrializzazione italiana (si pensi alla forte localizzazione nel Piemonte durante il periodo di sviluppo industriale e della ricostruzione del dopoguerra, sostenuta da una specifica politica industriale fino alla fine degli anni '70); quelle create nei decenni tra il 1980 e il 2008 sono prevalentemente localizzate in aree connotate da condizioni di non elevato sviluppo, il Mezzogiorno, molto probabilmente proprio come soluzione alternativa alla carenza di lavoro dipendente già evidenziata in precedenza⁷.

⁷ Sulla evoluzione della politica industriale nel dopoguerra si veda "Politica economica e strategie aziendali", N. Acocella, Carocci Editore, Roma, 1999

⁸ È bene precisare che la condizione del mercato del lavoro del Mezzogiorno era critica anche in epoche precedenti, ma si può ipotizzare che sia la bassa partecipazione attiva delle donne al mercato del lavoro sia la presenza delle grandi imprese pubbliche in quelle aree avevano attenuato o reso meno evidente la situazione.

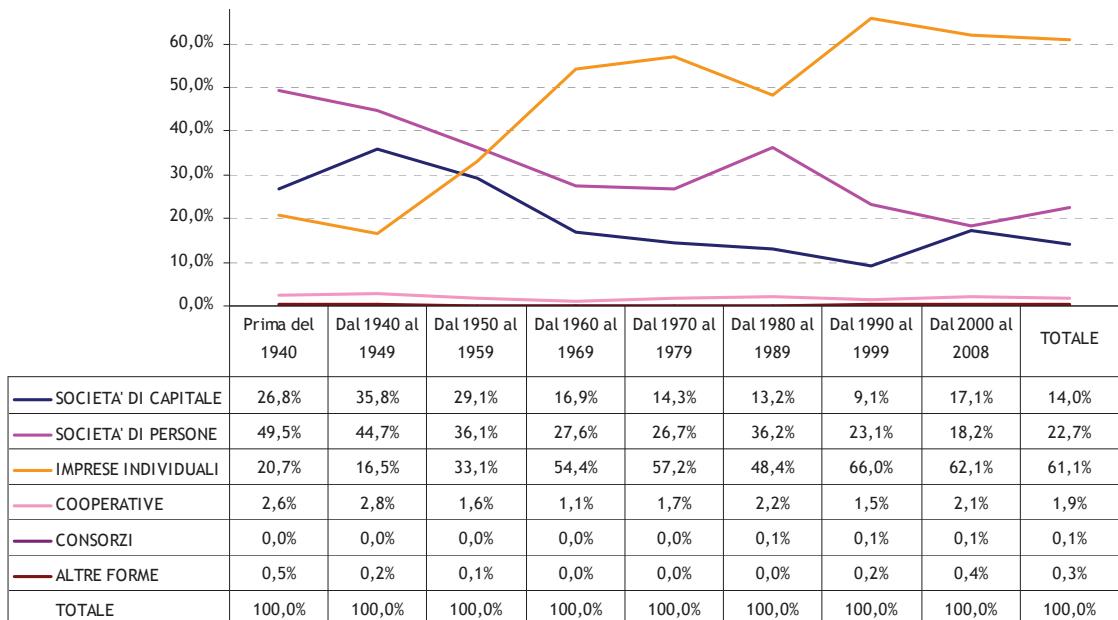
**Graf. 1.10 – Imprese femminili registrate per classe di iscrizione al Registro Imprese e per ripartizione geografica.
(Anno 2008)**



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell’Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Dal lato della forma giuridica (graf. 1.11), è interessante la composizione in base all’anzianità delle imprese. Infatti, se complessivamente le “imprese individuali” costituiscono il 61,1% del totale delle imprese femminili, questa situazione è dovuta con ogni probabilità al crescere del numero di donne che hanno fatto impresa in tempi più recenti, visto che quelle “storiche” (nate fino al decennio 1950 - 1959) hanno preferito le forme societarie, in primo luogo società di persone e in secondo luogo società di capitale. A sostegno di questa ipotesi va la crescente preferenza delle donne ad adottare forme più struttura d’impresa, come meglio illustrato in seguito.

Graf. 1.11 – Forme giuridiche per anno di iscrizione delle imprese femminili registrate
(Anno 2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Tab. 1.9.b – Anno di iscrizione delle imprese femminili registrate per forma giuridica
(Anno 2008)

NATURA GIURIDICA	Prima del 1940	Dal 1940 al 1949	Dal 1950 al 1959	Dal 1960 al 1969	Dal 1970 al 1979	Dal 1980 al 1989	Dal 1990 al 1999	Dal 2000 al 2008	TOTALE
SOCIETA' DI CAPITALE	293	595	1.674	3.021	8.320	24.332	41.281	121.099	200.638
SOCIETA' DI PERSONE	540	742	2.080	4.927	15.512	66.802	104.763	128.464	323.862
IMPRESE INDIVIDUALI	226	274	1.904	9.702	33.230	89.325	299.348	438.803	872.969
COOPERATIVE	28	46	94	192	996	4.075	6.831	14.961	27.223
CONSORZI	-	-	2	3	17	103	244	624	993
ALTRI FORME	5	4	3	5	23	67	901	2.574	3.582
TOTALE	1.092	1.661	5.757	17.850	58.098	184.704	453.368	706.525	1.429.267

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In termini generali queste analisi forniscono una prima risposta ai quesiti di fondo posti nel capitolo precedente. Va doverosamente aggiunto che il quadro presentato risente evidentemente delle interazioni continue tra imprese e società civile e degli assetti sociali che nel tempo si sono verificati e che hanno inciso, ovviamente, anche dei differenti contesti istituzionali nei quali le imprese si sono sviluppate, soprattutto in termini di politiche industriali.

1.2.2 Le imprese per settore di appartenenza

STRUTTURA IMPRENDITORIALE PER ATTIVITÀ ECONOMICA

Rispetto alle consistenze e alle dinamiche generali illustrate in precedenza è utile approfondire come si distribuiscono le imprese per settore di attività economica e quale sia la relativa presenza femminile. La classificazione utilizzata per le analisi è l'ATECO 2002, cioè quella presente negli archivi delle Camere di Commercio per l'arco temporale preso in esame (dal 2003 al 2008).

A livello complessivo la composizione settoriale del tessuto imprenditoriale italiano al 31 dicembre 2008 risultava così distribuito: le consistenze maggiori (pari al 55% del totale delle imprese) si hanno nel “commercio” (1.579.871 imprese, il 25,9% del totale), seguito dall’”agricoltura” (901.059 imprese, il 14,8% del totale) e dalle “costruzioni” (877.892 imprese, il 14,4% del totale). E questo ordine ha subito una leggera variazione, rispetto al 2003, solo nei primi 3 settori, visto che le “attività manifatturiere” sono state scavalcate proprio dalle “costruzioni” (tab. 1.10a e 1.10b).

Tab. 1.10.a – Imprese registrate per settore di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002
(Anni 2003-2008)

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	Anno 2008			Anno 2003		
	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	263.041	638.018	901.059	281.148	705.833	986.981
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	1.581	10.675	12.256	1.415	10.770	12.185
C Estrazione di minerali	585	4756	5.341	530	5.454	5.984
D Attivita' manifatturiere	143.993	585.451	729.444	138.336	616.003	754.339
E Prod.e distrib.energ.,elettr.,gas e acqua	419	4162	4.581	196	3.090	3.286
F Costruzioni	58.302	819.590	877.892	39.433	702.144	741.577
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	423.000	1.156.871	1.579.871	403.441	1.159.821	1.563.262
H Alberghi e ristoranti	102.733	213.344	316.077	88.936	188.621	277.557
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	26.741	181.297	208.038	20.381	187.740	208.121
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	26.575	89.687	116.262	22.756	86.414	109.170
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	165.331	520.333	685.664	122.205	436.416	558.621
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	30	159	189	102	588	690
M Istruzione	6.939	14.927	21.866	5.761	12.446	18.207
N Sanita' e altri servizi sociali	12.269	18.087	30.356	8.390	15.501	23.891
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	118.991	138.528	257.519	106.892	127.919	234.811
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	3	12	15	39	76	115
X Imprese non classificate	78.734	278.903	357.637	74.567	331.519	406.086
TOTALE	1.429.267	4.674.800	6.104.067	1.314.528	4.590.355	5.904.883

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Ragionando per genere si può capire quanto ciascuna componente abbia contribuito a determinare il quadro generale appena descritto. Innanzitutto, va detto che ad eccezione del “commercio”, che resta il primo settore anche per le imprese femminili (423.000 nel 2008, il

29,6% del totale del genere) e per le maschili (1.156.871 nel 2008, il 24,7% del totale del genere), queste ultime risultano più numerose in tutti i settori, mentre per trovare una presenza rilevante di imprese femminili che attenua le differenze in valore assoluto, occorre guardare ad alcuni settori del terziario: è il caso della "Sanità e altri servizi sociali" e degli "Altri servizi pubblici, sociali e personali".

Invece, va segnalato come tra le imprese femminili le "attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca" con 165.631 unità nel 2008 superano le "attività manifatturiere" (143.993 unità) e come quelle degli "altri servizi pubblici, sociali e personali" per le femminili (118.991 unità) è al quinto posto, mentre per le maschili (138.528 unità) è all'ottavo.

Tab. 1.10.b – Primi 11 settori secondo la classificazione ATECO 2002 per numerosità delle imprese registrate femminili e maschili

(Anni 2003-2008)

Anno 2008		Anno 2003	
SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IMPRESE FEMMINILI	SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IMPRESE FEMMINILI
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	423.000	G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	403.441
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	263.041	A Agricoltura, caccia e silvicoltura	281.148
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	165.331	D Attivita' manifatturiere	138.336
D Attivita' manifatturiere	143.993	K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	122.205
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	118.991	O Altri servizi pubblici,sociali e personali	106.892
H Alberghi e ristoranti	102.733	H Alberghi e ristoranti	88.936
F Costruzioni	58.302	F Costruzioni	39.433
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	26.741	J Intermediaz.monetaria e finanziaria	22.756
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	26.575	I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	20.381
N Sanita' e altri servizi sociali	12.269	N Sanita' e altri servizi sociali	8.390
M Istruzione	6.939	M Istruzione	5.761

Anno 2008		Anno 2003	
SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IMPRESE MASCHILI	SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IMPRESE MASCHILI
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	1.156.871	G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	1.159.821
F Costruzioni	819.590	A Agricoltura, caccia e silvicoltura	705.833
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	638.018	F Costruzioni	702.144
D Attivita' manifatturiere	585.451	D Attivita' manifatturiere	616.003
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	520.333	K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	436.416
H Alberghi e ristoranti	213.344	H Alberghi e ristoranti	188.621
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	181.297	I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	187.740
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	138.528	O Altri servizi pubblici,sociali e personali	127.919
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	89.687	J Intermediaz.monetaria e finanziaria	86.414
N Sanita' e altri servizi sociali	18.087	N Sanita' e altri servizi sociali	15.501
M Istruzione	14.927	M Istruzione	12.446

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In secondo luogo, è la componente femminile (263.041 unità) a rendere nel 2008 l'"agricoltura" il secondo settore per numerosità e, viceversa, è la componente maschile (819.590) a portare le "costruzioni" ad essere il terzo.

Infine, per entrambi i generi di impresa la numerosità diminuisce progressivamente con lo stesso ordine a partire dalla "intermediazione monetaria e finanziaria" (26.575 le femminili e 89.687 le maschili) fino ai "servizi domestici presso le famiglie e i conviventi" (3 le femminili e 12 le maschili).

Va precisato che le imprese “non classificate”⁹ (78.734 le femminili e 278.903 le maschili) sono quelle di nuova creazione e in attesa dell’assegnazione del codice ATECO che identifica statisticamente l’attività economica. Pertanto, solo dopo questa assegnazione entreranno nel computo delle consistenze per settore.

Per comprendere più in dettaglio il contributo femminile per settore¹⁰, si può ricorrere al tasso di femminilizzazione (tab. 1.11). Nel 2008, il settore nel quale è maggiore la presenza di imprese femminili è quello degli “altri servizi pubblici, sociali e personali” (46,2%), a seguire “sanità e altri servizi sociali” (40,4%), “alberghi e ristoranti” (32,5%) e “istruzione” (31,7%), prima di incontrare l’”agricoltura, caccia e silvicoltura” (29,2%).

In termini di variazione tra il 2003 e il 2008, sono da sottolineare la significativa crescita del tasso di femminilizzazione nel settore “sanità e altri servizi sociali” (+ 5,3%) - come ad esempio i servizi sanitari e i servizi veterinari - e all'estremo opposto la sostanziale stabilità dell’“istruzione” (+0,1). Ciò conferma quanto in parte già emerso sul maggiore contributo che le imprese femminili sembrano dare alla terziarizzazione del tessuto imprenditoriale italiano; dato che va analizzato in relazione allo sviluppo del terziario che negli ultimi anni ha interessato il nostro paese e che sembra trovare nelle donne un soggetto dinamico ed innovativo¹¹.

**Tab. 1.11 – Tasso di femminilizzazione per settore di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002
(Anni 2003-2008)**

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	2008	2003	Variazione 2003-2008
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	29,2%	28,5%	0,7%
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	12,9%	11,6%	1,3%
C Estrazione di minerali	11,0%	8,9%	2,1%
D Attivita' manifatturiere	19,7%	18,3%	1,4%
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	9,1%	6,0%	3,2%
F Costruzioni	6,6%	5,3%	1,3%
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	26,8%	25,8%	1,0%
H Alberghi e ristoranti	32,5%	32,0%	0,5%
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	12,9%	9,8%	3,1%
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	22,9%	20,8%	2,0%
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	24,1%	21,9%	2,2%
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	15,9%	14,8%	1,1%
M Istruzione	31,7%	31,6%	0,1%
N Sanita' e altri servizi sociali	40,4%	35,1%	5,3%
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	46,2%	45,5%	0,7%
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	20,0%	33,9%	-13,9%
X Imprese non classificate	22,0%	18,4%	3,7%
TOTALE	23,4%	22,3%	1,2%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell’Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

⁹ Si è scelto di inserire comunque i dati riferiti a queste imprese per rispettare il criterio della trasparenza delle informazioni.

¹⁰ Anche in questo caso si riportano i dati delle “imprese non classificate”, ma non se ne commentano le dinamiche (vedere nota 8).

¹¹ Si veda ad esempio il 43° rapporto sulla situazione sociale nel paese del Censis.

Le variazioni percentuali delle consistenze per settore, tra il 2003 e il 2008, evidenziano elementi su cui riflettere (tab. 1.12). Innanzitutto, le imprese femminili sono aumentate nella grande maggioranza dei settori come nelle "attività manifatturiere" (+4,1), mentre le imprese maschili sono cresciute in otto settori, tra cui nella "intermediazione monetaria e finanziaria" (3,8%) e si sono ridotte nei restanti otto.

In secondo luogo, le variazioni tra le imprese femminili sono sempre migliori di quelle tra le maschili - cioè o crescono di più (ad esempio con i nove punti percentuali di differenza nelle "attività manifatturiere") o si contraggono di meno (ad esempio con i 3,2 punti di differenza nell'"agricoltura").

Infine, in alcuni settori il contributo femminile alla crescita del numero totale delle imprese è tale da annullare (nei "trasporti, magazzinaggio e comunicazione") o addirittura più che compensare quello negativo delle maschili (nella "pesca" e nel "commercio").

Tab. 1.12 – Variazione relativa del numero di imprese registrate femminili, maschili e totali per settore di attività economica.
(Anni 2003-2008)

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE IMPRESE
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	-6,4%	-9,6%	-8,7%
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	11,7%	-0,9%	0,6%
C Estrazione di minerali	10,4%	-12,8%	-10,7%
D Attività manifatturiere	4,1%	-5,0%	-3,3%
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	113,8%	34,7%	39,4%
F Costruzioni	47,9%	16,7%	18,4%
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	4,8%	-0,3%	1,1%
H Alberghi e ristoranti	15,5%	13,1%	13,9%
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	31,2%	-3,4%	0,0%
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	16,8%	3,8%	6,5%
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	35,3%	19,2%	22,7%
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	-70,6%	-73,0%	-72,6%
M Istruzione	20,4%	19,9%	20,1%
N Sanita' e altri servizi sociali	46,2%	16,7%	27,1%
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	11,3%	8,3%	9,7%
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	-92,3%	-84,2%	-87,0%
X Imprese non classificate	5,6%	-15,9%	-11,9%
TOTALE	8,7%	1,8%	3,4%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

La distribuzione per settore nei diversi territori (tab. 1.13) evidenzia situazioni diversificate e classificabili in due gruppi:

- il primo, nel quale si hanno prevalenti localizzazioni in alcune aree geografiche del paese e punte massime in una delle regioni che lo compongono;
- il secondo, nel quale nonostante la prevalente localizzazione in una determinata area geografica del paese, la numerosità più elevata si manifesta in una regione esterna all'area in questione.

Al primo gruppo appartengono:

- l’“agricoltura”: localizzazione prevalente è nel meridione (24,7% del totale delle imprese dell’agricoltura), con punta massima in Molise (44%);
- la “pesca”: localizzazione prevalente nel Nord-est (0,4%), con punta massima nel Veneto (0,8%);
- il “commercio”: localizzazione prevalente nel meridione (33,3%), con punta massima in Campania (38,1%);
- gli “alberghi e ristoranti”: localizzazione prevalente nel Nord-est (9,4%), con punta massima nel Trentino Alto Adige (19,7%);
- i “trasporti, magazzinaggio e comunicazioni”: localizzazione prevalente nel centro Italia (2,1%), con punta massima nel Lazio;
- gli “altri servizi pubblici, sociali e personali”: localizzazione prevalente nell’Italia Nord-Occidentale (9,9%) e valore più elevato in Lombardia (10,2%).

Al secondo gruppo appartengono:

- le “attività manifatturiere”: localizzazione prevalente nel Nord-est (11,2%) e valore più elevato nelle Marche (14,6%);
- le “costruzioni”: localizzazione prevalente nel centro Italia (4,5%) e valore più elevato in Campania (4,9%);
- l’“intermediazione monetaria e finanziaria”: localizzazione prevalente nell’Italia Nord-Occidentale (2,2%) e valore più elevato nel Lazio (2,4%);
- le “attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca”: localizzazione prevalente nell’Italia Nord-Occidentale (17,9%) e valore più elevato in Lombardia (20,3%);
- l’“istruzione”: localizzazione prevalente nel Centro Italia (0,5%) e valore più elevato in Campania (0,8%).

Tab. 1.13 - Distribuzione delle imprese registrate femminili per regione, ripartizione geografica e settore di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002

Fonte: Elaborazione ReteCamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile. Unioncamere-Infocamere

1.2.2.1 Specializzazioni settoriali e specializzazioni di territorio

UNA NUOVA LETTURA CONGIUNTA DELLE IMPRESE FEMMINILI E MASCHILI, PER SETTORE DI APPARTENENZA E PER REGIONI DI LOCALIZZAZIONE

E' utile tracciare alcuni caratteri distintivi delle concentrazioni settoriali delle imprese in ottica di genere, per arricchire il quadro delle analisi e fornire ulteriori elementi di riflessione.

Non si tratta, quindi, di analizzare il tema della specializzazione produttiva del "Sistema Italia" nei confronti degli altri paesi, né di modelli di sviluppo locale con analisi di fattori endogeni ed esogeni¹² e nemmeno dell'identità territoriale o delle interdipendenze del sistema produttivo.

Si propone un'ulteriore chiave di lettura della struttura imprenditoriale attraverso la "localizzazione produttiva" delle imprese femminili e maschili per settore e per regione per esplorare le possibili cause di tali diverse concentrazioni. Le analisi sono state condotte utilizzando un indice alla Balassa-Hoover¹³ calcolato sulla numerosità delle imprese registrate¹⁴ femminili e maschili, arrivando a decifrare e esplicitare la:

- **specializzazione settoriale:** in quale/i regione/i ogni settore è maggiormente concentrato;
- **specializzazione per territorio:** quali sono i settori più rilevanti per ogni regione.

¹² Per gli interessati un utile riferimento è Garofoli G., Modelli locali di sviluppo, F. Angeli, Milano, 1991

¹³ L'indice IB - $H = \frac{\frac{n_{ij}}{\sum_i n_{ij}}}{\frac{\sum_j n_{ij}}{\sum_i \sum_j n_{ij}}}$ è stato calcolato come il rapporto tra il "peso" delle imprese di un dato settore a

livello regionale (totale imprese del settore "i" della regione "j" / totale imprese della regione "j") e il "peso" delle imprese dello stesso settore a livello nazionale (totale imprese italiane del settore "i" / totale imprese italiane). In questo modo, quando il valore dell'indice è uguale ad 1, significa che le imprese del settore "i" hanno una concentrazione nella regione "j" uguale a quella nazionale; quando il valore dell'indice è maggiore di 1, che le imprese del settore "i" hanno una concentrazione nella regione "j" maggiore a quella nazionale; quando il valore dell'indice è minore di 1, che le imprese del settore "i" hanno una concentrazione nella regione "j" minore.

¹⁴ In altri lavori questa analisi è condotta utilizzando i dati sugli addetti, sull'attivo totale, sul fatturato, sul valore aggiunto, mentre in questo caso si è ritenuto utile fornire un altro punto di vista basato sulla numerosità delle imprese.

Specializzazione settoriale

L'approfondimento si riferisce ai singoli settori attraverso i risultati della analisi della concentrazione prevalente di imprese. Questo consente di mettere in evidenza in quale regione (in alcuni casi più di una) questa sia superiore alle altre, tracciando una mappa che illustra come il sistema produttivo italiano sia distribuito sul territorio alla data del 31 dicembre 2008.

La presentazione dei risultati avviene, necessariamente, seguendo l'ordine del codice ATECO 2002, accompagnata da grafici nei quali si riportano i valori di concentrazione e da tabelle con i valori assoluti del numero di imprese.

I grafici

L'esposizione è accompagnata da grafici a "ragnatela" o "radar" nei quali ad ogni "cerchio" corrisponde un livello dell'indice di specializzazione (al centro del grafico l'indice è pari a 0 e segnala l'assenza di imprese) e ad ogni "raggio" corrisponde una regione. I valori dell'indice per le imprese femminili sono in colore "rosa" e collegati da linee dello stesso colore, quelli delle imprese maschili sono in colore "blu" e collegati da linee dello stesso colore.

Quanto più è elevata la concentrazione di imprese in una regione, tanto più i punti sono vicini al cerchio più esterno.

Dato che il valore massimo dell'indice è diverso in base al settore, non è stato possibile creare grafici con lo stesso numero di cerchi, ovvero con la stessa scala, ma ciò non altera i contenuti delle analisi, visto che ognuna si riferisce allo specifico settore indipendentemente dagli altri e consente di avere immediata visione del "posizionamento" del settore all'interno di ciascuna regione.

I casi in cui si verificano le maggiori differenze di concentrazione tra imprese femminili e di imprese maschili sono evidenziati con un cerchio.

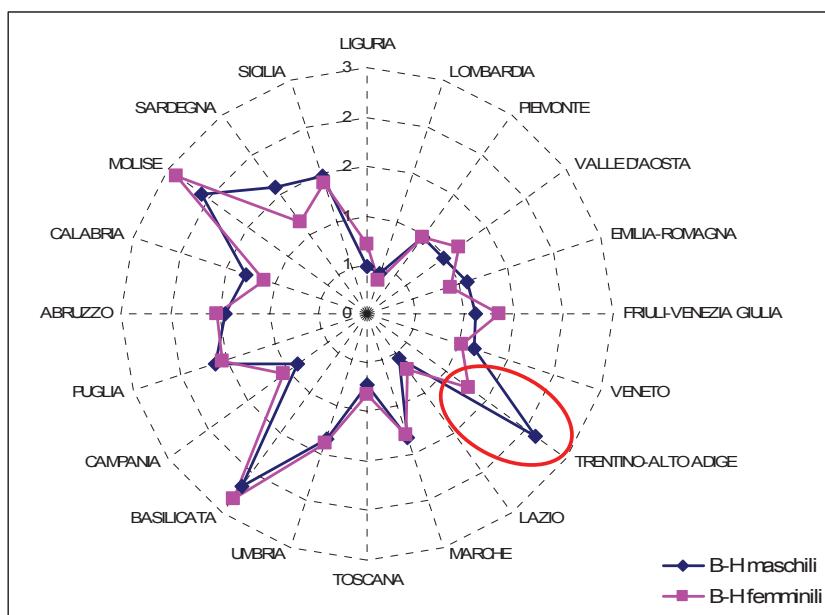
I grafici sono accompagnati da tabelle che riportano il numero delle imprese (femminili e non) per il settore considerato insieme al totale delle imprese in quella regione.

I commenti sono circoscritti ai casi di maggiore concentrazione, ma è evidente che il lettore può trarre considerazioni aggiuntive secondo le proprie necessità.

Agricoltura

(ATECO 2002: A)

È uno dei settori a maggiore numerosità di imprese (poco più di 900.000 e un peso sul totale del 14,8%) e ampiamente diffuse nel paese con un tasso di femminilizzazione del 29,2%, ma le regioni dove si concentrano maggiormente sono il Molise, la Basilicata e il Trentino Alto Adige. Nelle prime due regioni i valori di concentrazione raggiunti dalle imprese femminili superano quelli delle maschili, mentre in Trentino Alto Adige l'elevata concentrazione è dovuta essenzialmente alle imprese maschili e si raggiunge anche la massima differenza tra i generi.

Livelli di concentrazione

N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Agricoltura		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Basilicata	7.482	13.244	17.536	44.870	2,32	2,16
Molise	4.840	7.089	10.992	24.964	2,39	2,08
Trentino A.A.	5.238	25.445	22.352	87.765	1,27	2,12
Italia	263.041	638.018	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

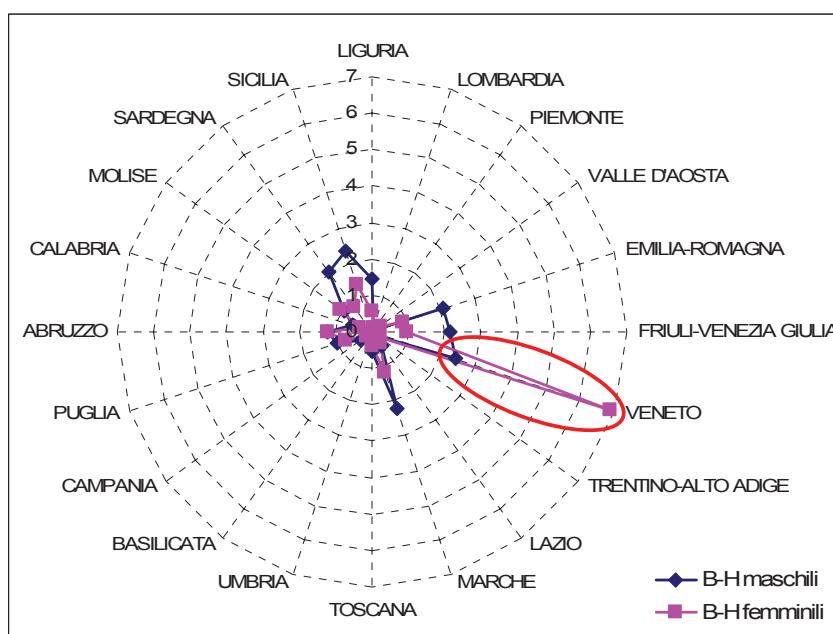
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Pesca

(ATECO 2002: B)

Nel settore si registrano 12.256 imprese (lo 0,2% del totale) con un tasso di femminilizzazione pari al 12,9% e una distribuzione territoriale della concentrazione molto frammentata, che vede la regione Veneto come la più "specializzata", in particolare per via delle imprese femminili la cui concentrazione è talmente elevata da distaccare nettamente tutte le altre regioni, determinando anche la maggiore differenza tra imprese femminili e imprese maschili.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Pesca		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Veneto	817	2.194	108.084	401.293	6,83	2,39
Italia	1.581	10.675	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

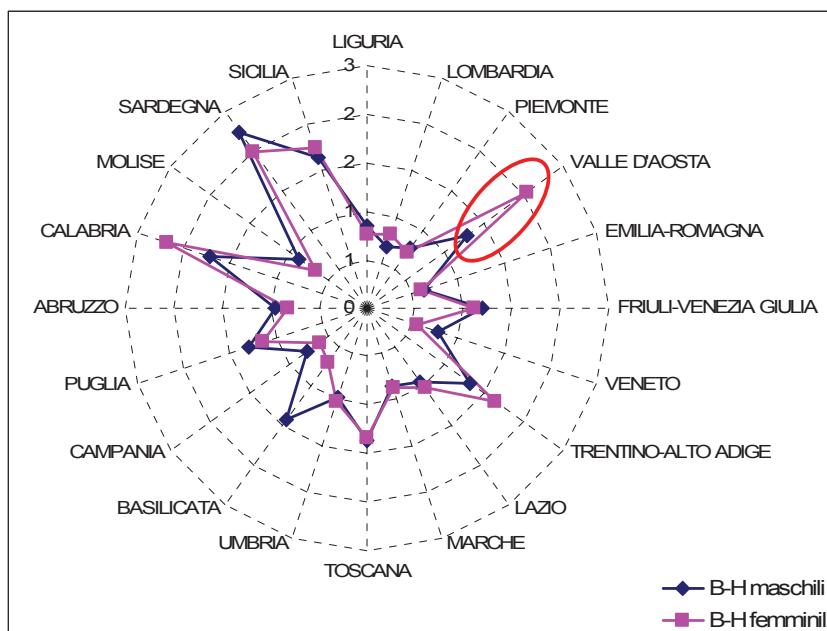
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Estrazioni

(ATECO 2002: C)

È tra i settori con minore numerosità di imprese (5.341 unità e un peso sul totale dello 0,1%) e con una distribuzione della concentrazione abbastanza diversificata sul territorio e tra i generi. Tuttavia, in Calabria e in Valle d'Aosta spiccano le concentrazioni delle femminili, mentre in Sardegna quella delle maschili (nonostante l'elevato valore per le imprese femminili). Inoltre, in Valle d'Aosta si verifica anche la maggiore differenza di concentrazione tra i generi.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Estrazioni		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Calabria	40	237	44.971	135.851	2,17	1,71
Sardegna	34	299	41.553	131.505	2,00	2,23
Valle d'Aosta	3	14	3.599	10.753	2,04	1,28
Italia	585	4.756	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

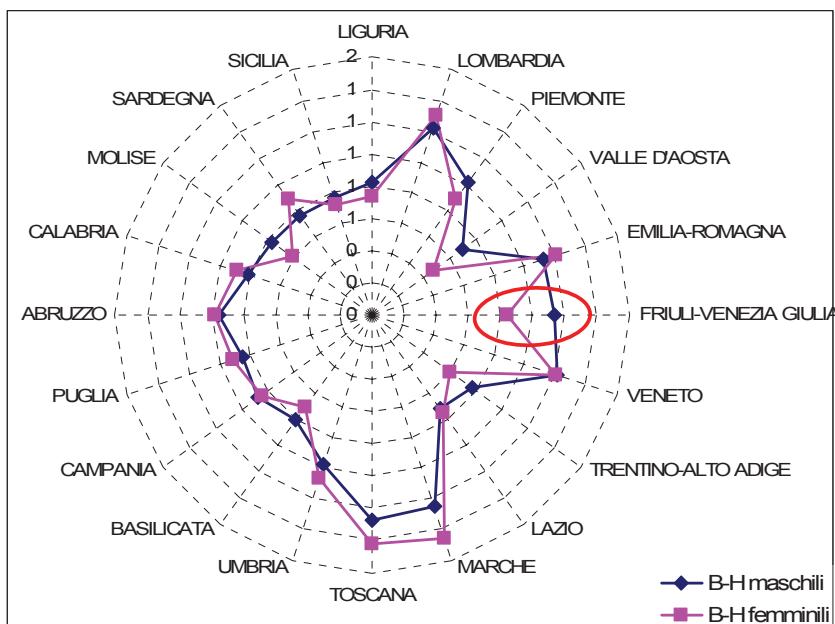
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Manifatturiero

(ATECO 2002: D)

È uno dei settori a maggiore numerosità di imprese (oltre 729.444 e un peso del 12% sul totale) e un tasso di femminilizzazione del 19,7%. La distribuzione territoriale della concentrazione è diversificata da regione a regione, ma si può affermare che i "poli" manifatturieri italiani si trovano prevalentemente nelle Marche e in Toscana, regioni nelle quali si ha la maggiore concentrazione sia di imprese femminili sia di maschili. La regione, invece, dove è più evidente la differenza di concentrazione tra i generi è il Friuli Venezia Giulia.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

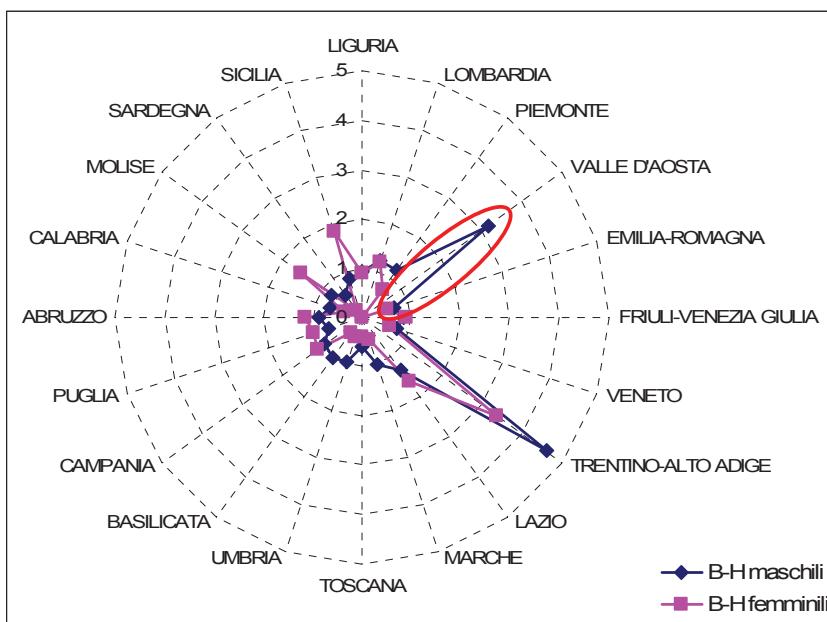
Regioni	Attività manifatturiero		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Marche	6.207	21.274	42.462	136.074	1,45	1,25
Toscana	13.909	50.603	97.366	317.882	1,42	1,27
Italia	143.993	585.451	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Produzione di energia, acqua e gas
(ATECO 2002: E)

Altro settore nel quale la numerosità di imprese è limitata (4.581 unità e un peso sul totale dello 0,1%), con un tasso di femminilizzazione tra i più bassi e pari al 9,1%. Anche in questo settore si riscontra una distribuzione frammentata, ma con il Trentino Alto Adige che è di gran lunga la regione a maggiore concentrazione sia tra le imprese femminili sia tra le maschili. Inoltre, la rilevante concentrazione di imprese maschili in Valle d'Aosta da luogo al più elevato differenziale di genere in questo settore.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Energia, Acqua, Gas		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Trentino A.A.	22	359	22.352	87.765	3,36	4,59
Italia	419	4.162	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

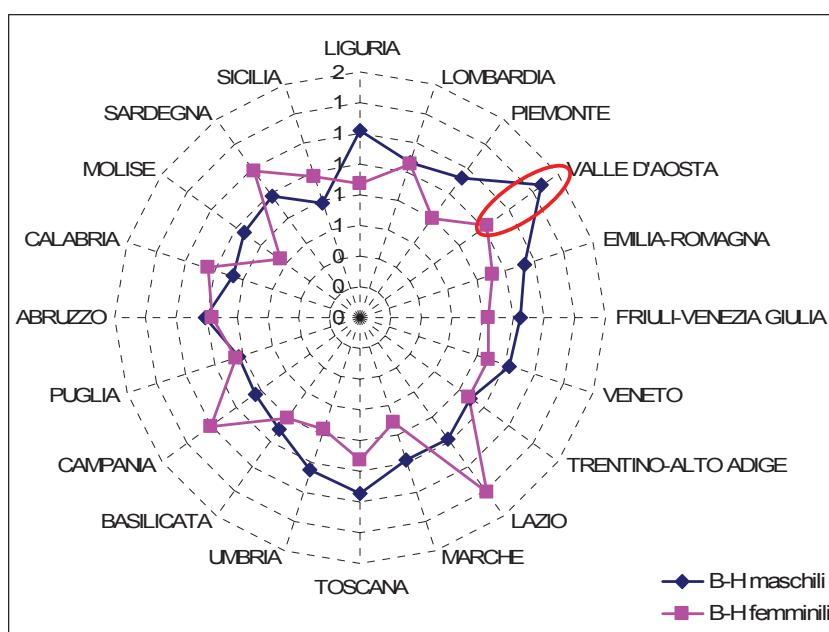
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Costruzioni

(ATECO 2002: F)

Settore ad alta numerosità di imprese (877.892 unità e un peso sul totale del 14,4%), ma con il più basso livello di femminilizzazione (6,6%). La distribuzione territoriale della concentrazione è tra le meno disomogenee e presenta picchi nel Lazio per le imprese femminili e nella Valle d'Aosta per le maschili, regione nella quale si verifica anche la maggiore differenza di concentrazione tra i generi.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

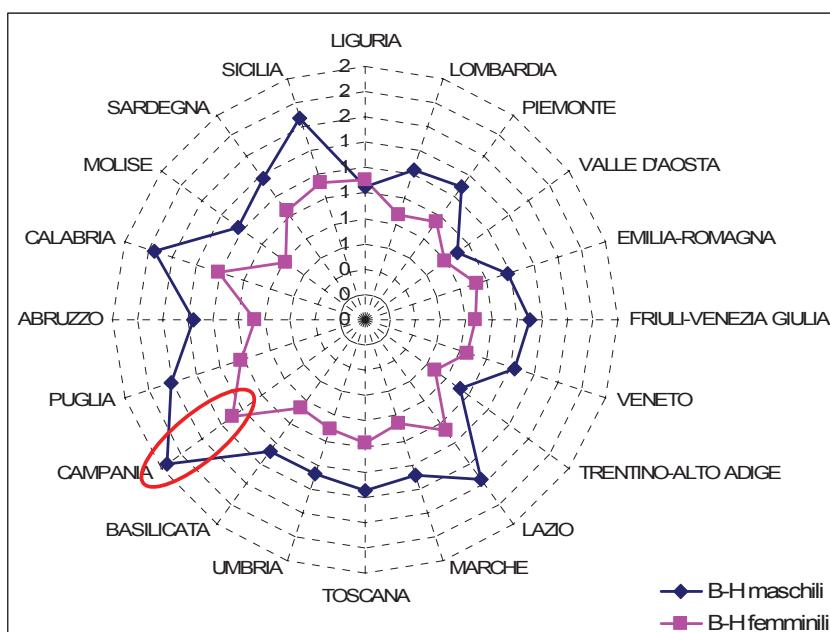
Regioni	Costruzioni		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Valle d'Aosta	150	2.755	3.599	10.753	1,02	1,46
Lazio	8.053	76.717	140.509	444.192	1,41	0,99
Italia	58.302	819.590	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Commercio

(ATECO 2002: G)

È il settore a maggiore numerosità di imprese (1.579.871, pari al 25,9% del totale) e tasso di femminilizzazione del 26,9%. Ed è tra i settori nei quali la distribuzione della concentrazione si presenta più simile tra le imprese femminili e le maschili. I valori più elevati si hanno in Campania, dove si concentrano più delle altre regioni entrambi i generi di imprese (con il differenziale più elevato tra le due tipologie di imprese) e in Calabria (anche in questo caso con le maschili lievemente sopra).

Livelli di concentrazione

N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Commercio		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Campania	56.959	133.409	149.650	396.584	1,29	1,92
Italia	423.000	1.156.871	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

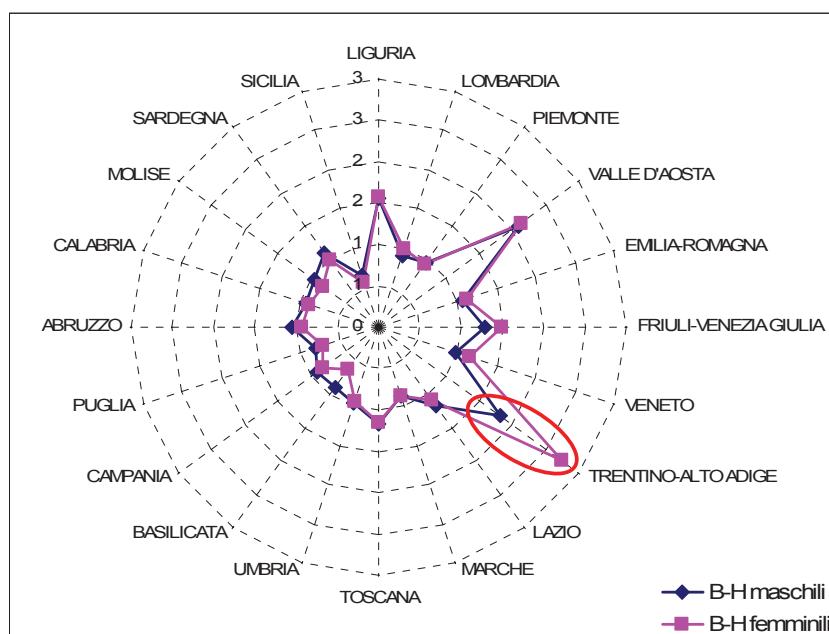
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Alberghi e ristoranti

(ATECO 2002: H)

Nel settore si registrano 316.077 imprese (il 5,2% del totale) con un tasso di femminilizzazione tra i più alti (32,5%) e una distribuzione della concentrazione abbastanza simile tra le imprese femminili e le maschili. Tuttavia, spicca il livello delle imprese femminili in Trentino Alto Adige (dove si ha anche la differenza più elevata tra i generi), mentre in Valle D'Aosta quello delle maschili (dove però le femminili hanno un valore dell'indice all'incirca simile).

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

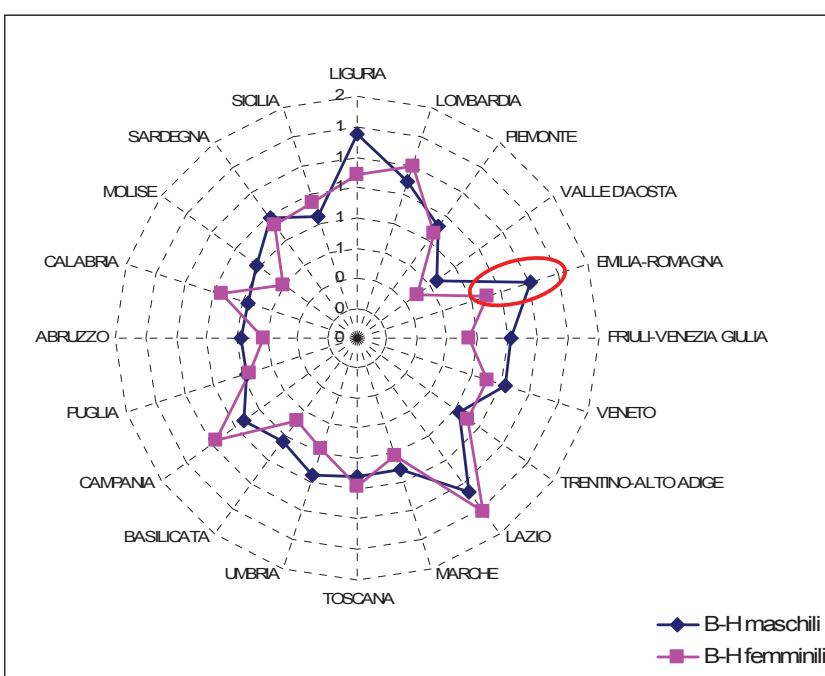
Regioni	Alberghi e Ristoranti		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Trentino A.A.	4.400	7.210	22.352	87.765	2,74	1,80
Valle d'Aosta	549	1.018	3.599	10.753	2,12	2,07
Italia	102.733	213.344	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Trasporti, Immagazzinaggio e Comunicazioni
(ATECO 2002: I)

Settore che con 208.038 imprese pesa per il 3,4% sul totale delle imprese con un tasso di femminilizzazione del 12,9%. La concentrazione delle imprese è diversificata in base al genere tanto che nel Lazio si ha il valore più elevato tra le imprese femminili e in Liguria quello delle maschili. In Emilia Romagna, invece, è più elevato il differenziale di concentrazione tra i generi.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Trasporti, immagazzinaggio e comunicazioni		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Lazio	847	6.517	41.663	124.875	1,42	1,25
Liguria	3.732	21.611	140.509	444.192	1,09	1,35
Italia	26.741	181.297	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

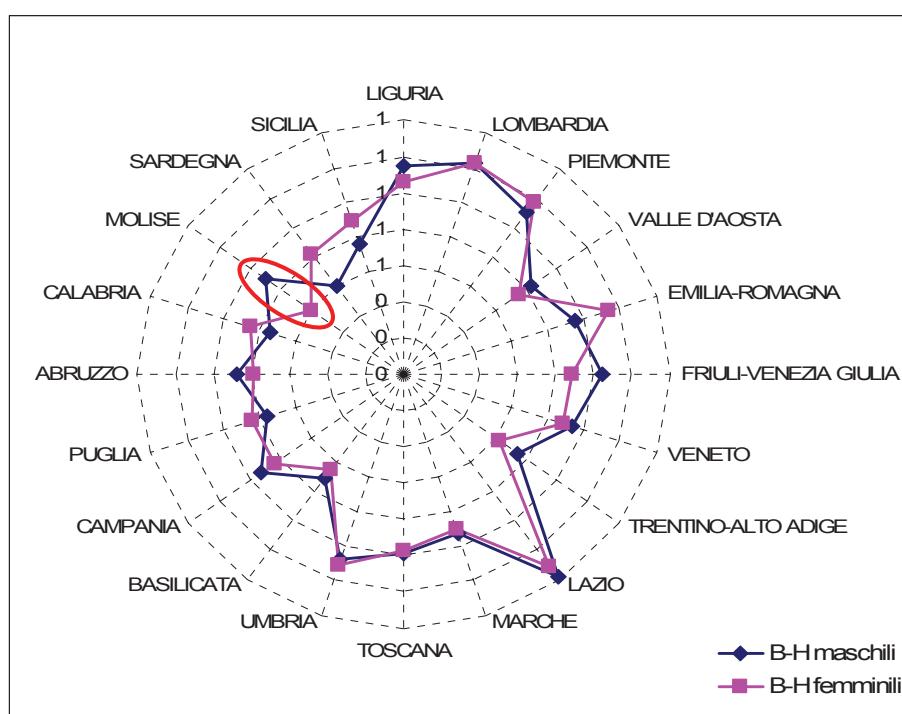
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Intermediazione monetaria e finanziaria

(ATECO 2002: J)

Tra quelli con il minor numero di imprese (116.262 unità e peso sul totale del 1,9%) e con un tasso di femminilizzazione del 22,9%, questo settore presenta una distribuzione della concentrazione tra le più omogenee tra i due generi, tanto che nel Lazio si hanno i valori più elevati e abbastanza simili sia per le imprese maschili sia per le femminili, mentre in Molise si hanno le maggiori differenze di concentrazione tra i generi.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

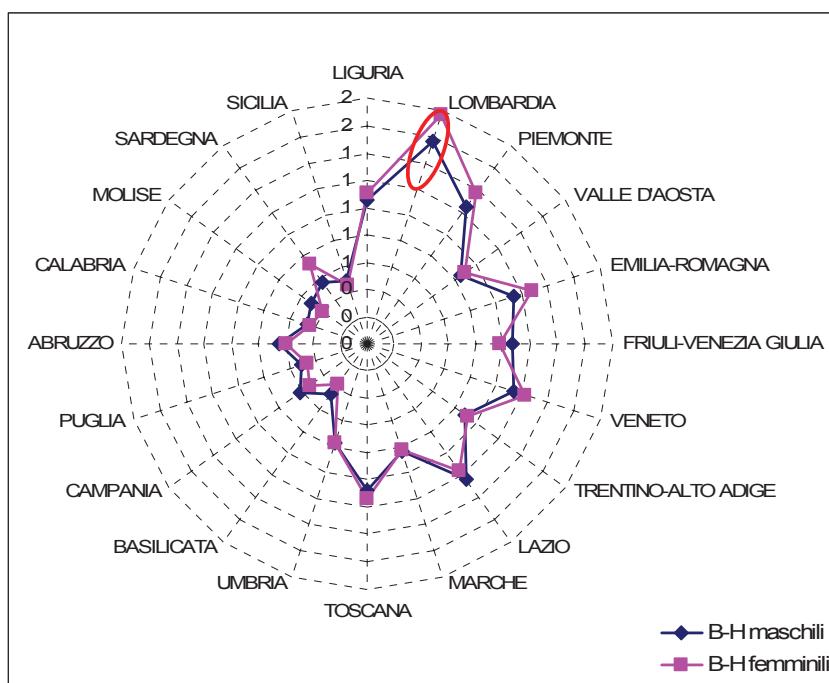
Regioni	Intermediazione creditizia, monetaria e finanziaria		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Lazio	3.403	11.711	140.509	444.192	1,30	1,37
Italia	26.575	89.687	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

**Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca
(ATECO 2002: K)**

Le imprese raggiungono le 685.664 unità (pari al 11,2% del totale) con un tasso di femminilizzazione del 24,1% e una distribuzione della concentrazione abbastanza disomogenea sul territorio che, però, è sostanzialmente analoga tra imprese femminili e maschili. Questo comporta che la Lombardia è la regione dove il livello è il più elevato per entrambe le tipologie di imprese, ma anche dove si verifica la maggiore differenza nella concentrazione.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Lombardia	39.849	132.057	195.940	761.738	1,76	1,56
Italia	165.331	520.333	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

**Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria
(ATECO 2002: L)**

Il numero estremamente ridotto di imprese non rende significativa l'analisi.

N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Pubblica amm. e difesa; assic. sociale obbligatoria		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Lazio	11	48	140.509	444.192	3,73	3,18
Italia	30	159	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

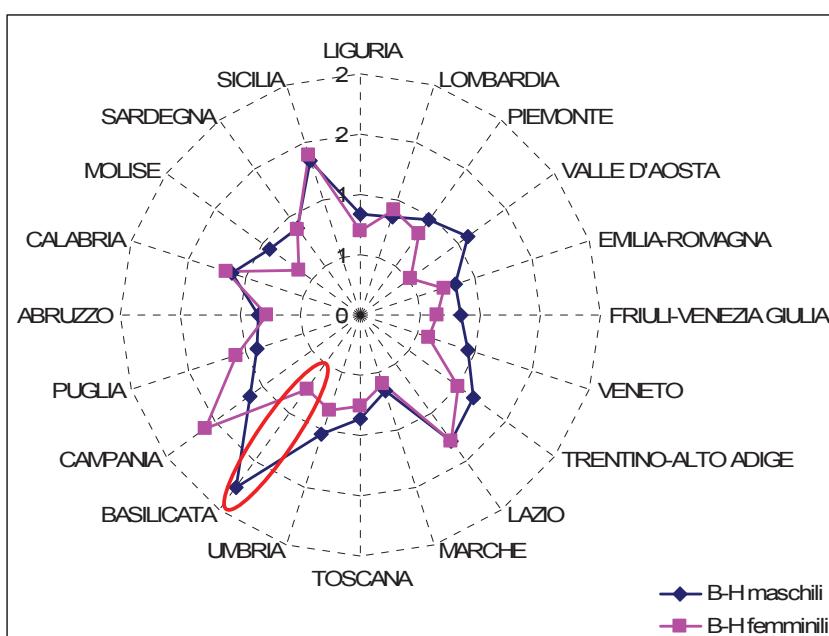
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Istruzione

(ATECO 2002: M)

Altro settore con limitata numerosità di imprese (21.866 unità e peso sul totale dello 0,4%), ma con un tasso di femminilizzazione elevato (31,7%), la concentrazione è diversificata per territorio con picco massimo delle femminili in Campania e delle maschili in Basilicata (dove è anche maggiore il differenziale di concentrazione tra i generi), ma con la particolarità della Sicilia e del Lazio dove entrambe le tipologie di imprese hanno livelli pressoché analoghi e vicini ai valori massimi.

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Istruzione		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Basilicata	64	253	17.536	44.870	0,75	1,77
Campania	1.155	1.442	149.650	396.584	1,59	1,14
Lazio	882	1.837	140.509	444.192	1,29	1,30
Sicilia	805	1.539	118.408	357.351	1,40	1,35
Italia	585	4.756	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

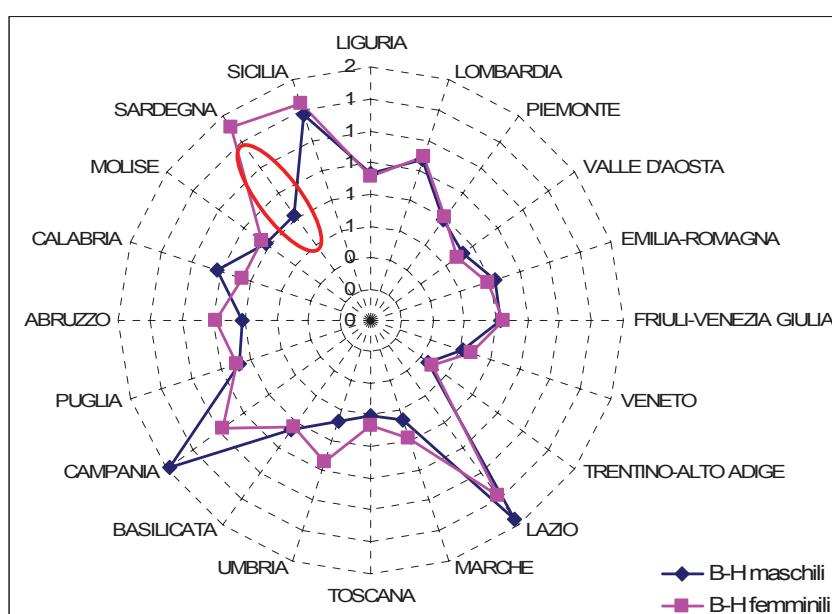
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Sanità e altri servizi sociali

(ATECO 2002: N)

Settore tra i meno rilevanti in termini di peso sul totale delle imprese (lo 0,5% per 30.356 unità), ma con il secondo tasso di femminilizzazione (40,4%), è quello che presenta i valori più alti della concentrazione di imprese in più regioni sia tra le maschili, nel Lazio e in Campania, sia tra le femminili, in Sicilia e in Sardegna (dove è anche maggiore il differenziale di concentrazione tra i generi).

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

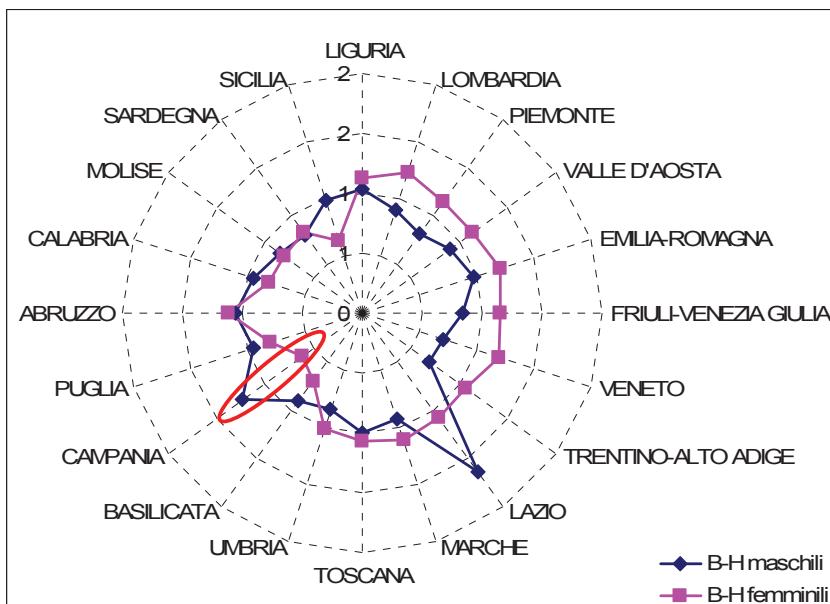
Regioni	Sanità e altri servizi sociali		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Campania	1.492	2.412	149.650	396.584	1,16	1,57
Lazio	1.648	2.657	140.509	444.192	1,37	1,55
Sardegna	535	417	41.553	131.505	1,50	0,82
Sicilia	1.464	1.895	118.408	357.351	1,44	1,37
Italia	12.269	18.087	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Altri servizi pubblici, sociali e personali
(ATECO 2002: O)

È il settore con il più alto tasso di femminilizzazione (46,2%) su 257.519 imprese (pari al 4,2% del totale Italia) e la distribuzione delle concentrazioni più interessante tra tutte. Infatti, le imprese femminili sono pressoché uniformemente concentrate in 6 regioni (Lombardia, Liguria, Lazio, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Veneto), a differenza delle imprese maschili che si concentrano (con un tasso nettamente superiore a quello delle femminili) prevalentemente nel Lazio. Tuttavia è in Campania che si riscontra la differenza più elevata tra le concentrazioni dei generi di impresa)

Livelli di concentrazione



N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Altri servizi pubblici sociali e personali		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Emilia R.	9.645	11.003	96.204	380.977	1,20	0,97
Friuli V. G.	2.527	2.101	26.418	84.982	1,15	0,83
Lazio	12.688	21.630	140.509	444.192	1,08	1,64
Lombardia	20.033	20.547	195.940	761.738	1,23	0,91
Liguria	3.896	3.810	41.663	124.875	1,12	1,03
Italia	118.991	138.528	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Servizi domestici presso famiglie e conviventi
(ATECO 2002: P)

Il numero estremamente ridotto di imprese non rende significativa l'analisi.

N. imprese registrate femminili, maschili per settore. Anno 2008

Regioni	Servizi domestici presso famiglie e conviventi		Totale		Indice B-H	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Liguria	1	2	41.663	124.875	11,44	6,24
Italia	3	12	1.429.267	4.674.800	1,00	1,00

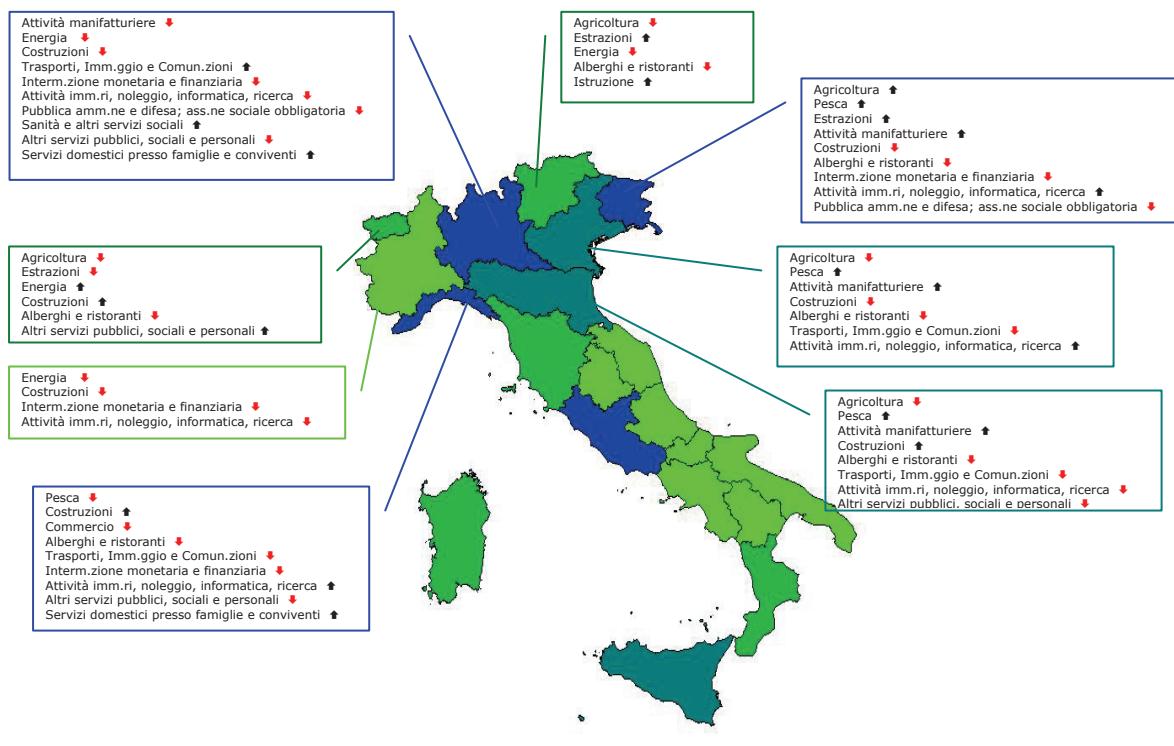
Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Specializzazione per territorio

A differenza della precedente analisi focalizzata sui settori, in questa il focus è sui territori, illustrando le “vocazioni produttive” a livello regionale. Un settore (o più settori) è (sono) considerato (i) una “vocazione” se nella regione presa in considerazione l’indice di localizzazione¹⁵ ha valori maggiori di 1. In questi casi, in quella regione le imprese appartenenti a quei settori sono numericamente più concentrate rispetto alla media nazionale e, quindi, quei settori costituiscono una componente evidentemente rilevante, fondamento dell’ossatura del sistema produttivo locale. Il quadro generale al 2008 ottenuto (vedere in allegato tab. A.2.1), mostra come sia diversa la numerosità dei settori che concorrono a determinare la vocazione produttiva in base alla regione. Le considerazioni che si possono fare sono molteplici, ma per agevolare la lettura si ritiene di presentare i “casi estremi” e lasciare al lettore ogni ulteriore approfondimento. Seguendo questa direzione si ha, da un lato, il **Molise** (vocazione solo in un settore: “agricoltura”) e la **Basilicata** (vocazione in tre settori: “agricoltura”, “estrazioni” e “istruzione”), dall’altro, il **Lazio** (vocazione in undici settori: da “energia” a “altri servizi pubblici, sociali e personali”) e la **Lombardia** (vocazione in dieci settori: da “attività manifatturiere” a “costruzioni”, da “trasporti, immagazzinaggio e comunicazioni” a “Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria” e da “sanità e altri servizi sociali” a “servizi domestici presso famiglie e conviventi”).

¹⁵ Anche per questa analisi è stato utilizzato lo stesso indice (vedere nota 28).

Fig. 1.2 - Specializzazione produttiva delle regioni del Nord Italia al 2008 e tendenze tra il 2003 e il 2008

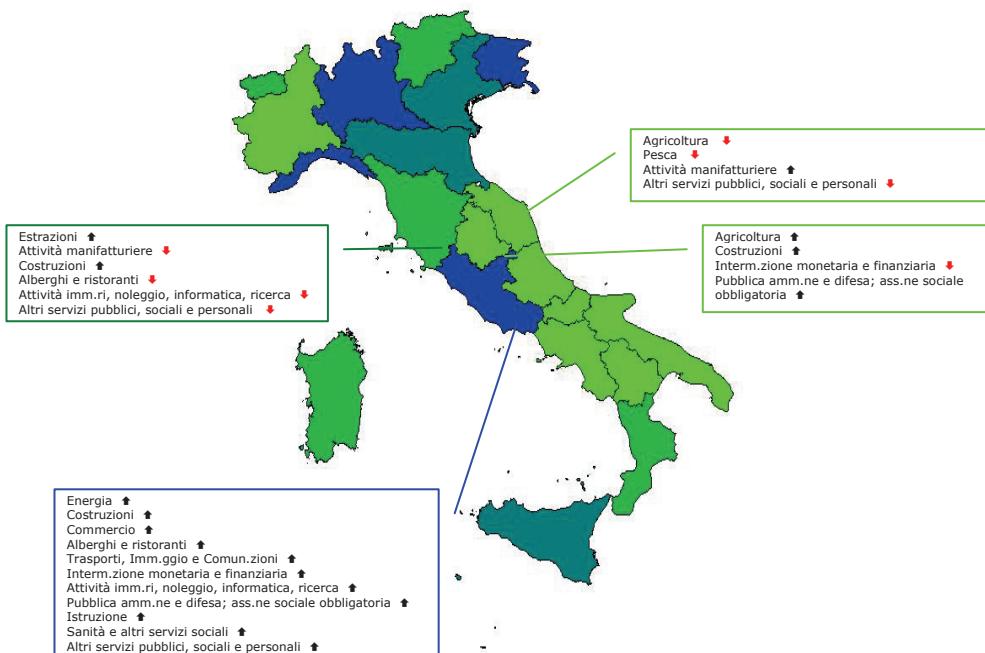


LEGENDA:

- ↑: Indica la specializzazione in crescita dal 2003 al 2008
 ↓: Indica la specializzazione in decrescita dal 2003 al 2008
- Specializzazione plurisettoriale alta: da 9 a 11 settori
 - Specializzazione plurisettoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
 - Specializzazione plurisettoriale media: da 5 a 6 settori
 - Specializzazione plurisettoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Fig. 1.3 - Specializzazione produttiva delle regioni del Centro Italia al 2008 e tendenze tra il 2003 e il 2008



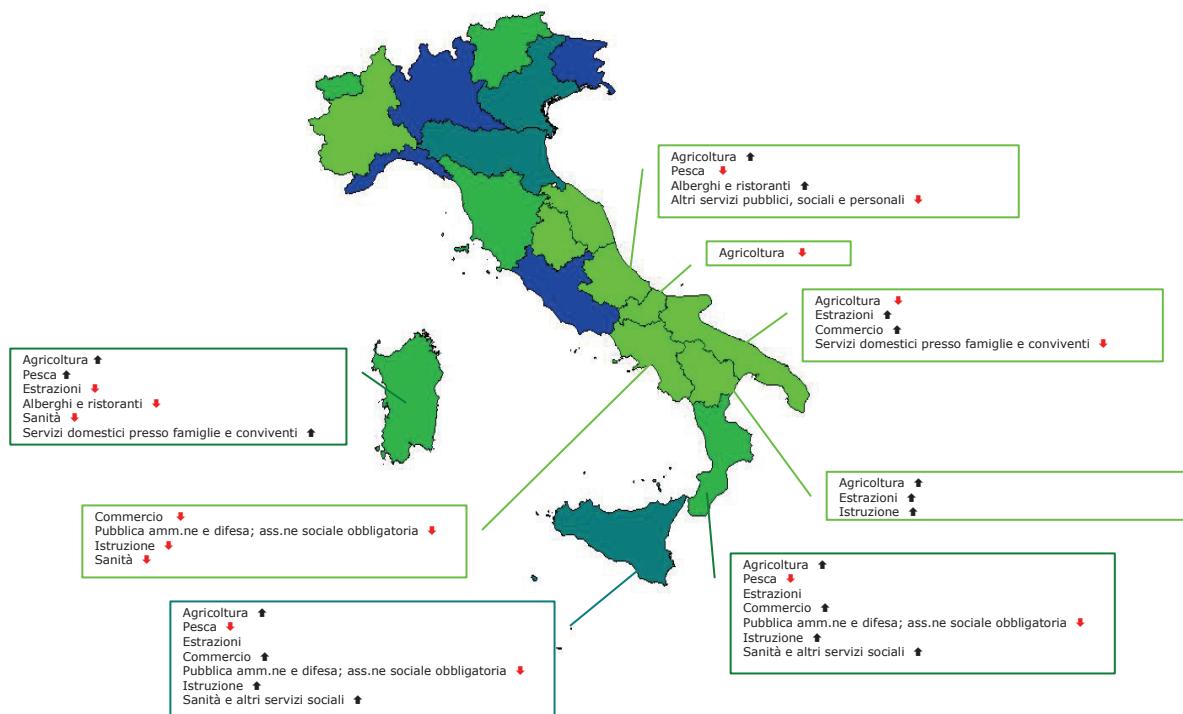
LEGENDA:

↑: Indica la specializzazione in crescita dal 2003 al 2008
 ↓: Indica la specializzazione in decrescita dal 2003 al 2008

- Specializzazione plurisettoriale alta: da 9 a 11 settori
- Specializzazione plurisettoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
- Specializzazione plurisettoriale media: da 5 a 6 settori
- Specializzazione plurisettoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Fig. 1.4 - Specializzazione produttiva delle regioni del Sud Italia e Isole al 2008 e tendenze tra il 2003 e il 2008



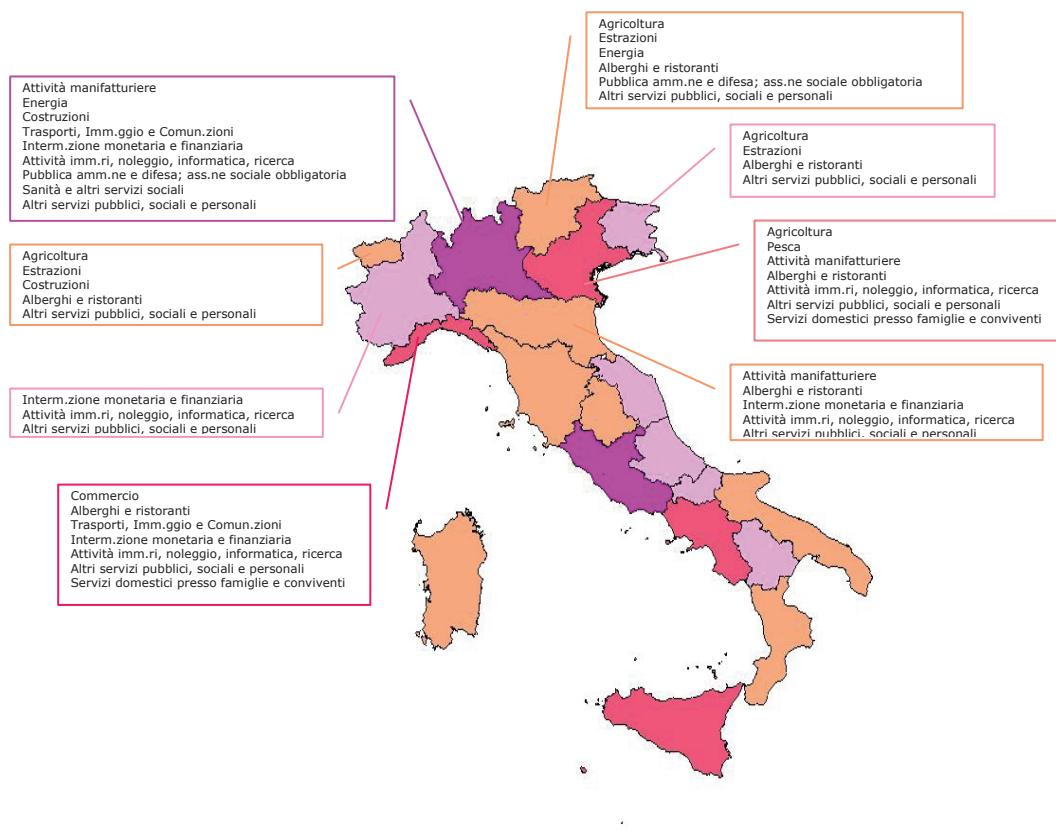
LEGENDA:

- ↑: Indica la specializzazione in crescita dal 2003 al 2008
 ↓: Indica la specializzazione in decrescita dal 2003 al 2008
- Specializzazione plurisetoriale alta: da 9 a 11 settori
 - Specializzazione plurisetoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
 - Specializzazione plurisetoriale media: da 5 a 6 settori
 - Specializzazione plurisetoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

La situazione al 2008 è, ovviamente, il frutto di tendenze delle specializzazioni (vedere in allegato tab. A.2.2) manifestatesi tra il 2003 e il 2008, che presentano dinamiche diverse nelle “traiettorie” seguite, e possibili indicazioni per le future. Prendendo i casi estremi, in **Molise** la tendenza della specializzazione in agricoltura è stata in decrescita (lasciando pensare che, se questo continuerà a manifestarsi, nei prossimi anni possano emergere specializzazioni anche in altri settori) e in **Basilicata** sono state tutte in crescita (lasciando intuire che molto probabilmente queste specializzazioni rimarranno anche in futuro). Altrettanto interessante è la situazione nelle regioni con più vocazioni: in **Lombardia** per sei settori la tendenza è stata di decrescita e nei restanti quattro di crescita (lasciando intuire che questi “spostamenti” potrebbero continuare in futuro aumentando la consistenza delle imprese nelle “nuove specializzazioni”) e nel **Lazio** sono state tutte in crescita (anche qui lasciando intuire che queste potrebbero consolidarsi nei prossimi anni). Se si analizza, invece, la vocazione per “genere” si hanno situazioni al 2008 leggermente diverse da quelle riscontrate sul totale delle imprese.

Fig. 1.5 – Specializzazione produttiva delle regioni del Nord Italia per le imprese femminili (Anno 2008)

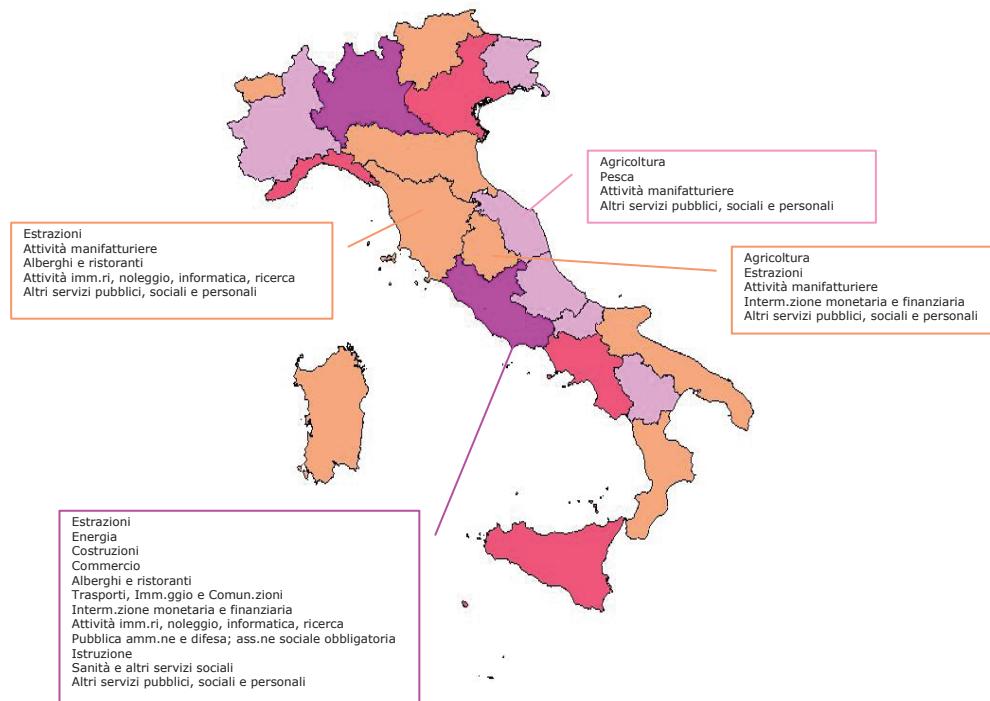


LEGENDA:

- Specializzazione plurisettoriale alta: da 9 a 11 settori
- Specializzazione plurisettoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
- Specializzazione plurisettoriale media: da 5 a 6 settori
- Specializzazione plurisettoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

**Fig. 1.6 – Specializzazione produttiva delle regioni del Centro Italia per le imprese femminili
(Anno 2008)**

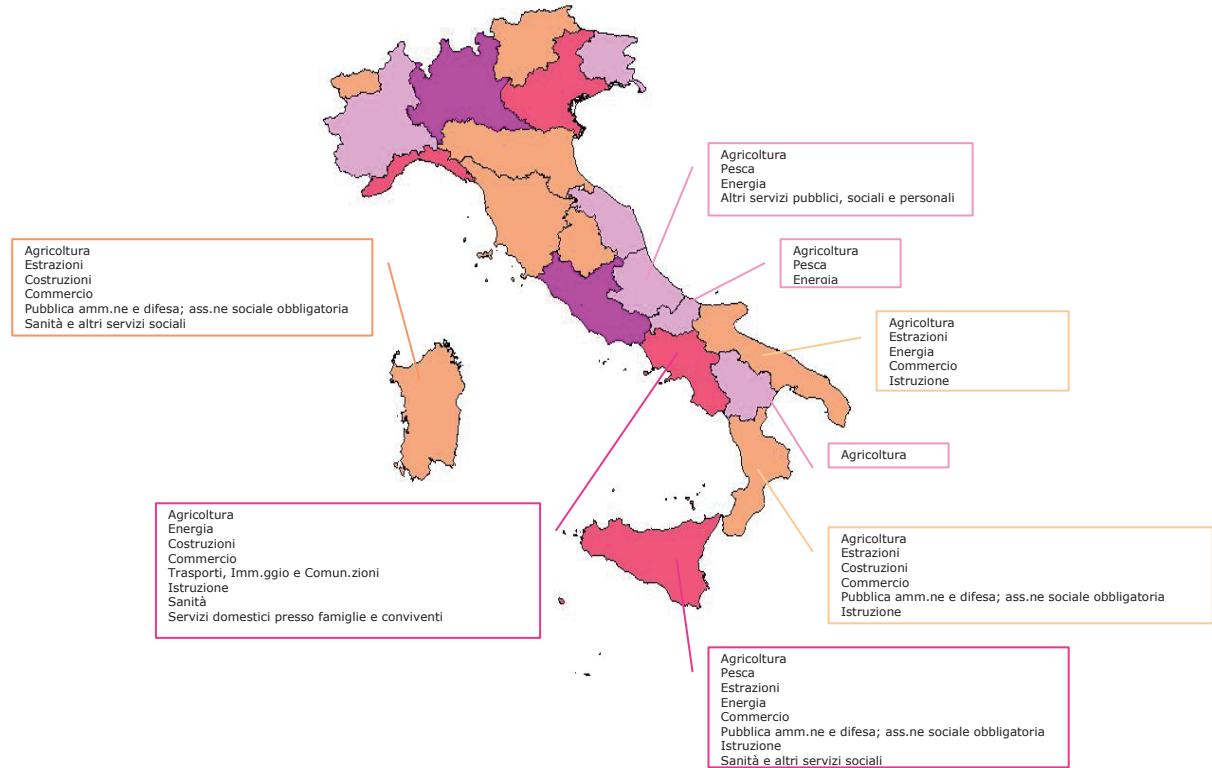


LEGENDA:

- Specializzazione plurisetoriale alta: da 9 a 11 settori
- Specializzazione plurisetoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
- Specializzazione plurisetoriale media: da 5 a 6 settori
- Specializzazione plurisetoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

**Fig. 1.7 – Specializzazione produttiva delle regioni del Sud Italia e Isole per le imprese femminili
(Anno 2008)**



LEGENDA:

- Specializzazione plurisettoriale alta: da 9 a 11 settori
- Specializzazione plurisettoriale medio-alta: da 7 a 8 settori
- Specializzazione plurisettoriale media: da 5 a 6 settori
- Specializzazione plurisettoriale bassa: da 1 a 4 settori

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Infatti, per le imprese femminili (in allegato tab. A.2.3) è possibile distinguere tra territori con vocazioni “concentrate” (quando sono pochi settori) e territori con vocazioni “diffuse” (quando sono molti settori): il **Molise** (con tre settori, due in più: “pesca” e “energia”) e la **Basilicata** (con un settore, due in meno: “estrazioni” e “istruzione”) si confermano le regioni con vocazioni in un numero ridotto di settori e il **Lazio** (con dodici settori, uno in più: “estrazioni”) e la **Lombardia** (con nove settori, uno in meno: “servizi domestici presso famiglie e conviventi”) si confermano le regioni con vocazioni in un numero esteso di settori. Anche per le imprese maschili (in allegato tab. A.2.4) si riscontrano alcune variazioni: in **Molise** si hanno due settori (uno in più del totale imprese e uno in meno delle imprese femminili); in **Basilicata** si hanno quattro settori (uno in più del totale imprese e tre in più delle imprese femminili); nel **Lazio** (affiancato dalla **Liguria**) dieci settori (uno in meno del totale imprese e due in meno delle imprese femminili; in **Lombardia** nove settori (uno in meno del totale imprese).

Si evidenzia, in linea generale, come le componenti di genere incidano sulla composizione degli apparati produttivi locali e quindi sulla “vocazione” produttiva e come vi sia differenza tra centro nord e meridione del paese, nell'estensione/numerosità dei settori che determinano la vocazione produttiva: più ampia nelle regioni del centro-nord e più ristretta nelle regioni del meridione.

1.2.3 La forma giuridica delle imprese

VERSO FORMULE ORGANIZZATIVE PIÙ STRUTTURATE

Leggendo i dati d'insieme si nota che, l'unica forma giuridica complessivamente diminuita è quella delle imprese individuali in un quadro in cui il totale delle imprese è aumentato. Dunque nell'arco temporale preso in esame si sono avuti "spostamenti" verso forme giuridiche più strutturate e questo è ancora più vero per le imprese femminili. La scelta di una forma giuridica piuttosto che un'altra dipende da molti fattori come la "dimensione" dell'attività economica e il mercato di riferimento, nonché la disponibilità di risorse economiche dell'imprenditore e dell'imprenditrice.

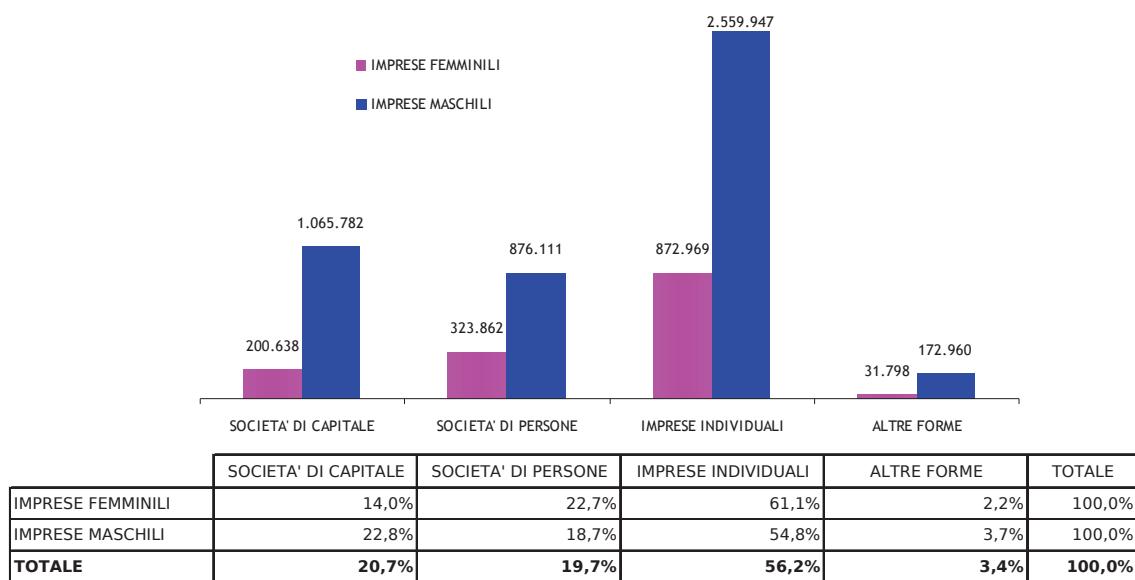
È opinione condivisa che, a livello generale, attraverso formule organizzative più strutturate le imprese possono seguire processi virtuosi di crescita e affrontare in modo più solido la competizione sul mercato. Questa è la tendenza riscontrata tra le imprese femminili a discapito delle imprese individuali, nonostante queste ultime siano ancora la grande maggioranza.

Vi sono "altre forme" che rispondono a particolari esigenze - come le associazioni, i consorzi, le fondazioni, gli enti morali etc., che svolgono attività economica - a cui le stesse imprese, le persone e in alcuni casi comunità di persone ricorrono e a cui il sistema giuridico ha fin dall'inizio dedicato un'attenzione particolare. In questo paragrafo si analizza come il sistema imprenditoriale si distribuisca secondo le diverse forme giuridiche alla fine del 2008 ed analizzare il percorso evolutivo negli anni considerato anche in ottica di genere.

Nel complesso, come anticipato più sopra, la forma giuridica (Graf. 1.12) prevalente è quella delle imprese individuali (56,2%) scelta da oltre 3,4 milioni di imprenditori e imprenditrici, mentre alle c.d. "organizzazioni collettive" (società di capitale, società di persone, consorzi, cooperative etc.) fa riferimento il restante 43,8% dei casi. Tra queste ultime, la preferita è la società di capitale (20,7%), seppure di poco rispetto alla società di persone (19,7%), mentre le altre forme raggiungono complessivamente le 204.758 unità, pari al 3,4% del totale.

Rispetto al genere, questa articolazione tra le imprese femminili mostra differenze ordinali proprio nelle organizzazioni collettive: l'impresa individuale resta la prevalente con il 61,1% delle femminili (il 54,8% per le maschili); le imprese femminili sono più concentrate tra le società di persone (22,7% contro il 18,7%); le maschili tra le società di capitale (22,8% contro il 14%); tra le altre forme è leggermente superiore la quota percentuale delle imprese maschili (3,7% contro il 2,2%).

Graf. 1.12 - Imprese registrate femminili, maschili e totali per forma giuridica
(Anno 2008)

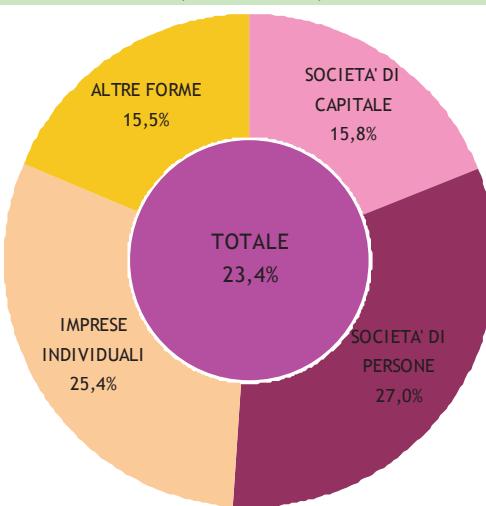


Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

L'analisi del tasso di femminilizzazione per forme giuridiche (graf. 1.13) indica che la presenza femminile è relativamente maggiore tra le società di persone (27%), rispetto alla stessa impresa individuale, che è sì la forma giuridica più diffusa tra le imprese femminili, ma con un tasso inferiore di quasi un punto e mezzo (25,4%).

Mentre per le società di capitale (15,8%) e le altre forme (15,5%) il livello di femminilizzazione è quasi equivalente.

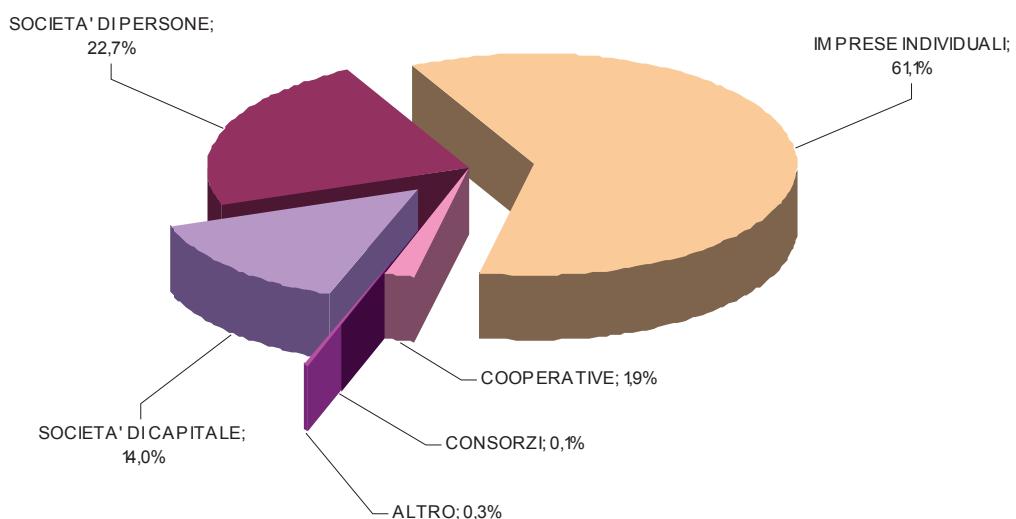
Graf. 1.13 Tasso di femminilizzazione per forma giuridica
(Anno 2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Seppure numericamente inferiori alle società di capitale, le altre forme giuridiche sono, per il genere femminile, uno strumento importante per realizzare le proprie attività economiche. All'interno delle possibilità offerte dalla legislazione, sembra che la componente preferita (graf. 1.14) sia la cooperativa, che con l'1,9% del totale delle imprese femminili copre oltre l'86% delle altre forme, staccando notevolmente i consorzi che interessano solo lo 0,1% delle organizzazioni a conduzione femminile.

Graf. 1.14 – Imprese femminili registrate per classe di natura giuridica
(Anno 2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

A determinare la situazione generale concorrono situazioni locali anche fortemente differenziate, che sul territorio accentuano o affievoliscono i fenomeni appena descritti (tab.1.14). Se le imprese individuali a livello nazionale superano abbondantemente il 50%, non altrettanto può dirsi per la Lombardia (45,4%) e il Lazio (45,5%), mentre le stesse si concentrano soprattutto in Molise (73%) e Basilicata (72,2%); così come le società di capitale che in Lombardia, Lazio, Campania, Puglia e Sicilia diventano la seconda forma giuridica preferita dalle imprese, superando le società di persone che a loro volta hanno la massima concentrazione in Piemonte (26,4%).

Tab. 1.14 – Distribuzione delle imprese registrate per regione, per ripartizione geografica e per forma giuridica.
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRÉ FORME		TOTALE	
	Val. Ass	%	Val. Ass	%	Val. Ass	%	Val. Ass	%	Val. Ass	%
Piemonte	63.607	13,5%	124.014	26,4%	272.672	58,1%	9.213	2,0%	469.506	100%
Valle D'Aosta	1.991	13,9%	4.016	28,0%	7.896	55,0%	449	3,1%	14.352	100%
Lombardia	284.621	29,7%	210.906	22,0%	434.996	45,4%	27.155	2,8%	957.678	100%
Liguria	27.263	16,4%	42.948	25,8%	91.685	55,1%	4.642	2,8%	166.538	100%
Trentino-Alto Adige	14.181	12,9%	25.419	23,1%	67.716	61,5%	2.801	2,5%	110.117	100%
Veneto	102.385	20,1%	116.792	22,9%	280.801	55,1%	9.399	1,8%	509.377	100%
Friuli-Venezia Giulia	21.462	19,3%	23.449	21,0%	64.160	57,6%	2.329	2,1%	111.400	100%
Emilia-Romagna	96.353	20,2%	108.788	22,8%	260.291	54,5%	11.749	2,5%	477.181	100%
Toscana	86.370	20,8%	95.121	22,9%	223.520	53,8%	10.237	2,5%	415.248	100%
Umbria	16.214	17,0%	22.488	23,6%	53.795	56,5%	2.665	2,8%	95.162	100%
Marche	31.367	17,6%	36.506	20,4%	107.031	59,9%	3.632	2,0%	178.536	100%
Lazio	202.165	34,6%	89.887	15,4%	266.222	45,5%	26.427	4,5%	584.701	100%
Campania	108.009	19,8%	105.176	19,3%	308.836	56,5%	24.213	4,4%	546.234	100%
Abruzzo	23.925	16,0%	26.174	17,5%	95.689	63,9%	3.895	2,6%	149.683	100%
Molise	4.469	12,4%	4.129	11,5%	26.236	73,0%	1.122	3,1%	35.956	100%
Puglia	60.193	15,4%	44.122	11,3%	269.324	69,0%	16.714	4,3%	390.353	100%
Basilicata	7.140	11,4%	6.915	11,1%	45.056	72,2%	3.295	5,3%	62.406	100%
Calabria	22.908	12,7%	23.908	13,2%	126.503	70,0%	7.503	4,1%	180.822	100%
Sicilia	66.147	13,9%	57.990	12,2%	320.427	67,4%	31.195	6,6%	475.759	100%
Sardegna	25.650	14,8%	31.225	18,0%	110.060	63,6%	6.123	3,5%	173.058	100%
Italia Nord-Occidentale	377.482	23,5%	381.884	23,7%	807.249	50,2%	41.459	2,6%	1.608.074	100%
Italia Nord-Orientale	234.381	19,4%	274.448	22,7%	672.968	55,7%	26.278	2,2%	1.208.075	100%
Italia Centrale	336.116	26,4%	244.002	19,2%	650.568	51,1%	42.961	3,4%	1.273.647	100%
Italia Meridionale	226.644	16,6%	210.424	15,4%	871.644	63,8%	56.742	4,2%	1.365.454	100%
Italia Insulare	91.797	14,1%	89.215	13,8%	430.487	66,3%	37.318	5,8%	648.817	100%
Italia	1.266.420	20,7%	1.199.973	19,7%	3.432.916	56,2%	204.758	3,4%	6.104.067	100%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-
 Infocamere

Analizzando le distribuzioni delle forme giuridiche di impresa per genere e territorio (tab. 1.15), si scopre che alcuni territori raggiungono livelli di assoluto rilievo nella concentrazione delle forme giuridiche per genere e che sono poche le eccezioni al dato generale più sopra esposto: le forme dell'impresa individuale e della società di persone sono cioè territorialmente più diffuse tra le imprese femminili e, al contrario, le società di capitale e le altre forme sono territorialmente più diffuse tra le maschili. In particolare:

- le **imprese individuali** maschili hanno una quota inferiore delle femminili in ogni territorio del paese - ad eccezione del Trentino Alto Adige (imprese femminili superiori dello 0,5%) - soprattutto per via dei livelli dell'Italia Nord-Occidentale (49,2%) e dell'Italia Centrale (49,1%), che scendono al di sotto della media nazionale (56,2%) di quasi 7 punti percentuali; i valori più bassi di imprese individuali maschili sono raggiunti in Lombardia (il 44,9% contro il 47,5% delle femminili) e nel Lazio (il 43,2% contro il 52,9% delle femminili). Assolutamente rilevanti i valori delle imprese femminili del Molise (l'81,4% con il 69,3% delle maschili) e della Basilicata (l'80,9% contro il 68,8%);
- le **società di persone** femminili sono più delle maschili nella maggior parte delle regioni
 - ad eccezione del Friuli Venezia Giulia (imprese maschili maggiori dell'1,8%), del Molise (maggiori del 2,4% e con il secondo valore più basso del 9,8%) e della Basilicata (maggiori del 2,4% e con il valore più basso pari al 9,4%) - con la punta massima nell'Italia Nord-

Occidentale (28,6%) superiore alla media nazionale (19,7%) di quasi nove punti percentuali. In Trentino Alto Adige le società di persone femminili superano le maschili di oltre 11 punti percentuali (il 32,2% contro il 20,8%) e in Valle d'Aosta (il 29,2% contro il 27,6% delle maschili);

- le **società di capitale** maschili hanno quote maggiori delle femminili in tutto il paese con i valori più alti nell'Italia centrale (il 28,8% con il 18,9% delle femminili) e superiori di quasi 8 punti percentuali alla media nazionale (20,7%); a livello regionale la concentrazione più elevata è nel Lazio con il divario di genere più accentuato (rilevato anche in Friuli Venezia Giulia) di circa 11 punti percentuali (37,3% con il 26% delle femminili) e in Lombardia (31,8% contro il 21,7%);
- le **altre forme** maschili, analogamente alle società di capitale, hanno quote maggiori delle femminili in tutto il paese con i valori più alti nell'Italia insulare (il 6,1% con il 4,6% delle femminili) e superiori di quasi il doppio della media nazionale (3,4%), mentre a livello regionale la concentrazione più elevata è in Sicilia (7,1% con il 5% delle femminili) e in Basilicata (6% contro il 3,5% delle femminili) e il differenziale tra i generi più evidente in Campania (5,3% contro il 2,2%).

Tab. 1.15 - Distribuzione delle imprese registrate femminili e maschili per regione, per ripartizione geografica, per forma giuridica

(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRI FORME		TOTALE	
	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI
Piemonte	8,2%	15,2%	28,2%	25,9%	62,2%	56,8%	1,3%	2,2%	100,0%	100,0%
Valle D'Aosta	7,0%	16,2%	29,2%	27,6%	62,0%	52,7%	1,8%	3,6%	100,0%	100,0%
Lombardia	21,7%	31,8%	28,9%	20,2%	47,5%	44,9%	1,8%	3,1%	100,0%	100,0%
Liguria	9,9%	18,5%	28,3%	25,0%	60,3%	53,3%	1,4%	3,2%	100,0%	100,0%
Trentino-Alto Adige	5,6%	14,7%	32,2%	20,8%	61,1%	61,6%	1,1%	2,9%	100,0%	100,0%
Veneto	12,6%	22,1%	28,9%	21,3%	57,5%	54,5%	1,0%	2,1%	100,0%	100,0%
Friuli-Venezia Giulia	10,6%	21,9%	19,6%	21,5%	68,6%	54,2%	1,2%	2,4%	100,0%	100,0%
Emilia-Romagna	13,7%	21,8%	23,6%	22,6%	61,2%	52,9%	1,5%	2,7%	100,0%	100,0%
Toscana	14,0%	22,9%	25,7%	22,0%	58,8%	52,3%	1,5%	2,8%	100,0%	100,0%
Umbria	10,8%	19,2%	24,2%	23,4%	63,4%	54,2%	1,6%	3,2%	100,0%	100,0%
Marche	11,1%	19,6%	21,6%	20,1%	65,9%	58,1%	1,4%	2,2%	100,0%	100,0%
Lazio	26,0%	37,3%	17,8%	14,6%	52,9%	43,2%	3,3%	4,9%	100,0%	100,0%
Campania	12,8%	22,4%	24,7%	17,2%	60,3%	55,1%	2,2%	5,3%	100,0%	100,0%
Abruzzo	10,2%	18,2%	18,0%	17,3%	69,9%	61,7%	1,9%	2,9%	100,0%	100,0%
Molise	7,0%	14,8%	9,8%	12,2%	81,4%	69,3%	1,9%	3,7%	100,0%	100,0%
Puglia	11,2%	16,8%	13,9%	10,5%	72,1%	68,0%	2,9%	4,7%	100,0%	100,0%
Basilicata	6,3%	13,5%	9,4%	11,8%	80,9%	68,8%	3,5%	6,0%	100,0%	100,0%
Calabria	8,3%	14,1%	15,3%	12,5%	73,7%	68,7%	2,7%	4,6%	100,0%	100,0%
Sicilia	10,0%	15,2%	13,6%	11,7%	71,4%	66,0%	5,0%	7,1%	100,0%	100,0%
Sardegna	11,0%	16,0%	20,2%	17,4%	65,4%	63,0%	3,4%	3,6%	100,0%	100,0%
Italia Nord-Occidentale	15,9%	25,6%	28,6%	22,4%	53,9%	49,2%	1,6%	2,9%	100,0%	100,0%
Italia Nord-Orientale	12,2%	21,3%	26,2%	21,8%	60,4%	54,5%	1,2%	2,4%	100,0%	100,0%
Italia Centrale	18,9%	28,8%	23,4%	18,5%	57,5%	49,1%	2,3%	3,7%	100,0%	100,0%
Italia Meridionale	11,0%	18,6%	18,7%	14,2%	67,8%	62,4%	2,5%	4,8%	100,0%	100,0%
Italia Insulare	10,3%	15,4%	15,3%	13,2%	69,9%	65,2%	4,6%	6,1%	100,0%	100,0%
Italia	14,0%	22,8%	22,7%	18,7%	61,1%	54,8%	2,2%	3,7%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In realtà, la situazione al 2008 è conseguenza di una dinamica che dal 2003 ha portato le imprese femminili a "guadagnare" molte posizioni nelle forme di impresa "collettiva" (tab. 1.16a e 1.16b), in particolare nell'Italia Nord-Orientale. Se si va ad analizzare quale sia l'incidenza delle imprese femminili sulla variazione delle forme collettive d'impresa nel periodo considerato, si scopre che nelle altre forme raggiunge il valore più elevato a

livello nazionale (62,2%) e come questo sia particolarmente elevato in Sardegna (27 volte) dove la crescita di questo tipo di impresa è riconducibile essenzialmente al genere femminile.

La contrazione subita dalle società di persone, invece, è dovuta esclusivamente alle dinamiche negative delle imprese maschili (-4,2%) visto che le imprese femminili sono, invece, cresciute del 4%, e hanno impattato positivamente sul totale della variazione del totale delle società di persone italiane per il 48,2%. I valori più elevati si riscontrano in Molise (+14,3%) e Basilicata (+14,4%), mentre le uniche eccezioni di lieve entità sono in Lombardia e in Toscana, (rispettivamente -1,9% e -0,4%).

Tendenza negativa, invece, per le imprese individuali, che si sono contratte complessivamente dello 0,8% tra le imprese femminili e dello 0,9% tra le maschili ma con dinamiche diversificate e disomogenee sul territorio.

A contrastare la riduzione di questa forma giuridica (più accentuata nel Nord est, -3,6% le femminili e -2,8% le maschili) vi è stata la crescita delle imprese femminili della Lombardia (+0,4%), dell'Italia Centrale (+0,5% con, in particolare, Marche e Lazio), della Calabria (+3,6%) e dell'Italia insulare (+1,9%), nonché delle imprese maschili dell'Italia Nord-Occidentale (+2,1%, ad eccezione della Valle d'Aosta con il -2%) e del Lazio (+2,7%).

Tab. 1.16.a – Variazione relativa delle imprese registrate femminili e maschili per regione, per ripartizione geografica, per forme giuridiche collettive
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE			SOCIETA' DI PERSONE			ALTRI FORME		
	FEMMINILI Val. %	MASCHILI Val. %	Incidenza imprese femminili su variazioni totali Val. % (1)	FEMMINILI Val. %	MASCHILI Val. %	Incidenza imprese femminili su variazioni totali Val. % (1)	FEMMINILI Val. %	MASCHILI Val. %	Incidenza imprese femminili su variazioni totali Val. % (1)
Piemonte	97,4%	10,9%	45,9%	4,9%	-0,7%	181,5%	25,3%	-1,1%	140,1%
Valle D'Aosta	80,6%	12,3%	37,1%	1,6%	-6,5%	8,9%	-1,5%	4,3%	-6,7%
Lombardia	101,5%	7,3%	56,7%	-1,9%	-7,0%	-8,5%	54,3%	9,5%	37,6%
Liguria	86,0%	7,0%	55,9%	5,2%	0,0%	101,6%	29,4%	-2,4%	38,6%
Trentino-Alto Adige	123,0%	25,6%	20,9%	7,1%	-2,1%	534,8%	29,9%	5,4%	29,8%
Veneto	103,2%	18,0%	33,9%	7,4%	-2,6%	1440,7%	33,3%	5,8%	36,3%
Friuli-Venezia Giulia	102,2%	10,3%	44,9%	2,3%	-12,1%	4,9%	12,7%	-9,4%	20,0%
Emilia-Romagna	120,6%	15,1%	39,8%	2,4%	-3,5%	20,4%	41,8%	4,8%	46,7%
Toscana	99,5%	11,6%	47,4%	-0,4%	-7,2%	-1,7%	24,6%	-1,2%	160,9%
Umbria	87,5%	21,2%	34,1%	5,7%	1,3%	59,3%	12,4%	2,4%	44,8%
Marche	122,7%	20,9%	36,1%	0,5%	-6,0%	2,9%	31,2%	1,8%	71,6%
Lazio	113,2%	14,7%	47,8%	7,6%	-7,6%	49,3%	36,1%	7,8%	43,7%
Campania	103,7%	23,0%	37,0%	3,4%	-3,3%	106,7%	29,8%	-5,8%	152,3%
Abruzzo	95,0%	27,7%	32,6%	5,8%	-2,0%	1410,3%	11,9%	1,5%	64,3%
Molise	91,3%	25,9%	32,6%	14,3%	-1,7%	164,6%	0,5%	-4,1%	2,6%
Puglia	95,7%	26,7%	33,0%	14,0%	0,2%	95,6%	24,0%	2,8%	57,8%
Basilicata	113,0%	31,2%	28,8%	14,4%	3,0%	57,0%	11,6%	-5,0%	81,8%
Calabria	81,2%	30,0%	27,4%	9,8%	-8,2%	68,4%	24,3%	6,6%	38,0%
Sicilia	107,0%	27,1%	34,6%	6,5%	-1,0%	181,4%	23,0%	3,4%	57,0%
Sardegna	67,5%	23,4%	31,6%	13,8%	-2,7%	266,3%	15,7%	-4,0%	2700,0%
Italia Nord-Occidentale	99,5%	7,9%	54,4%	1,0%	-4,3%	8,4%	41,9%	5,5%	47,0%
Italia Nord-Orientale	111,0%	16,5%	36,1%	5,2%	-3,9%	64,7%	34,2%	3,8%	47,3%
Italia Centrale	109,3%	14,7%	45,7%	3,2%	-6,4%	19,8%	31,7%	4,6%	51,7%
Italia Meridionale	98,3%	25,5%	34,1%	6,7%	-2,8%	3615,5%	23,3%	-1,3%	160,8%
Italia Insulare	94,2%	26,1%	33,9%	8,9%	-1,6%	216,5%	21,5%	2,2%	67,0%
Italia	103,2%	15,3%	41,9%	4,0%	-4,2%	48,2%	28,6%	2,6%	62,2%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

(1): questo indice è calcolato come rapporto tra la variazione assoluta del numero delle imprese femminili e la variazione assoluta del numero di imprese totali; i risultati, quindi, sono diversi dalla differenza tra i tassi di variazione

Tab. 1.16.b – Variazione relativa delle imprese registrate femminili e maschili per regione, per ripartizione geografica, per imprese individuali
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	IMPRESE INDIVIDUALI		
	FEMMINILI Val. %	MASCHILI Val. %	Incidenza imprese femminili su variazioni totali Val. % (1)
Piemonte	-0,7%	1,6%	-18,9%
Valle D'Aosta	-12,7%	-2,0%	-73,5%
Lombardia	0,4%	2,6%	4,3%
Liguria	-6,0%	1,7%	-342,4%
Trentino-Alto Adige	-3,5%	-1,5%	-36,6%
Veneto	-4,1%	-4,3%	-21,4%
Friuli-Venezia Giulia	-8,0%	-5,8%	-35,6%
Emilia-Romagna	-1,6%	-0,6%	-43,0%
Toscana	-0,6%	2,2%	-11,0%
Umbria	-0,7%	-2,1%	-12,3%
Marche	1,3%	-1,3%	51,6%
Lazio	1,5%	2,7%	17,4%
Campania	1,6%	-1,3%	101,7%
Abruzzo	-2,2%	-2,3%	-29,6%
Molise	-8,2%	-4,8%	-48,0%
Puglia	-3,0%	-5,8%	-14,6%
Basilicata	-6,3%	-5,5%	-34,9%
Calabria	3,6%	-0,8%	292,3%
Sicilia	2,0%	-2,8%	32,2%
Sardegna	1,5%	-0,9%	108,7%
Italia Nord-Occidentale	-1,1%	2,1%	-19,2%
Italia Nord-Orientale	-3,6%	-2,8%	-27,8%
Italia Centrale	0,5%	1,5%	12,1%
Italia Meridionale	-0,8%	-3,1%	-9,0%
Italia Insulare	1,9%	-2,3%	37,5%
Italia	-0,8%	-0,9%	-22,7%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

(1): questo indice è calcolato come rapporto tra la variazione assoluta del numero delle imprese femminili e la variazione assoluta del numero di imprese totali; i risultati, quindi, sono diversi dalla differenza tra i tassi di variazione

1.2.3.1 Quanto dipendono le dinamiche dai fattori locali?

L'ANALISI SHIFT-SHARE

Quanto appena visto a proposito delle forme giuridiche lascia pensare che il risultato delle dinamiche locali possa essere conseguenza di vari aspetti sia di ordine generale sia di ordine strutturale. In altri termini, il quadro qui presentato porta a ritenere che vi siano spinte alle crescita che si sono combinate con intensità diversa nei vari territori. Una risposta può essere formulata ricorrendo alla metodologia statistica denominata “analisi *shift-share* classica” applicata alle variazioni intervenute, tra il 2003 e il 2008, nelle numerosità delle imprese in base alle forme giuridiche, per individuare quelle che sono definite componenti e distinguerle in una di carattere **tendenziale** (riguarda tutte le imprese a prescindere dalla forma giuridica), una di carattere **strutturale** (riguarda le forme giuridiche) e una di carattere **locale** (riguarda intrinsecamente ogni singola regione).

Attraverso questa analisi, “isolando” il contributo di ciascuna componente all’interno della dinamica delle imprese di ogni regione (tab. 1.17), si osserva come a determinare le variazioni abbiano diversamente inciso le componenti di carattere strutturale e quelle di carattere locale, che in alcuni casi hanno annullato la tendenza nazionale e in altri l’hanno amplificata e, in particolare, come ogni genere abbia a sua volta più o meno contribuito. Per citare alcuni esempi, il Lazio è l’unica regione che mostra tutte le componenti con un valore positivo sia nel totale delle imprese sia per genere, a dimostrare come in quel territorio vi sia stata una combinazione sempre positiva di tutti i caratteri; diversamente, Valle d’Aosta, Molise e Basilicata sono le uniche regioni dove tutte le componenti hanno agito in senso negativo, fino a sovrastare la positiva tendenza nazionale. E ancora, in Lombardia la positiva dinamica strutturale (variazioni per ogni forma giuridica regionale migliore di quella rispetto alle variazioni per forma giuridica a livello Italia) sommata a quella tendenziale (variazione del totale delle imprese italiane) hanno più che compensato la negativa dinamica locale (alcune forme giuridiche sono variate negativamente in misura superiore alla variazione positiva del totale delle imprese regionali) con un comportamento analogo per entrambi i generi.

Analisi shift-share classica

Questa metodologia si basa sulla scomposizione della variazione relativa del parametro di interesse (nel nostro caso imprese femminili e imprese maschili), in un arco temporale (nel nostro caso il periodo 2003-2008), di un territorio (nel nostro caso di ogni regione italiana), in tre componenti: tendenziale, strutturale e locale¹⁶.

Applicata alla variazione del numero di imprese per forma giuridica hanno i seguenti significati:

- la **componente tendenziale** indica sinteticamente l'entità della variazione percentuale di tutte le imprese italiane (media Italia), ovvero cosa sarebbe successo se in ogni regione le variazioni di ciascuna forma giuridica fossero state allineate a quella del totale delle imprese italiane;
- la **componente strutturale** indica sinteticamente in quale misura la variazione di ogni forma giuridica a livello regionale si sia rapportata con la variazione di ciascuna forma giuridica a livello nazionale, ovvero di quanto si sia scostata la variazione regionale per ciascuna forma giuridica rispetto alla variazione nazionale sempre per la stessa;
- la **componente locale** indica in quale misura all'interno della regione le variazioni di ciascuna forma giuridica abbiano inciso sulla variazione del totale delle imprese regionali.

La somma algebrica dei valori delle tre componenti ottenute in una regione, è pari al valore della variazione percentuale del numero di imprese della stessa regione.

$$g_{..} = \frac{Y_{t'} - Y_t}{\bar{Y}_t}$$

¹⁶ La componente tendenziale è calcolata come

$$\sum_i (g_{r.} - g_{..}) \frac{Y_{rit2003}}{Y_{rt2003}}$$

dove di imprese femminili (o maschili); la componente strutturale è calcolata come

$$g_{r.} = \frac{Y_{it'} - Y_{it}}{Y_{it}} \quad \text{ovvero è la media ponderata dei differenziali tra la variazione relativa della forma giuridica i-esima e la variazione relativa del complesso delle forme giuridiche, in cui i pesi sono le percentuali della variabile di interesse (del numero di imprese femminili) nella regione r-esima della forma giuridica i-esima al tempo 2003; la componente locale è calcolata come}$$

$$\sum_i (g_{ri} - g_{r.}) \frac{Y_{rit2003}}{Y_{rt2003}}$$

ovvero come media ponderata dei differenziali tra la variazione relativa della forma giuridica i-esima nella regione r-esima e la variazione del complesso delle forme giuridiche della regione r-esima, in cui i pesi sono le percentuali del numero di imprese femminili nella regione r-esima e della forma giuridica i-esima al tempo 2003.

Dove:

t' = anno 2008

t = anno 2003

r = regione

i = forma giuridica

$..$ = totale regioni e totale forma giuridica

**Tab. 1.17 – Le componenti della variazione del numero di imprese registrate totali, femminili e maschili
(Anni 2003-2008)**

Regioni e ripartizioni geografiche	Femminili				Maschili				Totali			
	Componente tendenziale	Componente strutturale	Componente locale	Var. 2003/2008	Componente tendenziale	Componente strutturale	Componente locale	Var. 2003/2008	Componente tendenziale	Componente strutturale	Componente locale	Var. 2003/2008
Piemonte	8,7	-3,2	0,0	5,5	1,8	-1,3	1,6	2,2	3,4	-1,5	1,1	3,0
Valle D'Aosta	8,7	-3,9	-10,0	-5,2	1,8	-1,3	-1,7	-1,1	3,4	-1,6	-4,0	-2,1
Lombardia	8,7	5,1	-1,2	12,7	1,8	1,5	-1,3	2,1	3,4	2,2	-1,6	4,1
Liguria	8,7	-2,1	-4,1	2,5	1,8	-0,6	0,8	2,1	3,4	-0,8	-0,4	2,2
Trentino-Alto Adige	8,7	-5,0	-0,3	3,4	1,8	-1,4	1,3	1,8	3,4	-1,9	0,6	2,1
Veneto	8,7	-1,0	-1,1	6,6	1,8	-0,3	-1,1	0,4	3,4	-0,4	-1,3	1,7
Friuli-Venezia Giulia	8,7	-2,8	-5,9	0,0	1,8	-0,3	-5,8	-4,3	3,4	-0,5	-6,2	-3,3
Emilia-Romagna	8,7	-1,0	0,4	8,1	1,8	-0,3	0,3	1,9	3,4	-0,2	-0,1	3,1
Toscana	8,7	0,0	-1,5	7,3	1,8	0,0	0,0	1,8	3,4	0,0	-0,4	3,0
Umbria	8,7	-1,5	-0,8	6,4	1,8	-0,8	1,6	2,7	3,4	-1,0	1,2	3,6
Marche	8,7	-2,5	1,7	8,0	1,8	-0,7	0,3	1,4	3,4	-0,9	0,5	2,9
Lazio	8,7	7,5	3,8	20,1	1,8	2,4	1,1	5,4	3,4	3,2	1,9	8,5
Campania	8,7	-0,5	1,4	9,6	1,8	-0,1	0,9	2,6	3,4	-0,3	1,4	4,5
Abruzzo	8,7	-2,4	-1,5	4,8	1,8	-0,9	1,3	2,2	3,4	-1,3	0,9	2,9
Molise	8,7	-4,9	-6,5	-2,6	1,8	-1,1	-1,5	-0,8	3,4	-1,9	-2,8	-1,4
Puglia	8,7	-1,9	-1,1	5,8	1,8	-0,8	-1,6	-0,5	3,4	-1,3	-1,2	0,9
Basilicata	8,7	-5,2	-4,2	-0,6	1,8	-1,2	-1,3	-0,7	3,4	-2,0	-2,1	-0,7
Calabria	8,7	-2,9	3,0	8,9	1,8	-1,2	1,3	1,9	3,4	-1,8	2,0	3,6
Sicilia	8,7	-2,0	2,4	9,1	1,8	-0,9	0,6	1,5	3,4	-1,4	1,3	3,3
Sardegna	8,7	-0,2	0,5	9,1	1,8	-1,1	1,1	1,8	3,4	-1,3	1,4	3,5
Italia Nord-Occidentale	8,7	1,4	-1,3	8,8	1,8	0,5	-0,3	2,1	3,4	0,8	-0,7	3,5
Italia Nord-Orientale	8,7	-1,6	-1,0	6,1	1,8	-0,4	-0,7	0,7	3,4	-0,5	-1,1	1,8
Italia Centrale	8,7	2,8	1,3	12,8	1,8	0,9	0,6	3,4	3,4	1,2	0,9	5,5
Italia Meridionale	8,7	-1,8	0,1	7,0	1,8	-0,6	0,1	1,3	3,4	-1,0	0,4	2,7
Italia Insulare	8,7	-1,6	1,9	9,1	1,8	-1,0	0,7	1,6	3,4	-1,3	1,3	3,3
Italia	8,7	0,0	0,0	8,7	1,8	0,0	0,0	1,8	3,4	0,0	0,0	3,4

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In termini più generali, analizzando ciascuna componente si osserva che:

- tutte le regioni - a meno di Lombardia, Lazio e Toscana che hanno trainato la crescita - e per entrambi i generi hanno “sofferto” una dinamica strutturalmente negativa delle forme giuridiche (perché peggiore di quella nazionale);
- la maggior parte delle regioni per le imprese maschili e una parte delle regioni per le imprese femminili, hanno beneficiato di positive dinamiche locali di crescita di alcune forme giuridiche, quali ad esempio le società di capitali e le società di persone.

Questo approccio di analisi svela che alla tendenziale crescita del totale delle imprese (componente tendenziale), hanno inciso fortemente gli aspetti strutturali e quelli locali esaltando o attenuando o addirittura eliminando la tendenza nazionale. Dal punto di vista strutturale non si hanno particolari differenze tra imprese femminili e maschili, nel senso che le variazioni delle forme giuridiche nelle regioni rispetto alle variazioni a livello nazionale hanno sostanzialmente lo stesso “segno” (positivo o negativo) sia tra le imprese femminili che tra le maschili. Invece, dal punto di vista locale si riscontrano dinamiche più positive tra le imprese maschili piuttosto che tra le femminili, nel senso che i “segni” cambiano da territorio a territorio a seconda che si tratti di imprese maschili o di imprese femminili.

In sintesi, la componente tendenziale per le imprese femminili è un fattore che spinge in ogni territorio con intensità maggiore di tutti gli altri fattori e che dà l'idea di come questa tipologia di impresa cresca numericamente con più rapidità delle altre. E soprattutto per le imprese femminili esiste un'alta variabilità da regione a regione.

1.2.4 Natalità e mortalità delle imprese

LE IMPRESE FEMMINILI SOPRAVVIVONO DI PIÙ

La notevole crescita del numero complessivo di imprese tra il 2003 e il 2008 si riferisce alle consistenze annuali, come saldo tra nascita e cessazione delle attività economiche nel corso di un anno. Analizzare in quale misura si siano manifestate natalità e mortalità delle imprese nel corso degli anni e quale siano state nel 2008 le intensità a livello locale, può aiutare a comprendere meglio la vitalità del sistema produttivo italiano. In questo lavoro ci si focalizza sulle componenti di genere, dato che periodicamente¹⁷ l'informazione è fornita per il totale delle imprese.

La natalità totale è oscillata (graf 1.15) negli anni tra il 7,2% e il 6,7% con una diminuzione di 0,5 punti percentuali in 5 anni e di contro la mortalità¹⁸ è passata dal 5,7% al 7,1%; questo ha fatto sì che il tasso di crescita annuale dal 1,5% del 2004 sia calato per diventare negativo già nel 2007 (-0,1%) e scendere ulteriormente al -0,3% del 2008. Appare subito evidente che il comportamento delle imprese femminili si distingue positivamente per non aver mai generato un tasso di crescita negativo e questo contribuisce a spiegare perché la variazione del totale delle imprese femminili registrate sia stata maggiore di quella delle imprese maschili.

Focalizzando l'attenzione sul 2008, è altrettanto evidente che il (peggiore tra quelli rilevati nel periodo esaminato) tasso di crescita¹⁹ negativo del totale delle imprese (-0,3%) è dovuto essenzialmente alla performance delle imprese maschili (-0,5%), mentre le femminili hanno fatto segnare un tasso di crescita dello 0,2%.

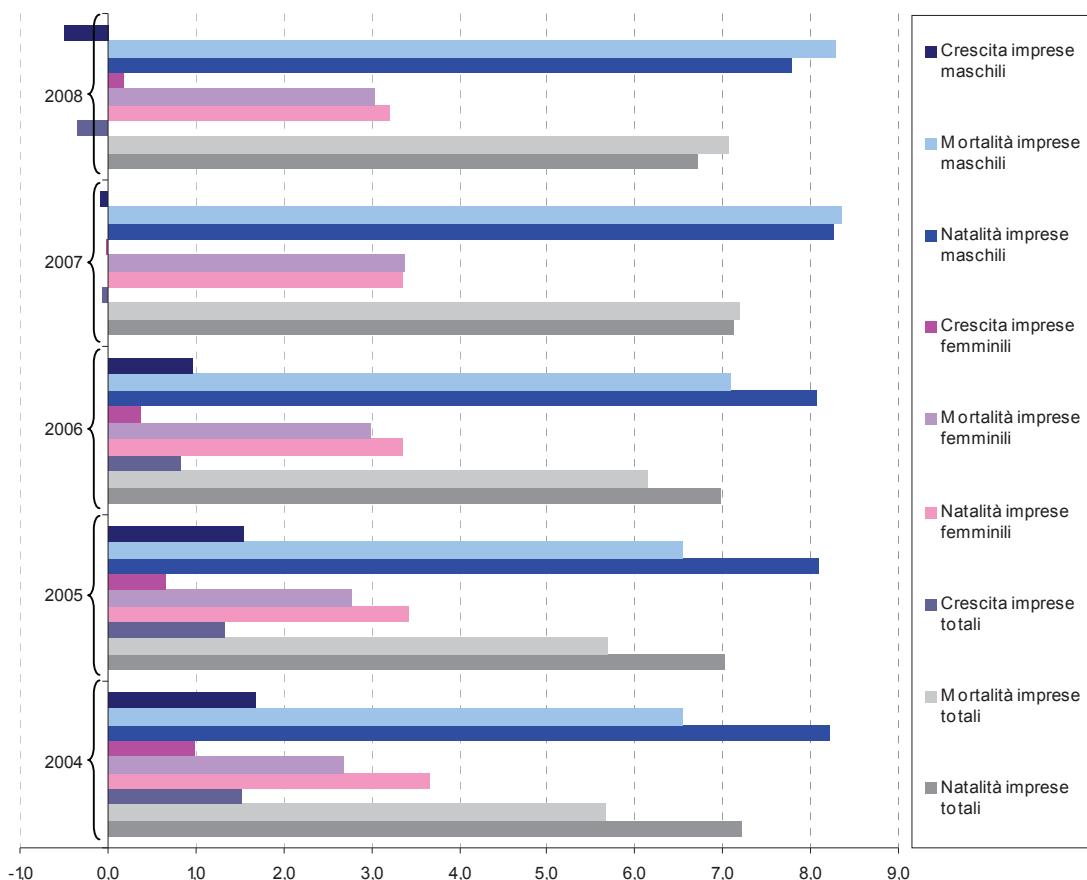
Prendendo singolarmente i tassi di natalità e di mortalità, risaltano i valori più elevati della componente maschile che, nel 2008, ha avuto sia più imprese "neonate" (7,8% contro il 3,2% delle femminili), che maggiori imprese cessate (7,1% contro il 3% delle femminili), arrivando al tasso di crescita negativo sopradetto. Questo vuol dire che le variazioni positive del numero di imprese (vedere paragrafo 1.2) per entrambi i generi dal 2003 al 2008, sono maturate a seguito di un "turn-over" che è stato maggiore (e negativo) tra le maschili e che, invece, per le femminili denota una maggiore capacità di sopravvivenza.

¹⁷ Unioncamere pubblica trimestralmente i dati Movimprese - elaborati da Infocamere - sulla natalità, la mortalità e sulla crescita delle imprese.

¹⁸ Va precisato che nelle analisi fatte sono state prese a riferimento tutte le cessazioni, comprese quelle "di ufficio". Le "cessazioni di ufficio" sono quelle effettuate dalle Camere di Commercio nell'ambito delle funzioni attribuite dalla normativa sulla gestione del Registro Imprese e che si riferiscono al verificarsi di specifiche fattispecie definite dal D.P.R. N. 247 del 23 luglio 2004.

¹⁹ Il *tasso di natalità* di un determinato periodo (trimestrale, semestrale, annuale, pluriannuale) è il rapporto tra il numero delle imprese iscritte nel periodo considerato e lo stock di imprese esistenti a inizio periodo ed esprime la percentuale di nuove imprese che si sono aggiunte allo stock iniziale in un dato periodo; il *tasso di mortalità* di un determinato periodo (trimestrale, semestrale, annuale, pluriennale) è il rapporto tra il numero delle imprese cessate nell'intervallo considerato e lo stock di imprese esistenti a inizio periodo ed esprime la percentuale di imprese di cui è diminuito lo stock in un dato periodo; il *tasso di crescita* è la differenza tra il tasso di natalità e quello di mortalità, esprime, in forma percentuale, l'incremento (o il decremento) del numero di imprese registrate in un dato periodo (trimestrale, semestrale, annuale, pluriennale).

Graf. 1.15 – Tasso di natalità, di mortalità e di crescita delle imprese femminili, maschili e totali (Anni 2004-2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Approfondendo la situazione del 2008 a livello territoriale (tab. 1.18), risulta che, a livello generale, solo l'Italia Centrale ha un tasso di crescita positivo (+0,4%) trainata dalla performance del Lazio (+1,1%), nettamente superiore alla media nazionale e con il tasso di natalità più elevato d'Italia (7,4%). Al lato opposto si collocano la Valle d'Aosta e il Friuli Venezia Giulia (-2,8%), che hanno anche i tassi di mortalità più elevati d'Italia (rispettivamente 8,8% e 8,7%).

Rispetto al genere, le imprese femminili si confermano più dinamiche anche a livello locale dove riescono ad avere sempre tassi di crescita migliori delle maschili, anche quando il valore di entrambi gli aggregati è negativo. Per maggiore chiarezza, va evidenziato che i tassi di natalità come quelli di mortalità delle imprese maschili sono sempre maggiori di quelli delle femminili, specularmente a quanto detto sopra a proposito della situazione generale, ovvero del “turn over” più accentuato.

**Tab. 1.18 - Tasso di natalità, di mortalità e di crescita
delle imprese femminili e maschili
(Anno 2008)**

Regioni e ripartizioni geografiche	IMPRESE FEMMINILI			IMPRESE MASCHILI		
	TASSO DI NATALITA'	TASSO DI MORTALITA'	TASSO DI CRESCITA	TASSO DI NATALITA'	TASSO DI MORTALITA'	TASSO DI CRESCITA
Piemonte	3,0%	3,0%	0,0%	8,3%	8,2%	0,2%
Valle D'Aosta	2,6%	4,9%	-2,3%	7,2%	10,1%	-2,9%
Lombardia	3,3%	3,0%	0,4%	8,1%	8,5%	-0,4%
Liguria	2,9%	3,5%	-0,5%	8,0%	8,8%	-0,7%
Trentino-Alto Adige	2,5%	2,5%	0,0%	6,1%	6,4%	-0,3%
Veneto	3,0%	2,9%	0,1%	7,2%	8,1%	-0,9%
Friuli-Venezia Giulia	2,6%	3,3%	-0,6%	7,0%	10,4%	-3,4%
Emilia-Romagna	3,1%	3,2%	-0,1%	7,6%	8,3%	-0,7%
Toscana	3,4%	3,3%	0,1%	8,5%	9,0%	-0,5%
Umbria	3,1%	2,6%	0,5%	7,4%	7,1%	0,3%
Marche	3,1%	2,6%	0,4%	7,6%	7,8%	-0,2%
Lazio	3,7%	3,1%	0,6%	8,6%	7,3%	1,2%
Campania	3,3%	3,2%	0,1%	8,0%	8,1%	-0,1%
Abruzzo	2,8%	2,6%	0,2%	7,9%	8,0%	-0,1%
Molise	2,0%	2,3%	-0,4%	7,2%	7,8%	-0,6%
Puglia	3,5%	3,4%	0,1%	7,8%	9,5%	-1,7%
Basilicata	2,1%	2,0%	0,1%	5,9%	6,6%	-0,7%
Calabria	4,0%	3,2%	0,8%	8,0%	9,3%	-1,3%
Sicilia	2,9%	2,7%	0,2%	6,5%	8,1%	-1,6%
Sardegna	3,1%	2,9%	0,3%	7,1%	7,6%	-0,5%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	3,2%	3,0%	0,1%	8,1%	8,4%	-0,3%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	3,0%	3,0%	0,1%	7,3%	8,2%	-1,0%
<i>Italia Centrale</i>	3,5%	3,1%	0,4%	8,3%	7,9%	0,4%
<i>Italia Meridionale</i>	3,3%	3,1%	0,2%	7,8%	8,6%	-0,8%
<i>Italia Insulare</i>	3,0%	2,8%	0,2%	6,7%	8,0%	-1,3%
Italia	3,2%	3,0%	0,2%	7,8%	8,3%	-0,5%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

N.B.: Nel calcolo dei tassi di mortalità sono state incluse le "cessazioni di ufficio", pertanto i valori sono diversi da quelli dei comunicati trimestrali di Unioncamere-Infocamere.

Volendo leggere questi dati in combinazione con quelli della variazione del numero di imprese (cfr. capitolo 1.2), si osserva che solo per le regioni nelle quali il tasso di mortalità è ai massimi livelli nel 2008, si hanno anche le variazioni negative del numero di imprese (Valle d'Aosta per le femminili e Friuli Venezia Giulia per le maschili), mentre per il tasso di natalità la stessa combinazione si ha solo per le imprese maschili del Lazio, mentre per le femminili è la Calabria il territorio più "prolifico" (natalità 4%), ma non tale da generare il valore massimo della variazione delle imprese (variazione 8,9% contro il 20,1% del Lazio).

1.2.5 La propensione imprenditoriale

POTENZIALITÀ ANCORA DA ESPRIMERE

Fino ad ora sono state presentate le dinamiche del sistema imprenditoriale italiano in ottica di genere ragionando su alcune caratteristiche strutturali quali le variazioni delle numerosità delle imprese registrate, la distribuzione per settori di attività economica, le concentrazioni territoriali e settoriali, le variazioni intervenute nelle consistenze delle forme giuridiche, la nati-mortalità. Tutte le suggestioni e le riflessioni formulate stimolano la considerazione che forse queste dinamiche possano risentire della componente più strettamente socio-demografica di ciascun genere: è “plausibile” sostenere che il numero di imprese possa essere collegata al numero di persone effettivamente capaci, per condizioni e per età, di creare e condurre un’impresa?

Rispondere al quesito richiederebbe analisi più approfondite e anche diverse da quelle utilizzate in questo lavoro; una parziale risposta si può fornire utilizzando il concetto di propensione imprenditoriale. Normalmente per esprimere la propensione degli individui ad intraprendere un’attività economica si utilizza l’indice di densità imprenditoriale²⁰. In questo caso si è voluto, invece, rapportare il numero delle imprese esistenti rispetto alla parte di popolazione che per età e per atteggiamento “attivo”²¹ verso il mercato del lavoro ha l’effettiva possibilità di svolgere un’attività imprenditoriale: il numero di imprese registrate rispetto alla forza lavoro²² è denominato *indicatore di propensione imprenditoriale*²³. In questo modo, anziché considerare tutta la popolazione residente si restringe il bacino agli effettivi potenziali imprenditori/imprenditrici, escludendo sia le persone che non hanno l’età per svolgere un’attività lavorativa sia le persone che, pur potendo, non vogliono svolgere attività lavorativa²⁴.

²⁰ Nella maggior parte dei casi si calcola il numero di unità locali (o di imprese) ogni 100 o 1.000 abitanti residenti, mentre alcune declinazioni interessanti sono quelle del Centro Studi Unioncamere che presenta anche la densità imprenditoriale in base alla popolazione percepitrice di reddito (www.starnet.unioncamere.it). Un’ulteriore modalità di calcolo della densità imprenditoriale è il rapporto tra il numero di imprese e i chilometri quadrati dell’area geografica considerata.

²¹ La popolazione attiva è la parte di popolazione di uno Stato che è in grado, salvo impedimenti temporanei, di svolgere legalmente attività lavorativa. La definizione ISTAT della popolazione attiva è “La somma delle persone occupate, di quelle disoccupate alla ricerca di nuova occupazione e delle persone in cerca di prima occupazione”.

²² Si fa riferimento ai dati rilevati dall’ISTAT la cui definizione è “Le persone occupate e le persone in cerca di occupazione”.

²³ L’indice di propensione imprenditoriale è il rapporto tra il numero di imprese registrate di un determinato periodo e territorio e la forza lavoro disponibile nello stesso periodo e territorio.

²⁴ Occorre tener presente che in questa classe ci sono le casalinghe e i “Neet” (No education, No employment, No training) come rilevato da fonte Istat nel giugno 2010 per l’Italia.

Tab. 1.19 – Indice di propensione imprenditoriale per genere e totale e confronto con il tasso di femminilizzazione

(Anni 2004-2008)

Propensione imprenditoriale e femminilizzazione imprese	2004	2005	2006	2007	2008
FEMMINILE	13,7%	14,0%	14,2%	14,1%	14,0%
MASCHILE	31,6%	31,8%	32,0%	31,6%	31,4%
TOTALE (MASCHILE E FEMMINILE)	24,3%	24,6%	24,8%	24,5%	24,3%
TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE	22,8%	23,0%	23,2%	23,3%	23,4%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere e Rilevazioni Forze Lavoro, ISTAT

L'indice così calcolato (tab. 1.19), nel periodo 2004-2008 presenta un andamento "a campana" con valori poco variabili tra gli anni (circa mezzo punto percentuale tra il valore massimo e quello minimo), che denotano una certa stabilità nella propensione imprenditoriale di entrambi i generi, ma con valori nettamente superiori di quello maschile (più del doppio) rispetto a quello femminile.

Viene da chiedersi allora cosa sia successo, visto che da un lato le imprese femminili sono numericamente cresciute e percentualmente più delle maschili e dall'altro, la propensione imprenditoriale dal 2007 tende a diminuire a fronte di un tasso di femminilizzazione in crescita.

La risposta più ragionevole è che il genere femminile sia ad un livello di partecipazione al mondo imprenditoriale notevolmente al di sotto delle proprie potenzialità (tab. 1.20): rimangono ancora molti spazi da utilizzare attraverso nuove attività economiche e/o l'acquisto o subentro in quelle esistenti. Conferma è data dall'osservazione dell'andamento di ciascuna componente dell'indice, dalla quale risulta chiaro che la crescita della forza lavoro femminile, tranne il lieve calo avvenuto tra il 2004 e il 2005, non si è "trasformata" in un aumento, per così dire "adeguato" (non necessariamente deve essere proporzionale) della crescita del numero di imprese.

Tab. 1.20 – Imprese e Forza Lavoro per genere

(Anni 2004-2008)

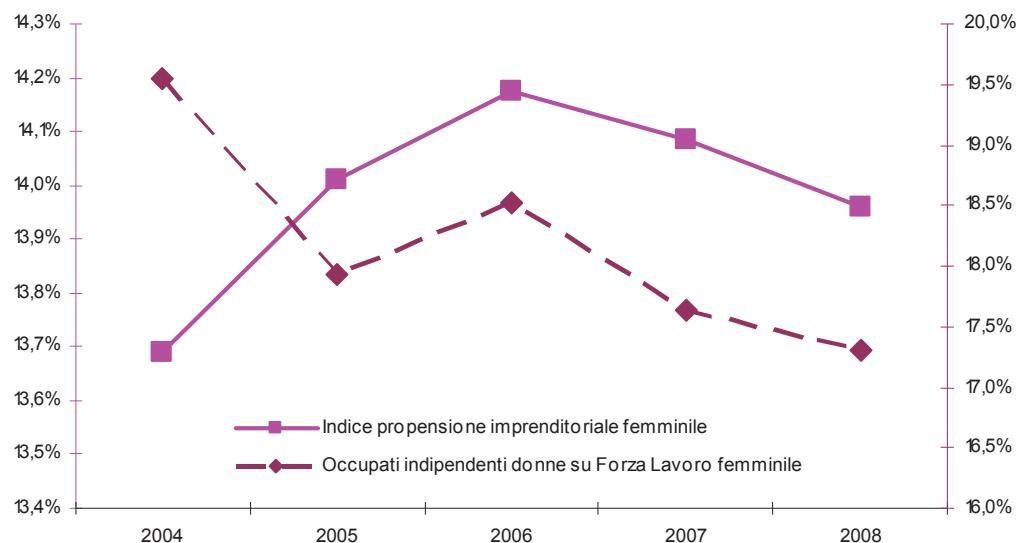
IMPRESE E FORZA LAVORO	2004	2005	2006	2007	2008
Imprese femminili registrate	1.366.473	1.397.131	1.418.464	1.426.029	1.429.267
Forza Lavoro femminile	9.982.269	9.972.170	10.006.454	10.124.495	10.237.890
Imprese maschili registrate	4.631.276	4.675.893	4.707.050	4.697.243	4.674.800
Forza Lavoro maschile	14.666.184	14.693.346	14.720.297	14.856.466	14.886.701

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere e Rilevazioni Forze Lavoro, ISTAT

Anche il confronto tra l'indice di propensione imprenditoriale e il rapporto tra occupati indipendenti e Forza Lavoro (graf. 1.16), evidenzia che per le donne cresce di più la popolazione attiva rispetto alla stessa popolazione che decide di avviare una attività

imprenditoriale a partire dal 2006, invertendo la (seppur minima) crescita avvenuta precedentemente.

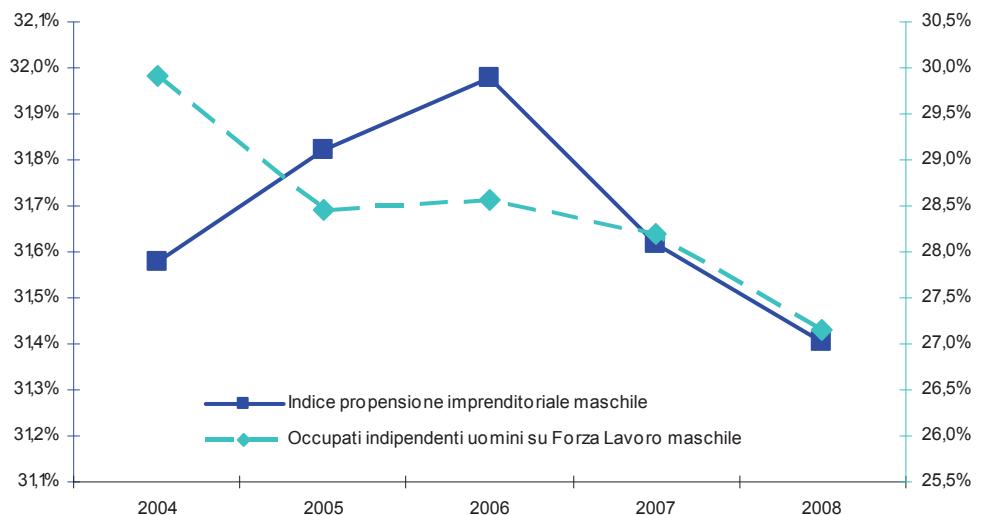
Graf. 1.16 – Propensione imprenditoriale femminile e occupati indipendenti donne su Forza Lavoro femminile
(Anni 2004-2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere e Rilevazioni Forze Lavoro, ISTAT

Comportamento tendenzialmente analogo si rileva anche nel maschile (graf. 1.17), ma solo fino al 2006, che si connota come l'anno dopo il quale per entrambi i generi si riduce la propensione imprenditoriale.

Graf. 1.17 – Propensione imprenditoriale maschile e occupati indipendenti uomini su totale Forza Lavoro maschile
(Anni 2004-2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere e Rilevazioni Forze Lavoro, ISTAT

Infatti, il calo della propensione imprenditoriale femminile nonostante l'aumento della forza lavoro, risulta ancora più accentuato nel maschile che, tra l'altro, ha sempre contato su un crescente bacino di potenziali imprenditori (la Forza Lavoro).

Dunque gli andamenti dell'indice sono analoghi tra gli uomini e le donne, la differenza di quasi 15 punti percentuali dimostra che ci sono spazi per una ulteriore partecipazione femminile al mondo imprenditoriale.

1.2.6 L'occupazione generata dalle imprese femminili e maschili

I numerosi studi condotti sull'evoluzione della struttura dimensionale del sistema imprenditoriale italiano evidenziano come si sia progressivamente accresciuto il ruolo delle piccole e medie imprese, che hanno "sostituito" le grandi imprese sia per peso sul sistema economico sia per occupazione creata e in molti casi assorbita.

Quello che viene qui presentato, per la prima volta nel panorama delle analisi e ricerche su questo tema, è una ricostruzione delle dimensioni d'impresa e dell'occupazione per genere d'impresa. Utilizzando i dati del sistema camerale, integrati con quelli dell'ISTAT (archivio ASIA) è fornito il quadro di quanto avvenuto nel periodo dal 2003 al 2006²⁵.

Un primo spunto di riflessione viene dall'osservazione del numero di addetti. Si può affermare che le imprese femminili hanno progressivamente aumentato il proprio contributo alla creazione di posti di lavoro (tab. 1.21) passando dal 9,5% al 10,6% del totale degli addetti²⁶ del paese, distinguendosi dalle imprese maschili per incrementi percentuali più consistenti in ogni anno analizzato: si va dal 4,7% di incremento occupazionale tra il 2003 e il 2004 (contro lo 0,1% delle maschili) al 3,6% di incremento tra il 2005 e il 2006 (contro l'1,5% delle maschili).

Tab. 1.21 - Numero addetti nelle imprese femminili e maschili: valore % rispetto al totale degli addetti e variazioni annuali degli addetti
(Anni 2003-2006)

Numero addetti	2003	2004	2005	2006
Numero addetti nelle imprese femminili	1.572.117	1.645.732	1.749.370	1.812.981
% sul totale degli addetti	9,5%	9,9%	10,4%	10,6%
Var. % addetti imprese femminili	--	4,7%	6,3%	3,6%
Numero addetti nelle imprese maschili	14.892.318	14.907.375	15.141.693	15.368.571
% sul totale degli addetti	90,5	90,1	89,6	89,4
Var. % addetti imprese maschili	--	0,1%	1,6%	1,5%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

²⁵ Il 2003 è il primo anno in cui sono disponibili i dati delle imprese femminili e il 2006 è l'ultimo anno in cui, al momento della elaborazione, erano disponibili i dati di ASIA. Rispetto a questo ultimi sono escluse le imprese che, nell'archivio, non hanno codice ATECO 2002, quelle del settore Agricoltura, quelle che non hanno forma giuridica e non hanno localizzazione.

²⁶ Le analisi qui condotte utilizzano i dati sugli addetti, ovvero (definizione ISTAT) sia i lavoratori indipendenti, sia quelli dipendenti (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione e lavoro), anche se temporaneamente assenti (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, cassa integrazione guadagni eccetera). Comprende, inoltre, il titolare/i dell'impresa partecipante/i direttamente alla gestione, i cooperatori (soci di cooperative che come corrispettivo della loro prestazione percepiscono un compenso proporzionato all'opera resa e una quota degli utili dell'impresa), i coadiuvanti familiari (parenti o affini del titolare che prestano lavoro manuale senza una prefissata retribuzione contrattuale), i dirigenti, quadri, impiegati, operai e apprendisti.

Analizzando, invece, i dati per classi dimensionali²⁷ si nota che le imprese femminili si sono distribuite in modo similare alle maschili (tab. 1.22), concentrandosi per la grande maggioranza nella classe delle micro imprese (da 1 a 9 addetti) sia nel 2003 (97,4%) sia nel 2006 (97%); risultano, del tutto marginali nella classe delle grandi imprese dove, nel 2006, raggiungevano appena 45 unità contro le oltre 3.500 delle maschili.

Tab. 1.22 - Distribuzione delle imprese femminili e maschili per classe dimensionale di addetti
(Anni 2003-2006)

Classe dimensionale (addetti)	2003			2006		
	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	TOTALE
da 1 a 9	97,4%	94,2%	94,8%	97,0%	94,3%	94,7%
da 10 a 49	2,5%	5,1%	4,7%	2,9%	5,0%	4,7%
da 50 a 249	0,1%	0,6%	0,5%	0,1%	0,6%	0,5%
da 250 e oltre	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Tra il 2003 e il 2006 (tab. 1.23) vi è una lieve riduzione del peso delle micro imprese e una leggera lievitazione delle piccole (da 10 a 49 addetti) ed in particolare tale fenomeno è più accentuato per le imprese femminili. L'occupazione presso l'impresa femminile rimane comunque concentrata nella micro dimensione e assolutamente marginale nella grande impresa, nonostante la variazione intervenuta tra il 2003 e il 2006 nel numero di imprese abbia in parte attenuato questo sbilanciamento.

Tab. 1.23 - Distribuzione % degli addetti per classe dimensionale di addetti nelle imprese femminili e maschili
(Anni 2003-2006)

Classe dimensionale (addetti)	2003			2006		
	N. MEDIO ADDETTI NELLE IMPRESE FEMMINILI	N. MEDIO ADDETTI NELLE IMPRESE MASCHILI	N. MEDIO ADDETTI NEL TOTALE IMPRESE	N. MEDIO ADDETTI NELLE IMPRESE FEMMINILI	N. MEDIO ADDETTI NELLE IMPRESE MASCHILI	N. MEDIO ADDETTI NEL TOTALE IMPRESE
da 1 a 9	79,5%	43,1%	46,6%	76,0%	42,9%	46,4%
da 10 a 49	17,5%	21,6%	21,2%	18,8%	21,2%	21,0%
da 50 a 249	2,6%	13,4%	12,4%	4,2%	13,6%	12,6%
da 250 e oltre	0,4%	21,9%	19,9%	1,0%	22,3%	20,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

²⁷ Le classi utilizzate sono quelle definite dai documenti comunitari e in particolare la Raccomandazione 2003/361/CE pubblicata sulla GUCE L124 del 20 maggio 2003.

A fronte di quella che sembra essere la generale tendenza alla crescita dimensionale e al conseguente aumento dell'occupazione nelle classi di dimensione maggiore, va verificato se questa sia il riflesso di analoghe tendenze omogenee sul territorio o se vi siano situazioni diversificate, come già osservato per altri fattori presentati in questo lavoro.

Ebbene, partendo dai dati del 2006, la distribuzione delle imprese in base alla loro dimensione (tab. 1.24) ricalca quanto già detto a livello nazionale, salvo mettere in evidenza la marginale presenza (13 nel Lazio; 12 in Lombardia; quattro in Campania e Emilia Romagna; due in Liguria e Sicilia; una in Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Abruzzo, Puglia e Calabria) o totale assenza di grandi imprese femminili (tutte le altre regioni non ne hanno) e la scarsa presenza delle medie imprese femminili in Val d'Aosta e Basilicata.

Tab. 1.24 - Imprese femminili e maschili per classe dimensionale di addetti e per regione
(Anno 2006)

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Piemonte	97,3%	94,3%	2,6%	4,9%	0,1%	0,7%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Valle D'Aosta	97,9%	94,9%	2,0%	4,6%	0,0%	0,5%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Lombardia	96,7%	93,0%	3,2%	6,0%	0,1%	0,8%	0,0%	0,2%	100,0%	100,0%
Liguria	97,6%	95,4%	2,3%	4,2%	0,1%	0,4%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Trentino-Alto Adige	95,4%	92,6%	4,5%	6,6%	0,1%	0,7%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Veneto	96,2%	92,7%	3,7%	6,4%	0,1%	0,8%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Friuli-Venezia Giulia	96,8%	93,0%	3,1%	6,1%	0,1%	0,7%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Emilia-Romagna	97,2%	93,6%	2,7%	5,6%	0,1%	0,7%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Toscana	97,0%	94,3%	2,9%	5,2%	0,1%	0,4%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Umbria	97,2%	94,0%	2,7%	5,3%	0,1%	0,6%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Marche	96,0%	93,1%	3,9%	6,2%	0,1%	0,6%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Lazio	97,1%	95,6%	2,7%	3,8%	0,1%	0,5%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Campania	97,3%	95,6%	2,5%	3,9%	0,1%	0,4%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Abruzzo	97,0%	94,9%	2,9%	4,6%	0,1%	0,5%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Molise	97,9%	95,5%	2,0%	4,1%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Puglia	96,8%	95,7%	3,0%	3,9%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Basilicata	97,8%	95,7%	2,2%	3,9%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Calabria	97,9%	96,6%	2,0%	3,2%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Sicilia	97,4%	96,1%	2,4%	3,6%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Sardegna	96,4%	95,5%	3,4%	4,1%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Italia Nord-Occidentale	97,0%	93,6%	2,9%	5,5%	0,1%	0,8%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Italia Nord-Orientale	96,6%	93,1%	3,3%	6,1%	0,1%	0,7%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Italia Centrale	96,9%	94,7%	2,9%	4,8%	0,1%	0,5%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Italia Meridionale	97,3%	95,7%	2,6%	3,9%	0,1%	0,4%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Italia Insulare	97,2%	95,9%	2,7%	3,7%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Italia	97,0%	94,3%	2,9%	5,0%	0,1%	0,6%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Emergono però alcune “particolarità” interessanti:

- la conferma della prevalenza delle imprese femminili sulle maschili, nella micro dimensione in tutte le regioni (la differenza più alta si trova in Friuli Venezia Giulia, mentre la più bassa in Sardegna);
- nella classe delle piccole, la differenza tra le imprese femminili e le maschili, è più accentuata (maschili maggiori del 3% circa) in Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia, meno accentuata in Sardegna (maschili maggiore dello 0,7% circa);
- nella classe delle medie, la differenza tra le imprese femminili e le maschili, è più accentuata in Friuli Venezia Giulia, Lombardia e Veneto (maschili maggiori dello 0,7% circa), meno accentuata in Calabria (maggiori dello 0,1% circa);

- nella classe delle grandi, la differenza è diffusa in tutte le regioni.

Anche la distribuzione a livello territoriale degli occupati in base alla classe dimensionale delle imprese (tab. 1.25) ricalca la situazione delineata a livello generale, con alcune differenze e doverose annotazioni:

- nonostante la marginale presenza di imprese femminili nelle grandi imprese l'occupazione raggiunge quasi le 18.000 unità, con picchi nel Lazio (5.053 unità) e nella Lombardia (4.261);
- oltre alla forte concentrazione dell'occupazione nelle imprese femminili di micro dimensione in tutte le regioni, la differenza rispetto alle maschili è particolarmente accentuata in Lombardia (è circa il 40% il divario) e più attenuata in Sardegna (circa il 13%);
- nella classe delle piccole imprese, nel Lazio e in Sardegna è maggiore la concentrazione dell'occupazione nelle imprese femminili piuttosto che nelle maschili (rispettivamente + 4,5% e + 0,7%).

La situazione ritorna ad essere allineata a quella generale nelle altre classi dimensionali, con punte massime in Trentino Alto Adige (differenza di circa il 14% tra le maschili e le femminili) nelle medie imprese e nel Lazio (differenza di circa il 40% tra le maschili e le femminili) nelle grandi imprese.

Tab. 1.25 - Distribuzione % degli addetti nelle imprese femminili e maschili per regione e per classe dimensionale di addetti

(Anno 2006)

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Piemonte	77,1	39,2	17,1	18,7	5,1	14,1	0,7	28,0	100,0	100,0
Valle D'Aosta	83,9	56,7	14,0	21,6	2,2	13,6	0,0	8,0	100,0	100,0
Lombardia	74,7	34,1	19,9	20,5	4,0	16,0	1,4	29,4	100,0	100,0
Liguria	80,9	51,4	14,6	19,9	3,0	10,5	1,5	18,3	100,0	100,0
Trentino-Alto Adige	73,3	45,0	24,1	26,9	2,6	16,5	0,0	11,6	100,0	100,0
Veneto	74,3	41,1	21,6	25,7	3,4	16,7	0,7	16,5	100,0	100,0
Friuli-Venezia Giulia	76,9	40,7	19,2	23,5	2,5	15,5	1,3	20,3	100,0	100,0
Emilia-Romagna	78,5	40,5	17,1	22,1	3,2	14,8	1,2	22,6	100,0	100,0
Toscana	79,1	50,5	17,9	24,0	3,1	11,1	0,0	14,3	100,0	100,0
Umbria	79,3	48,9	17,4	24,1	3,3	14,3	0,0	12,6	100,0	100,0
Marche	72,5	47,1	22,8	27,4	4,7	14,3	0,0	11,2	100,0	100,0
Lazio	73,2	34,3	18,1	13,6	5,7	9,5	3,0	42,6	100,0	100,0
Campania	75,8	54,6	18,2	22,5	5,3	11,6	0,7	11,3	100,0	100,0
Abruzzo	76,4	50,5	19,4	22,7	2,8	13,5	1,4	13,3	100,0	100,0
Molise	81,6	60,4	15,6	24,8	2,8	10,3	0,0	4,6	100,0	100,0
Puglia	74,4	59,1	20,8	22,4	4,4	10,3	0,5	8,2	100,0	100,0
Basilicata	81,4	55,6	17,3	21,4	1,3	9,9	0,0	13,2	100,0	100,0
Calabria	79,7	65,4	14,9	20,8	4,8	9,6	0,7	4,2	100,0	100,0
Sicilia	77,4	60,2	17,1	21,1	4,9	10,0	0,6	8,7	100,0	100,0
Sardegna	71,7	58,1	22,5	21,8	5,9	12,0	0,0	8,1	100,0	100,0
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	<i>76,2</i>	<i>36,7</i>	<i>18,4</i>	<i>20,0</i>	<i>4,2</i>	<i>15,1</i>	<i>1,2</i>	<i>28,1</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Italia Nord-Orientale</i>	<i>76,0</i>	<i>41,2</i>	<i>19,9</i>	<i>24,1</i>	<i>3,1</i>	<i>15,8</i>	<i>0,9</i>	<i>18,9</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Italia Centrale</i>	<i>75,6</i>	<i>41,9</i>	<i>18,7</i>	<i>19,3</i>	<i>4,5</i>	<i>10,9</i>	<i>1,3</i>	<i>27,9</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Italia Meridionale</i>	<i>76,3</i>	<i>56,7</i>	<i>18,5</i>	<i>22,3</i>	<i>4,4</i>	<i>11,2</i>	<i>0,7</i>	<i>9,8</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Italia Insulare</i>	<i>75,9</i>	<i>59,7</i>	<i>18,5</i>	<i>21,3</i>	<i>5,1</i>	<i>10,5</i>	<i>0,5</i>	<i>8,6</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
Italia	76,0	42,9	18,8	21,2	4,2	13,6	1,0	22,3	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Dando uno sguardo alla variazione della distribuzione delle imprese per classe dimensionale tra il 2003 e il 2006, si scopre che la tendenza generale delle imprese femminili a "passare" verso dimensioni maggiori (tab. 1.26) è diffusa in tutte le regioni con contrazioni della classe microimpresa - che vanno dal -0,1% (Friuli Venezia Giulia) al -

1,1% (Lazio) - e incrementi delle altre classi dimensionali. Uniche eccezioni nel Veneto dove sono aumentate le microimprese e ridotte le piccole imprese e in Valle d'Aosta dove si sono ridotte le medie imprese e sono aumentate le piccole. All'interno di questi "salti"²⁸ dimensionali sono interessanti quelli verso classi dimensionali più lontane, cioè dalla micro alla media, come nel caso delle Marche, del Lazio, della Campania, della Sicilia e della Sardegna.

Le imprese maschili hanno avuto, invece, comportamenti più disomogenei sia all'interno delle regioni sia tra le classi dimensionali e tali da portare ad un calo della piccola dimensione verso l'ispezzimento della media e della micro dimensione.

Tab. 1.26 - Variazione % della distribuzione del numero di imprese femminili e maschili per classe dimensionale di addetti e per regione (Anni 2003-2006)

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti							
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Piemonte	-0,3%	0,2%	0,3%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valle D'Aosta	-0,6%	0,4%	0,7%	-0,4%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Lombardia	-0,4%	0,2%	0,3%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Liguria	-0,6%	-0,1%	0,6%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Trentino-Alto Adige	-0,6%	-0,2%	0,6%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Veneto	0,1%	0,2%	-0,1%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Friuli-Venezia Giulia	-0,1%	0,2%	0,1%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Emilia-Romagna	-0,4%	0,1%	0,3%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Toscana	-0,3%	0,2%	0,2%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Umbria	-0,2%	0,1%	0,2%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Marche	-0,6%	0,1%	0,5%	-0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Lazio	-1,1%	-0,1%	1,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Campania	-0,4%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Abruzzo	-0,2%	0,1%	0,2%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Molise	-0,5%	-0,3%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Puglia	-0,3%	0,2%	0,3%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Basilicata	-0,4%	0,1%	0,4%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Calabria	-0,2%	-0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sicilia	-0,7%	-0,4%	0,66%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Sardegna	-0,9%	-0,3%	0,88%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	0,4%	0,1%	0,3%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	-0,2%	0,2%	0,1%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<i>Italia Centrale</i>	-0,6%	0,1%	0,6%	-0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
<i>Italia Meridionale</i>	-0,3%	0,0%	0,3%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<i>Italia Insulare</i>	-0,7%	-0,3%	0,7%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Italia	-0,4%	0,1%	0,4%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Vista la mobilità delle imprese tra le classi dimensionali verrebbe da pensare che, soprattutto tra le imprese femminili di micro dimensione e tra le imprese maschili di piccola dimensione, si sia contratta anche la numerosità degli addetti. E' successo invece il contrario (tab. 1.27): la numerosità è aumentata in ogni classe dimensionale; più tra le imprese femminili (complessivamente del 15,3%) che tra le maschili (complessivamente del 3,2%). In particolare, tra le imprese da 1 a 9 addetti, l'occupazione è cresciuta in tutte le regioni (dal 5,6% in Valle d'Aosta al 24,6% nel Lazio) ad eccezione della Sardegna (-

²⁸ Questo fenomeno si verifica per via di quelle imprese che nel tempo aumentano la propria dimensione passando da una classe dimensionale a quelle superiori e che in letteratura economica vengono chiamate "rane saltatrici" (Giannetti R., op. cit.).

20,3% tra le femminili e - 21,2% tra le maschili). Tra le imprese di piccola dimensione l'occupazione cresce in tutte le regioni e si contrae solo tra le imprese maschili del Piemonte (-0,6%), Valle d'Aosta (-4,4%), Veneto (-0,9%), Friuli Venezia Giulia (-1,5%), Toscana (-1,7%), Puglia (-3,1%) e Sardegna (-18,2%). Mentre tra le medie imprese la forte crescita dell'occupazione tra le imprese femminili (83,9%) è trainata dai notevoli incrementi riscontrati in particolare in Liguria, Marche, Lazio, Campania e Sicilia, che sovrastano i decrementi in Valle d'Aosta, Abruzzo e Molise. Così come tra le maschili la crescita diffusa ha eccezioni solo in Piemonte, Marche e Sardegna. Infine, tra le grandi imprese si rileva la "scomparsa" dell'occupazione tra le imprese femminili della Toscana e della Sardegna ampiamente compensata dalla crescita in Lombardia, Veneto, Lazio, Calabria e Sicilia arrivando complessivamente a superare il 200%. Analoga dinamica occupazionale si ha tra le grandi imprese maschili che presenta contrazioni solo in Piemonte, Valle d'Aosta, Lazio, Calabria e Sardegna.

Tab. 1.27 – Variazione % degli addetti per regione e per classe dimensionale di addetti delle imprese femminili e maschili
(Anni 2003-2006)

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti											
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale		Femminili	Maschili
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili		
Piemonte	6,3%	1,6%	17,3%	-0,6%	64,2%	-2,0%	-	-0,8%	10,9%	0,0%		
Valle D'Aosta	5,6%	2,8%	51,6%	-4,4%	-41,1%	12,9%	-	-46,3%	8,4%	-4,6%		
Lombardia	11,4%	2,9%	23,2%	1,2%	73,6%	3,4%	188,3%	8,2%	16,3%	4,1%		
Liguria	7,8%	3,0%	40,8%	4,1%	259,3%	12,1%	-	3,9%	16,0%	4,3%		
Trentino-Alto Adige	6,4%	3,1%	20,3%	7,3%	13,0%	16,4%	-	14,7%	9,6%	7,5%		
Veneto	10,0%	2,7%	3,6%	-0,9%	40,2%	5,0%	48,8%	4,0%	9,6%	2,3%		
Friuli-Venezia Giulia	8,7%	0,5%	9,9%	-1,5%	4,6%	1,9%	-	2,5%	10,3%	0,6%		
Emilia-Romagna	7,7%	2,8%	23,1%	1,1%	80,4%	5,1%	-	6,2%	13,0%	3,5%		
Toscana	8,2%	1,8%	14,7%	-1,7%	75,1%	6,1%	-100,0%	9,1%	10,2%	2,3%		
Umbria	7,0%	5,1%	12,0%	0,9%	31,9%	7,7%	-	15,1%	8,5%	5,6%		
Marche	9,4%	4,3%	22,4%	0,9%	138,0%	-2,7%	-	12,8%	15,1%	3,1%		
Lazio	24,6%	5,7%	83,8%	7,9%	190,1%	5,8%	188,4%	-0,1%	39,6%	3,4%		
Campania	13,7%	3,7%	27,5%	2,9%	182,7%	10,0%	-	21,0%	20,8%	5,9%		
Abruzzo	13,5%	6,0%	14,3%	2,9%	-11,5%	2,2%	-	7,0%	14,3%	4,9%		
Molise	13,9%	8,5%	32,5%	16,4%	-18,3%	7,5%	-	10,6%	15,2%	10,3%		
Puglia	13,5%	5,1%	20,8%	-3,1%	70,3%	4,1%	-	1,3%	17,2%	2,8%		
Basilicata	7,0%	3,4%	26,2%	0,2%	79,7%	0,2%	-	6,4%	10,5%	2,7%		
Calabria	8,4%	3,2%	10,4%	3,8%	83,8%	23,5%	12,3%	-12,6%	10,9%	4,2%		
Sicilia	12,1%	5,2%	52,3%	16,2%	146,1%	21,3%	77,5%	25,1%	21,0%	10,4%		
Sardegna	-20,3%	-21,2%	8,4%	-18,2%	9,2%	-5,7%	-100,0%	-18,9%	-14,7%	-18,8%		
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	9,4%	2,6%	23,2%	0,9%	75,9%	2,5%	-	5,5%	15,0%	3,0%		
<i>Italia Nord-Orientale</i>	8,7%	2,6%	11,7%	0,5%	45,5%	5,6%	-	5,4%	11,1%	3,0%		
<i>Italia Centrale</i>	14,5%	4,0%	37,5%	2,2%	130,7%	4,5%	-	2,3%	22,7%	3,2%		
<i>Italia Meridionale</i>	12,6%	4,4%	21,7%	1,4%	91,7%	7,7%	-	10,2%	17,2%	4,6%		
<i>Italia Insulare</i>	2,2%	-2,5%	35,6%	5,2%	81,0%	12,4%	-18,2%	11,3%	9,5%	1,6%		
Italia	10,3%	2,8%	23,8%	1,3%	83,9%	4,7%	216,8%	4,9%	15,3%	3,2%		
Italia (val. ass.)	128.629	178.115	65.598	43.317	34.426	93.473	12.211	161.348	240.864	476.253		

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Ne consegue che se nonostante la mobilità tra le classi dimensionali l'occupazione è cresciuta, allora dovrebbe essersi modificata la dimensione media all'interno di ciascuna classe. Dovrebbe, cioè, essere cresciuto il numero medio di addetti di ogni impresa in ogni classe dimensionale. E tenuto conto che nelle imprese maschili il numero degli addetti è più alto in valore assoluto di quello delle imprese femminili, allora le prime dovrebbero avere un numero di addetti medio più alto delle seconde.

Al 2006 la dimensione media delle imprese maschili (tab. 1.28) è complessivamente più elevata rispetto a quelle femminili in tutte le regioni, ma vi sono eccezioni in alcune classi dimensionali:

- tra le micro imprese la dimensione media è sostanzialmente uguale tra imprese femminili e maschili e addirittura in Trentino Alto Adige, Liguria e Lazio le prime superano le seconde;
- tra le piccole imprese in Sardegna le imprese femminili hanno una dimensione maggiore delle maschili e in Valle d'Aosta si equivalgono;
- tra le medie spicca la dimensione delle imprese della Liguria e Valle d'Aosta che superano quella delle maschili.

**Tab. 1.28 - Dimensione media nelle imprese femminili e maschili per regione e per classe dimensionale di addetti
(Anno 2006)**

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Piemonte	1,9	1,9	15,6	17,6	88,2	98,2	982,0	1031,5	2,3	4,6
Valle D'Aosta	2,1	2,1	16,7	16,7	109,0	98,2	-	567,4	2,4	3,5
Lombardia	1,9	1,9	15,4	17,9	80,7	99,1	355,1	996,4	2,5	5,2
Liguria	2,0	1,9	15,0	17,0	116,3	96,1	438,0	936,3	2,4	3,6
Trentino-Alto Adige	2,2	2,1	15,0	17,7	77,9	97,0	-	700,3	2,8	4,4
Veneto	2,0	2,0	15,4	17,9	93,0	94,7	397,7	774,5	2,6	4,5
Friuli-Venezia Giulia	2,0	2,0	15,2	17,6	94,7	97,5	500,0	818,0	2,5	4,6
Emilia-Romagna	1,9	2,0	15,3	17,7	74,8	98,1	418,5	809,0	2,4	4,5
Toscana	2,0	2,0	15,0	17,0	84,3	92,3	-	835,5	2,4	3,7
Umbria	1,9	2,0	15,2	17,1	81,7	95,4	-	597,9	2,4	3,8
Marche	2,0	2,0	15,4	17,5	85,9	90,1	-	683,1	2,6	4,0
Lazio	1,8	1,7	15,9	17,1	97,0	99,0	388,7	1919,6	2,4	4,8
Campania	1,7	1,7	15,9	17,3	87,5	92,4	280,3	661,8	2,2	3,0
Abruzzo	1,8	1,9	15,4	17,4	71,1	97,6	673,0	729,9	2,3	3,5
Molise	1,7	1,8	15,8	17,6	62,8	86,8	-	559,3	2,1	2,9
Puglia	1,8	1,8	16,0	16,9	84,1	91,5	491,0	552,1	2,3	2,9
Basilicata	1,7	1,8	16,2	17,2	63,3	91,2	-	914,9	2,0	3,1
Calabria	1,7	1,7	15,6	16,7	84,1	93,1	311,0	658,0	2,1	2,5
Sicilia	1,8	1,8	15,9	17,0	85,3	94,4	355,0	696,3	2,3	2,9
Sardegna	1,9	1,9	16,6	16,5	85,2	95,5	-	577,2	2,5	3,1
Italia Nord-Occidentale	1,9	1,9	15,4	17,8	85,5	98,8	407,9	1000,2	2,4	4,9
Italia Nord-Orientale	2,0	2,0	15,3	17,8	84,0	96,4	420,9	790,8	2,5	4,5
Italia Centrale	1,9	1,9	15,4	17,1	90,9	94,9	388,7	1406,6	2,4	4,2
Italia Meridionale	1,7	1,8	15,8	17,2	83,7	92,8	370,9	650,8	2,2	3,0
Italia Insulare	1,8	1,8	16,1	16,9	85,3	94,7	355,0	664,9	2,3	2,9
Italia	1,9	1,9	15,5	17,5	86,0	96,6	396,5	982,5	2,4	4,2

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Come supposto, la dimensione media tra il 2003 e il 2009 si è modificata all'interno di ogni classe (tab. 1.29): la variazione è stata più positiva tra le imprese femminili, ad eccezione delle grandi imprese ove è diminuita del -8,5%. Questo spiega perché la crescita occupazionale tra le imprese femminili è stata maggiore che tra quelle maschili: un trend influenzato molto dalle micro e dalle piccole imprese.

**Tab. 1.29 - Variazione % della dimensione media delle imprese femminili e maschili per regione e per classe dimensionale di addetti
(Anni 2003-2006)**

Regioni e ripartizioni geografiche	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Piemonte	2,8%	-0,4%	1,3%	0,1%	2,9%	0,5%	-	5,3%	6,9%	-1,8%
Valle D'Aosta	3,2%	-1,0%	-2,5%	-0,4%	17,8%	-0,9%	-	-3,3%	5,2%	-7,8%
Lombardia	3,7%	-0,9%	2,8%	0,4%	-4,4%	1,1%	-27,9%	4,0%	7,9%	0,5%
Liguria	5,8%	1,1%	3,4%	-0,2%	19,8%	1,2%	-	1,1%	13,1%	2,2%
Trentino-Alto Adige	3,1%	-0,1%	1,5%	1,3%	4,3%	3,7%	-	7,8%	5,6%	3,9%
Veneto	3,6%	-0,3%	1,0%	0,1%	4,5%	2,1%	-0,8%	-0,2%	3,3%	-0,4%
Friuli-Venezia Giulia	4,1%	-0,5%	0,8%	0,6%	4,6%	2,8%	-	9,7%	5,5%	-0,2%
Emilia-Romagna	3,4%	-0,8%	2,6%	0,2%	-3,8%	1,1%	-	4,7%	8,0%	0,1%
Toscana	4,1%	-0,5%	1,0%	0,5%	-2,0%	1,4%	-100,0%	2,3%	5,7%	0,3%
Umbria	4,4%	0,7%	2,8%	-0,7%	-1,1%	0,1%	-	12,6%	5,7%	1,3%
Marche	4,5%	0,7%	1,6%	-1,3%	1,0%	-1,9%	-	-9,2%	9,3%	-0,3%
Lazio	8,0%	1,2%	0,4%	0,1%	4,4%	-0,2%	-11,3%	-5,5%	19,8%	-1,1%
Campania	4,2%	1,1%	2,2%	0,6%	10,6%	-0,8%	-	-2,5%	10,2%	3,3%
Abruzzo	6,0%	1,2%	1,0%	0,6%	-16,2%	3,0%	-	13,3%	6,6%	0,2%
Molise	7,5%	4,7%	-2,8%	2,8%	-38,7%	3,8%	-	10,6%	8,2%	6,1%
Puglia	5,2%	2,6%	2,2%	-0,7%	13,5%	1,1%	-	-6,7%	8,3%	0,5%
Basilicata	5,3%	0,6%	1,3%	0,8%	19,8%	-5,9%	-	6,4%	8,3%	0,1%
Calabria	3,8%	1,7%	-2,7%	-0,4%	13,1%	1,9%	12,3%	4,9%	6,0%	2,5%
Sicilia	6,3%	3,3%	4,5%	1,3%	2,9%	3,6%	-11,3%	-1,1%	14,0%	7,9%
Sardegna	3,9%	0,9%	4,3%	-0,4%	-3,0%	3,3%	-100,0%	-2,2%	10,2%	3,8%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	3,7%	-0,6%	2,4%	0,3%	0,0%	1,0%	-17,2%	4,2%	8,2%	0,0%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	3,5%	-0,5%	1,5%	0,3%	0,4%	1,9%	5,0%	3,5%	5,4%	0,1%
<i>Italia Centrale</i>	5,4%	0,4%	1,6%	0,0%	2,9%	0,1%	-12,0%	-4,8%	11,4%	-0,3%
<i>Italia Meridionale</i>	4,8%	1,7%	1,4%	0,2%	7,5%	0,4%	33,9%	0,1%	8,6%	2,0%
<i>Italia Insulare</i>	5,3%	2,3%	4,1%	0,9%	0,1%	3,4%	-18,2%	0,1%	12,0%	6,2%
Italia	4,4%	0,3%	2,0%	0,2%	2,6%	1,1%	-8,5%	1,3%	8,7%	0,8%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Assodato che, salvo alcune eccezioni, le imprese maschili hanno una dimensione media più elevata e sono più presenti nelle classi dimensionali più grandi, rimane da capire se, invece, esistono delle inversioni di "ruolo" a livello di settori di attività economica.

Effettivamente la situazione al 2006 (tab. 1.30) conferma che le imprese maschili presidiano di più le classi dimensionali maggiori, ma ancora una volta si riscontrano alcune eccezioni: nei settori "Costruzioni", "Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese", "Istruzione" e "Sanità e assistenza sociale". Uno sguardo articolato consente di evidenziare che si tratta di settori che hanno visto negli ultimi anni una crescita forte delle imprese femminili o un loro sviluppo/consolidamento: il paradigma "piccolo è bello" le attrae dunque sempre di meno.

La distribuzione degli addetti nei settori (tab. 1.31) conferma che l'occupazione nelle imprese femminili è prevalentemente concentrata tra le microimprese per via di alcuni settori come: "Commercio", "Alberghi e ristoranti", "Attività finanziarie", mentre in altri tende ad allocarsi in classi dimensionali più elevate: tutto il "primario" e quello "Sanità e assistenza sociale".

**Tab. 1.30 - Distribuzione delle imprese femminili e maschili per settore di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002 e per classe dimensionale di addetti
(Anno 2006)**

Settori di attività economica	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Estrazioni	75,6%	69,8%	24,1%	28,2%	0,4%	1,9%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Attività manifatturiere	90,1%	81,0%	9,6%	16,4%	0,3%	2,3%	0,0%	0,3%	100,0%	100,0%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	93,6%	77,5%	5,7%	14,1%	0,7%	5,9%	0,0%	2,4%	100,0%	100,0%
Costruzioni	91,0%	94,7%	8,7%	5,0%	0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Commercio	98,9%	96,2%	1,1%	3,5%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Alberghi e ristoranti	96,8%	92,8%	3,2%	6,8%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	93,6%	91,4%	6,1%	7,2%	0,3%	1,2%	0,0%	0,2%	100,0%	100,0%
Attività finanziarie	98,8%	95,7%	1,2%	3,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,4%	100,0%	100,0%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese	97,7%	97,8%	2,1%	1,8%	0,2%	0,3%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Istruzione	91,6%	92,1%	8,1%	7,1%	0,3%	0,9%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Sanità e assistenza sociale	85,7%	97,9%	12,5%	1,5%	1,7%	0,5%	0,1%	0,1%	100,0%	100,0%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	99,2%	95,9%	0,8%	3,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%
Totale	97,0%	94,3%	2,9%	5,0%	0,1%	0,6%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

**Tab. 1.31 - Distribuzione degli addetti per classe dimensionale di addetti delle imprese femminili e maschili, per settore di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002
(Anno 2006)**

Settori di attività economica	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Estrazioni	37,5%	18,3%	57,9%	39,1%	4,6%	12,2%	0,0%	30,3%	100,0%	100,0%
Attività manifatturiere	55,9%	22,6%	37,8%	31,1%	6,0%	22,6%	0,3%	23,7%	100,0%	100,0%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	54,4%	3,8%	31,1%	7,4%	14,5%	14,9%	0,0%	73,9%	100,0%	100,0%
Costruzioni	60,1%	63,7%	33,0%	26,5%	6,3%	6,8%	0,6%	2,9%	100,0%	100,0%
Commercio	90,2%	58,7%	8,5%	19,0%	1,0%	8,4%	0,2%	13,8%	100,0%	100,0%
Alberghi e ristoranti	81,9%	56,2%	16,0%	23,0%	1,6%	6,7%	0,5%	14,1%	100,0%	100,0%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	60,1%	21,3%	28,7%	16,0%	8,2%	14,1%	3,0%	48,7%	100,0%	100,0%
Attività finanziarie	92,5%	18,8%	7,5%	5,7%	0,0%	9,9%	0,0%	65,6%	100,0%	100,0%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese	71,5%	53,7%	16,1%	11,9%	8,5%	10,3%	3,9%	24,1%	100,0%	100,0%
Istruzione	59,8%	46,8%	34,0%	33,3%	6,2%	16,9%	0,0%	3,0%	100,0%	100,0%
Sanità e assistenza sociale	34,7%	52,6%	35,2%	11,6%	23,9%	19,1%	6,2%	16,8%	100,0%	100,0%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	91,7%	49,4%	6,5%	18,0%	1,4%	15,0%	0,4%	17,6%	100,0%	100,0%
Totale	76,0%	42,9%	18,8%	21,2%	4,2%	13,6%	1,0%	22,3%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Se la crescita dell'occupazione nelle imprese femminili è complessivamente superiore del 12% rispetto alle maschili, questa differenza tra il 2003 e il 2006 (tab. 1.32) in alcuni settori è ancora più rilevante e supera il 200%, ma anche le grandi imprese dei settori "Costruzioni" (ancora una volta), "Commercio", "Sanità e assistenza sociale" e "Altri servizi pubblici, sociali e personali"²⁹.

Tab. 1.32 - Variazione % degli addetti per classe dimensionale di impresa femminile e maschile per settore di attività economica
(Anni 2003-2006)

Settori di attività economica	Classe dimensionale addetti							
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Estrazioni	37,5%	18,3%	57,9%	39,1%	4,6%	12,2%	0,0%	30,3%
Attività manifatturiera	55,9%	22,6%	37,8%	31,1%	6,0%	22,6%	0,3%	23,7%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	54,4%	3,8%	31,1%	7,4%	14,5%	14,9%	0,0%	73,9%
Costruzioni	60,1%	63,7%	33,0%	26,5%	6,3%	6,8%	0,6%	2,9%
Commercio	90,2%	58,7%	8,5%	19,0%	1,0%	8,4%	0,2%	13,8%
Alberghi e ristoranti	81,9%	56,2%	16,0%	23,0%	1,6%	6,7%	0,5%	14,1%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	60,1%	21,3%	28,7%	16,0%	8,2%	14,1%	3,0%	48,7%
Attività finanziarie	92,5%	18,8%	7,5%	5,7%	0,0%	9,9%	0,0%	65,6%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese	71,5%	53,7%	16,1%	11,9%	8,5%	10,3%	3,9%	24,1%
Istruzione	59,8%	46,8%	34,0%	33,3%	6,2%	16,9%	0,0%	3,0%
Sanità e assistenza sociale	34,7%	52,6%	35,2%	11,6%	23,9%	19,1%	6,2%	16,8%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	91,7%	49,4%	6,5%	18,0%	1,4%	15,0%	0,4%	17,6%
Totale	76,0%	42,9%	18,8%	21,2%	4,2%	13,6%	1,0%	22,3%
								100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

*N.B.: con *** sono stati indicati nella tabella i casi in cui nel 2003 gli addetti del settore erano pari a zero e nel 2006 avevano valore maggiore di zero, ovvero i casi in cui la variazione percentuale è di valore infinito*

Altrettanto interessante è l'analisi per dimensione media delle imprese riferita al 2006 e per settore di attività economica (tab. 1.33). Si osserva che in tutte le classi dimensionali, ad eccezione della *micro* dove complessivamente sono equivalenti, le imprese maschili hanno una dimensione maggiore. Stessa situazione si ha anche nella grande maggioranza dei settori, ad eccezione delle "costruzioni" e della "sanità e assistenza sociale" dove le imprese femminili risultano essere mediamente di dimensione maggiore. Nella *micro* dimensione si concentrano le differenze più interessanti: le femminili dimostrano in cinque settori su 12 una numerosità media di addetti superiore alle maschili e questi settori sono più frequenti tra il terziario.

²⁹ In questi casi la variazione sarebbe pari ad "infinito", ma nella tabella 13 si è preferito inserire il simbolo "****".

Tab. 1.33 - Dimensione media delle imprese femminili e maschili per classe dimensionale di addetti e per settore di attività economica
(Anno 2006)

Settori di attività economica	Classe dimensionale addetti									
	da 1 a 9		da 10 a 49		da 50 a 249		da 250 e oltre		Totale	
	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili	Femminili	Maschili
Estrazioni	3,1	3,3	16,2	17,4	n.d.	75,9	n.d.	3.569,7	5,9	11,6
Attività manifatturiera	2,4	2,7	15,4	18,4	78,1	95,3	476,0	731,5	3,8	9,7
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	2,0	2,2	12,1	21,6	n.d.	107,5	n.d.	1.396,1	2,4	51,1
Costruzioni	2,7	2,0	15,1	15,8	71,3	84,7	n.d.	580,2	3,9	3,0
Commercio	1,6	1,8	14,1	16,6	75,6	91,3	277,0	948,8	1,7	2,8
Alberghi e ristoranti	2,2	2,7	13,8	15,7	82,9	1.834,4	350,0	1.266,9	2,6	4,4
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	2,2	1,9	15,9	18,1	95,4	98,8	385,5	1.922,5	3,2	7,8
Attività finanziarie	1,7	1,8	12,4	18,6	n.d.	112,3	n.d.	1.717,5	1,8	9,5
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese	1,6	1,5	16,7	17,7	91,3	100,4	470,3	898,9	2,1	2,6
Istruzione	2,4	2,0	16,7	19,2	60,7	77,3	n.d.	315,0	3,4	3,9
Sanità e assistenza sociale	2,5	1,4	18,4	19,8	91,0	100,9	467,6	528,5	6,0	2,4
Altri servizi pubblici, sociali e personali	1,6	1,8	15,0	17,9	75,7	96,4	n.d.	799,8	1,7	3,2
Totale	1,8	1,9	15,2	17,5	83,9	98,3	433,4	969,6	2,2	4,1

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ASIA, ISTAT

Volendo tracciare delle osservazioni sulla dimensione d'impresa e l'occupazione in ottica di genere, sembra ragionevole focalizzare l'attenzione su alcuni aspetti quali le tendenze, la dimensione media nelle classi e le distribuzioni per settore. Infatti, se di "nanismo cronico" è connotato il sistema imprenditoriale italiano questo è vero nella maggior parte dei casi soprattutto per le imprese femminili. Ma sarebbe una approssimazione errata non evidenziare che se le tendenze rilevate continueranno anche in futuro il divario dimensionale tra genere femminile e maschile si andrà attenuando, probabilmente fino a scomparire. Così come va doverosamente evidenziato che in alcuni settori il paradigma del piccolo è bello è più aderente all'attuale modello imprenditoriale maschile, il che fa supporre che probabilmente le imprese femminili hanno adottato formule organizzative più articolate e dimensionalmente più adeguate alla tipologia di attività economica.

1.2.7 Le "cariche" nelle imprese: i vertici delle imprese e la presenza femminile

Le "cariche" rappresentano le posizioni apicali nelle imprese alle quali si associa il possesso e l'espressione del potere decisionale di più alto livello, ovvero sono riferite a titolare o socio (per le società persone o società di capitale), amministratore e "altre" (procuratore speciale, direttore generale etc.).

Questi dati, rilevati in base agli elenchi disponibili presso il Registro Imprese delle Camere di Commercio³⁰, integrano l'analisi sulla numerosità delle imprese con l'analisi delle numerosità delle persone fisiche all'interno delle stesse, consentendo di ampliare il raggio di osservazione e avere una misura della presenza delle donne nel tessuto imprenditoriale a prescindere dalla tipologia di impresa.

1.2.7.1 Cariche per territorio

LA GEOGRAFIA PER GENERE DEL POTERE DECISIONALE NELLE IMPRESE

Nel 2008 la presenza degli uomini nelle posizioni di vertice è stata nettamente superiore a quella delle donne (73,9% contro il 26,1%). A livello di maggior dettaglio, la geografia del potere decisionale assume connotati diversi da territorio a territorio (tab. 1.34) anche se con leggeri scostamenti dai livelli generali. In Abruzzo le donne raggiungono il 29,6% e il 29,5% in Valle d'Aosta, mentre in Liguria gli uomini raggiungono il 77,6% e in Lombardia il 76,4%.

La differenza, inoltre, è rilevante in tutte le tipologie di cariche, ad eccezione di quella di "socio" dove la differenza tra uomini e donne è di poco superiore ai 3 punti percentuali, mentre raggiunge il valore più elevato tra gli "amministratori" (22 punti percentuali di differenza).

³⁰ L'analisi è stata condotta a prescindere dal numero di imprese, cioè considerando solo la persona fisica indipendentemente dal fatto che possa ricoprire diverse cariche in diverse imprese.

Tab. 1.34 - Distribuzione delle cariche ricoperte da donne e uomini nelle imprese registrate per ripartizione geografica e per regioni
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	Titolari		Soci		Amministratori		Altre Cariche		Media	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Piemonte	7,9%	23,3%	7,6%	10,1%	10,5%	29,7%	1,9%	9,0%	27,9%	72,1%
Valle D'Aosta	6,8%	17,3%	9,8%	14,2%	11,7%	30,8%	1,2%	8,2%	29,5%	70,5%
Lombardia	4,6%	16,9%	5,4%	7,7%	10,8%	38,5%	2,9%	13,2%	23,6%	76,4%
Liguria	8,3%	21,9%	8,3%	11,3%	10,5%	30,9%	1,7%	7,3%	22,4%	77,6%
Trentino-Alto Adige	6,2%	24,5%	7,3%	11,4%	6,2%	27,9%	2,8%	13,8%	24,3%	75,7%
Veneto	6,4%	22,6%	8,3%	14,5%	7,8%	30,1%	1,8%	8,5%	26,1%	73,9%
Friuli-Venezia Giulia	8,4%	21,4%	4,4%	6,0%	11,0%	36,3%	2,3%	10,2%	28,7%	71,3%
Emilia-Romagna	6,1%	20,7%	5,8%	9,1%	11,0%	35,1%	2,5%	9,7%	25,4%	74,6%
Toscana	7,5%	21,7%	7,8%	12,1%	10,0%	30,5%	1,6%	8,8%	26,9%	73,1%
Umbria	8,7%	21,5%	9,0%	14,7%	8,9%	28,8%	1,6%	6,8%	28,2%	71,8%
Marche	8,9%	25,2%	8,1%	14,0%	7,5%	26,5%	1,7%	8,1%	26,2%	73,8%
Lazio	7,8%	20,1%	5,1%	8,8%	10,1%	34,0%	2,3%	11,9%	25,3%	74,7%
Campania	10,3%	24,7%	6,7%	9,8%	7,9%	28,5%	2,0%	10,1%	28,2%	71,8%
Abruzzo	12,3%	28,3%	5,8%	8,2%	8,7%	27,8%	1,4%	7,5%	29,6%	70,4%
Molise	17,0%	32,8%	4,1%	6,2%	7,0%	24,4%	1,5%	7,0%	26,8%	73,2%
Puglia	12,1%	35,8%	3,9%	6,0%	6,8%	26,2%	1,7%	7,6%	24,4%	75,6%
Basilicata	15,2%	33,2%	4,3%	8,5%	5,6%	21,4%	2,1%	9,6%	27,3%	72,7%
Calabria	12,7%	35,5%	4,7%	7,8%	6,3%	24,8%	1,6%	6,7%	25,2%	74,8%
Sicilia	11,6%	31,9%	4,2%	6,8%	7,9%	26,5%	2,3%	8,8%	26,0%	74,0%
Sardegna	9,8%	29,7%	5,6%	8,0%	9,5%	28,2%	1,7%	7,6%	26,5%	73,5%
Italia Nord-Occidentale	5,9%	19,1%	6,3%	8,7%	10,7%	35,4%	2,5%	11,5%	25,6%	74,4%
Italia Nord-Orientale	6,4%	21,9%	6,8%	11,2%	9,2%	32,5%	2,2%	9,6%	25,3%	74,7%
Italia Centrale	7,9%	21,5%	6,8%	11,1%	9,6%	31,3%	1,9%	9,9%	24,7%	75,3%
Italia Meridionale	11,7%	30,0%	5,4%	8,2%	7,4%	26,9%	1,8%	8,6%	26,2%	73,8%
Italia Insulare	11,1%	31,3%	4,6%	7,1%	8,3%	27,0%	2,1%	8,5%	26,2%	73,8%
Italia	8,0%	23,4%	6,2%	9,5%	9,3%	31,5%	2,1%	9,9%	26,1%	73,9%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Movimprese, Unioncamere-Infocamere

Emerge anche un altro aspetto: nel sistema imprenditoriale italiano, la partecipazione femminile sembra orientata più alla “proprietà” che alla amministrazione, al “governo” dell’impresa. Due esempi: in Friuli Venezia Giulia, la differenza tra soci donne e soci uomini è di soli 1,6 punti percentuali; in Lombardia, la differenza tra amministratrici e amministratori raggiunge quasi i 28 punti percentuali.

Se si analizza la numerosità media delle cariche degli uomini e delle donne nelle forme collettive di impresa³¹ (tab. 1.35), si scopre che:

- gli uomini ricoprono in media più cariche delle donne (2,1 contro 0,7);
- nel Meridione si registrano i livelli minimi di presenza femminile (in media 0,6 donne per impresa);
- il Lazio è la regione dove il numero di cariche per impresa è al livello più basso del paese sia per le donne che per gli uomini e dove le differenze sono più attenuate (solo di 1,1 cariche);
- in Val d'Aosta si conferma la maggiore concentrazione di cariche femminili per impresa (1,1);

³¹ Escludendo le ditte individuali tra le imprese e i titolari uomini e donne tra le cariche, si è calcolato il rapporto tra numero di cariche per genere e numero di imprese totale: (soci + amministratori + altre cariche)/(società di capitale + società di persone + altre forme).

- il Trentino Alto Adige (2,8) è la regione con la più alta concentrazione di cariche maschili per impresa e dove è anche maggiore la differenza tra uomini e donne (di 1,9 cariche).

Tab. 1.35 - Numero medio delle cariche ricoperte da uomini e donne nelle forme collettive delle imprese registrate e numerosità totale delle cariche per ripartizione geografica e per regioni
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	Numero medio di cariche nelle società e nelle altre forme		Numero cariche nelle imprese		di cui: Numero cariche nelle società e nelle altre forme	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Piemonte	0,9	2,2	243.613	629.870	174.238	426.756
Valle D'Aosta	1,1	2,7	9.630	23.043	7.397	17.382
Lombardia	0,7	2,3	476.807	1.540.342	383.627	1.198.503
Liguria	0,8	2,0	87.328	217.118	62.191	150.585
Trentino-Alto Adige	0,8	2,8	49.484	171.245	35.830	117.184
Veneto	0,8	2,3	235.897	733.054	173.737	514.528
Friuli-Venezia Giulia	0,8	2,4	56.210	159.199	38.098	113.154
Emilia-Romagna	0,9	2,4	246.263	724.998	187.359	523.606
Toscana	0,8	2,1	205.905	560.028	148.607	393.831
Umbria	0,8	2,2	50.154	127.963	34.686	89.644
Marche	0,8	2,1	82.123	231.080	54.144	152.036
Lazio	0,5	1,6	240.938	712.750	166.543	520.902
Campania	0,6	1,8	236.043	643.776	145.819	426.430
Abruzzo	0,7	1,9	66.483	169.092	37.522	102.365
Molise	0,7	2,0	15.587	37.073	6.644	19.784
Puglia	0,6	1,9	137.446	426.035	69.517	224.584
Basilicata	0,6	2,1	25.469	67.762	11.264	36.817
Calabria	0,6	1,9	66.098	195.872	32.955	102.918
Sicilia	0,7	2,0	190.512	542.858	105.474	308.802
Sardegna	0,7	1,9	73.770	204.625	46.596	121.846
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	<i>0,8</i>	<i>2,2</i>	<i>817.378</i>	<i>2.410.373</i>	<i>627.453</i>	<i>1.793.226</i>
<i>Italia Nord-Orientale</i>	<i>0,8</i>	<i>2,4</i>	<i>587.854</i>	<i>1.788.496</i>	<i>435.024</i>	<i>1.268.472</i>
<i>Italia Centrale</i>	<i>0,6</i>	<i>1,9</i>	<i>579.120</i>	<i>1.631.821</i>	<i>403.980</i>	<i>1.156.413</i>
<i>Italia Meridionale</i>	<i>0,6</i>	<i>1,8</i>	<i>547.126</i>	<i>1.539.610</i>	<i>303.721</i>	<i>912.898</i>
<i>Italia Insulare</i>	<i>0,7</i>	<i>2,0</i>	<i>264.282</i>	<i>747.483</i>	<i>152.070</i>	<i>430.648</i>
Italia	0,7	2,1	2.795.760	8.117.783	1.922.248	5.561.657

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Movimprese, Unioncamere-Infocamere

È evidente che questa situazione è frutto di evoluzioni negli assetti organizzativi e proprietari delle imprese, oltre che delle dinamiche di nati - mortalità più sopra descritte. Infatti, rispetto al 2003 (tab. 1.36) sono intervenute variazioni nelle tipologie di cariche che mettono in risalto dinamiche interessanti e distinguibili in 3 gruppi:

1. quelle che si sono ridotte e con la stessa intensità tra uomini e donne: i/le "titolari" e le "altre cariche" (-0,8%);
2. quelle che si sono ridotte e con intensità diverse tra uomini e donne: tra i "soci" la variazione è stata più rilevante tra gli uomini (-6,9%) che tra le donne (-3,2%);
3. quelle che sono cresciute e con intensità diverse tra uomini e donne: tra gli "amministratori" sono cresciute di più le donne (+18,4%).

A parte le variazioni delle/dei titolari d'impresa che trovano giustificazione in gran parte nelle variazioni delle imprese individuali già analizzate (vedere capitolo 1.2.3), vale la

pena soffermarsi sulle altre tipologie di cariche. Queste, infatti, denotano quei cambiamenti a cui si accennava sia negli assetti proprietari sia negli organi/poteri amministrativo-decisionali e vanno lette in combinazione con le variazioni delle numerosità delle forme giuridiche (tab. 1.16.a e 1.16.b).

La variazione negativa dei soci è in controtendenza rispetto alla variazione positiva della numerosità delle società (di capitale e di persone) e delle altre forme giuridiche (consorzi, cooperative etc.). Questo lascerebbe pensare che negli anni vi siano stati comportamenti tali da contrastare la crescita del numero dei soci, e che questi possano essere riassumibili in:

- riduzione del numero dei soci nelle imprese esistenti, con conseguente accentramento del capitale in un numero minore di persone;
- creazione di ulteriori imprese da parte delle stesse persone;
- riassetti/riorganizzazione all'interno di "gruppi" di imprese.

Le uniche regioni dove questa situazione sembra non essersi verificata sono, per le donne, il Trentino Alto Adige, il Veneto, il Lazio, la Puglia, la Basilicata e la Sicilia, dove il numero dei soci è cresciuto e, per gli uomini, l'Umbria e, ancora, la Basilicata e la Sicilia.

Altre, invece, possono essere le motivazioni sottostanti alle variazioni delle cariche diverse dai soci.

**Tab. 1.36 - Variazione % delle cariche ricoperte da uomini e donne nelle imprese registrate per ripartizione geografica e per regioni
(Anni 2003-2008)**

Regioni e ripartizioni geografiche	Titolari		Soci		Amministratori		Altre Cariche	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Piemonte	-0,7%	1,6%	-6,3%	-9,8%	18,5%	17,7%	-18,7%	-14,5%
Valle D'Aosta	-12,7%	-1,9%	-4,0%	-9,4%	3,6%	3,1%	-35,9%	-22,8%
Lombardia	0,4%	2,6%	-5,5%	-6,2%	16,4%	15,8%	-16,3%	-20,5%
Liguria	-6,0%	1,8%	-4,2%	-7,3%	18,5%	16,3%	-31,5%	-29,5%
Trentino-Alto Adige	-3,5%	-1,6%	2,0%	-3,4%	-18,4%	-8,6%	113,6%	46,8%
Veneto	-4,1%	-4,3%	1,9%	-3,3%	19,0%	19,1%	-6,1%	-13,4%
Friuli-Venezia Giulia	-8,0%	-5,8%	-9,6%	-17,5%	8,9%	9,5%	-7,1%	-13,8%
Emilia-Romagna	-1,8%	-0,9%	-9,1%	-13,0%	11,1%	10,2%	11,5%	0,1%
Toscana	-0,6%	2,3%	-8,7%	-12,2%	20,7%	19,9%	-30,8%	-23,7%
Umbria	-0,7%	-2,1%	2,2%	0,3%	23,8%	20,0%	-26,0%	-25,1%
Marche	1,3%	-1,3%	-3,7%	-6,7%	24,5%	23,2%	-17,8%	-17,1%
Lazio	1,5%	2,7%	0,4%	-7,9%	32,2%	28,0%	-23,5%	-21,3%
Campania	1,6%	-0,9%	-2,0%	-4,8%	21,3%	17,0%	-29,9%	-25,1%
Abruzzo	-2,2%	-2,2%	-0,8%	-4,6%	17,1%	14,5%	-23,5%	-14,7%
Molise	-8,2%	-4,8%	-0,7%	-11,8%	13,5%	6,7%	-40,5%	-24,8%
Puglia	-3,0%	-5,8%	4,3%	-4,3%	24,2%	18,8%	-36,4%	-31,7%
Basilicata	-6,3%	-5,5%	7,7%	4,8%	25,8%	25,4%	-28,6%	-22,4%
Calabria	3,6%	0,3%	-2,1%	-10,5%	21,0%	17,0%	-29,9%	-25,3%
Sicilia	2,0%	-2,7%	3,7%	3,1%	23,3%	20,9%	-27,6%	-24,1%
Sardegna	1,5%	-0,8%	-0,7%	-6,6%	15,8%	12,7%	-33,4%	-19,6%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	<i>-1,1%</i>	<i>2,1%</i>	<i>-5,6%</i>	<i>-7,6%</i>	<i>17,0%</i>	<i>16,1%</i>	<i>-18,1%</i>	<i>-20,0%</i>
<i>Italia Nord-Orientale</i>	<i>-3,7%</i>	<i>-2,9%</i>	<i>-2,9%</i>	<i>-7,5%</i>	<i>10,9%</i>	<i>11,4%</i>	<i>8,7%</i>	<i>-2,8%</i>
<i>Italia Centrale</i>	<i>0,5%</i>	<i>1,5%</i>	<i>-4,0%</i>	<i>-8,6%</i>	<i>26,3%</i>	<i>24,0%</i>	<i>-25,4%</i>	<i>-21,9%</i>
<i>Italia Meridionale</i>	<i>-0,8%</i>	<i>-2,9%</i>	<i>-0,4%</i>	<i>-5,2%</i>	<i>21,3%</i>	<i>17,2%</i>	<i>-31,3%</i>	<i>-25,8%</i>
<i>Italia Insulare</i>	<i>1,9%</i>	<i>-2,2%</i>	<i>2,2%</i>	<i>-0,1%</i>	<i>20,8%</i>	<i>18,4%</i>	<i>-28,9%</i>	<i>-23,1%</i>
Italia	-0,8%	-0,8%	-3,2%	-6,9%	18,4%	16,9%	-18,6%	-18,6%

Fonte: Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Infatti, nelle altre cariche si trovano le posizioni che hanno ricevuto deleghe di poteri da parte degli amministratori (direttori generali, procuratori speciali, dirigenti, etc.) o che svolgono particolari funzioni come i sindaci e i revisori o che riguardano particolari situazioni dell'impresa (fallimento, liquidazione, amministrazione straordinaria etc.).

Questo vuol dire che, se si vuole comprendere quale sia l'effettivo trend dei processi di delega all'interno delle imprese, è necessario isolare i casi effettivamente "utili" (direttori generali, procuratori speciali, dirigenti, etc.) dagli altri. Emerge che in realtà questi sono aumentati di quasi 5 punti percentuali (tab. 1.37) e che, quindi, tra il 2003 e il 2008 vi è stato nel sistema imprenditoriale italiano un effettivo passaggio di potere dagli organi amministrativi a figure professionali di alto livello. Inoltre, se si considera che, in genere, la delega è legata alla crescita dimensionale dell'organizzazione, questi risultati trovano corrispondenza con il significativo aumento delle forme collettive d'impresa.

Tab. 1.37 - Le "altre cariche" nelle imprese registrate tra il 2003 e il 2008

Altre cariche	2008	2003	Var. %
Cariche relative a particolari funzioni	565.828	743.941	-23,9%
Cariche relative a particolari situazioni dell'impresa	114.755	326.010	-64,8%
Cariche relative a effettive deleghe di potere	365.008	296.027	23,3%
Totale	1.045.591	1.365.978	-23,5%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Movimprese, Unioncamere-Infocamere

Infine, è doveroso evidenziare che la riduzione delle cariche relative a particolari funzioni, risente molto probabilmente della revisione normativa relativa al diritto societario che riguarda la nomina dei sindaci, ovvero che in base alla facoltà lasciata alle società che ne hanno i requisiti di prevedere o meno tali figure, sembra prevalsa la scelta negativa.

1.2.7.2 Come le donne partecipano al tessuto imprenditoriale

DISTRIBUZIONE DELLE CARICHE FEMMINILI

Rispetto al quadro generale appena delineato è possibile approfondire come si distribuiscono le cariche femminili all'interno delle imprese italiane e distinguerle per forma giuridica. È un'analisi utile a rilevare se vi siano particolari comportamenti o situazioni in grado di caratterizzare la presenza femminile nel tessuto imprenditoriale.

Considerando che nelle imprese individuali vi è una sorta di equivalenza di uno a uno tra persona (il o la titolare) e impresa, è nelle società di persone e nelle società di capitale (tab. 1.38) che si concentrano maggiormente le donne che esercitano poteri ed hanno responsabilità nel sistema imprenditoriale. Rispetto alla distribuzione delle cariche, esistono casi, come la Lombardia, dove il divario tra società e imprese individuali raggiunge i 20 punti percentuali e casi, dove le imprese individuali mantengono quote consistenti e addirittura assorbono più della metà delle cariche femminili, come nel Sud Italia e in particolare in Molise (55,3%) e Basilicata (54,4%).

Esistono anche situazioni interessanti come la partecipazione nella “cooperazione”, che sembra essere più diffusa nel Sud Italia piuttosto che nel Nord: si va dalla importante presenza in Sicilia (12,8%) e in Basilicata (9,1%), all'assottigliamento man mano che si sale verso Nord dove si raggiunge il livello più basso nel Veneto (2,3%). Sono relativamente marginali le presenze nei consorzi (0,4%) e nelle altre forme giuridiche (0,7%).

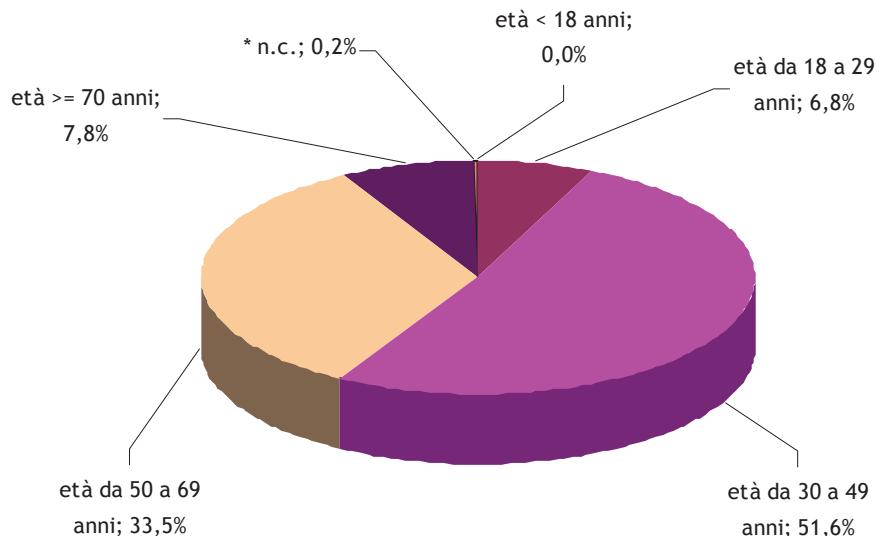
Tab. 1.38 – Distribuzione delle cariche ricoperte da donne per forma giuridica, regione e ripartizione geografica
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	COOPERATIVE	CONSORZI	ALTRÉ FORME	TOTALE
Piemonte	21,1%	47,6%	27,6%	2,7%	0,4%	0,6%	100,0%
Valle D'Aosta	13,1%	59,0%	23,0%	3,6%	0,7%	0,5%	100,0%
Lombardia	38,1%	39,1%	18,1%	3,5%	0,2%	0,9%	100,0%
Liguria	20,8%	47,4%	27,6%	2,9%	0,9%	0,5%	100,0%
Trentino-Alto Adige	16,9%	51,6%	26,8%	3,7%	0,3%	0,6%	100,0%
Veneto	30,3%	42,0%	24,6%	2,3%	0,4%	0,4%	100,0%
Friuli-Venezia Giulia	29,1%	36,4%	30,7%	3,0%	0,3%	0,6%	100,0%
Emilia-Romagna	30,9%	42,7%	22,4%	3,4%	0,2%	0,4%	100,0%
Toscana	28,4%	41,5%	26,0%	3,4%	0,3%	0,4%	100,0%
Umbria	24,6%	40,5%	29,4%	4,6%	0,5%	0,5%	100,0%
Marche	25,6%	38,6%	32,0%	3,1%	0,3%	0,4%	100,0%
Lazio	37,1%	28,2%	27,6%	5,7%	0,5%	0,8%	100,0%
Campania	20,8%	36,8%	36,2%	4,9%	0,4%	0,8%	100,0%
Abruzzo	18,9%	34,3%	41,4%	4,4%	0,5%	0,4%	100,0%
Molise	14,6%	23,4%	55,3%	5,8%	0,4%	0,5%	100,0%
Puglia	20,2%	24,6%	47,0%	7,1%	0,4%	0,7%	100,0%
Basilicata	12,9%	21,9%	54,4%	9,1%	0,7%	1,1%	100,0%
Calabria	14,6%	28,5%	48,7%	6,8%	0,5%	0,9%	100,0%
Sicilia	16,2%	25,8%	43,5%	12,8%	0,4%	1,2%	100,0%
Sardegna	17,6%	37,6%	36,0%	7,7%	0,6%	0,5%	100,0%
<i>Italia Nord-Occidentale</i>	31,1%	42,7%	21,9%	3,2%	0,3%	0,8%	100,0%
<i>Italia Nord-Orientale</i>	29,3%	42,5%	24,4%	2,9%	0,3%	0,5%	100,0%
<i>Italia Centrale</i>	31,4%	35,4%	27,8%	4,4%	0,4%	0,6%	100,0%
<i>Italia Meridionale</i>	19,2%	31,4%	42,4%	5,8%	0,5%	0,7%	100,0%
<i>Italia Insulare</i>	16,6%	29,1%	41,4%	11,4%	0,4%	1,0%	100,0%
Italia	27,2%	37,7%	29,4%	4,7%	0,4%	0,7%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In termini di età (graf. 1.18), nel 2008 le donne giovani (tra i 18 e i 29 anni) che ricoprivano cariche nelle imprese italiane sono solo il 6,8%, la maggioranza aveva tra i 30 e i 49 anni e una quota consistente tra i 50 e i 69 anni.

Graf. 1.18 - Distribuzione in valore % delle cariche ricoperte da donne per classi di età nelle imprese registrate
(Anno 2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

In realtà, se si analizza la variazione delle cariche femminili per forma giuridica tra il 2003 e il 2008 (tab. 1.39), si trova che proprio laddove è meno frequente la presenza femminile si sono avuti, invece, gli unici aumenti di presenze femminili: il 9,7% tra i consorzi (uniche eccezioni in Valle d'Aosta -27,7% e in Veneto -3,5%) e il 36,9% tra le altre forme giuridiche (unica eccezione in Emilia Romagna -2,8%).

Tralasciando per il momento le imprese individuali e considerato che in tutte le altre forme giuridiche si hanno riduzioni (-23,5% nelle cooperative, -22,6% nelle società di capitale e -1,1% nelle società di persone), sembra che i fenomeni a cui si accennava prima a proposito delle variazioni delle cariche (accentramento del capitale, nuove imprese create dalle stesse persone, riassetti proprietari nei gruppi) abbiano interessato in modo particolare il genere femminile.

Va anche detto che alcune eccezioni tra le società di persone si sono avute in alcune regioni (Piemonte, Liguria, Veneto, Umbria, Lazio, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Sicilia e Sardegna), ma non con intensità sufficiente a contrastare le variazioni negative e più consistenti delle altre regioni.

Tab. 1.39 – Variazione delle cariche ricoperte da donne nelle imprese registrate per forma giuridica, regione e ripartizione geografica
(Anni 2003-2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	COOPERATIVE	CONSORZI	ALTRÉ FORME	TOTALE
Piemonte	-20,5%	0,8%	-0,5%	-26,5%	12,6%	31,9%	-5,6%
Valle D'Aosta	-26,7%	-3,1%	-12,4%	-31,9%	-27,7%	16,7%	-10,6%
Lombardia	-22,3%	-5,1%	0,6%	-20,6%	2,9%	74,4%	-11,8%
Liguria	-27,9%	0,2%	-6,0%	-21,4%	24,3%	31,6%	-9,3%
Trentino-Alto Adige	-35,0%	-3,7%	-3,1%	-11,8%	4,4%	58,6%	-10,9%
Veneto	-20,1%	1,9%	-4,1%	-21,2%	-3,5%	3,4%	-7,8%
Friuli-Venezia Giulia	-21,1%	-6,4%	-7,9%	-29,9%	51,3%	17,0%	-12,3%
Emilia-Romagna	-21,7%	-2,3%	-1,5%	-13,9%	3,7%	-2,8%	-9,4%
Toscana	-24,9%	-5,2%	-0,8%	-19,3%	10,5%	13,2%	-11,2%
Umbria	-18,2%	3,5%	-0,6%	-20,5%	14,5%	14,2%	-5,1%
Marche	-19,5%	-3,0%	1,2%	-27,3%	8,0%	18,1%	-7,5%
Lazio	-23,0%	1,8%	1,6%	-25,3%	10,8%	37,3%	-10,6%
Campania	-24,8%	-1,5%	1,7%	-32,5%	7,9%	35,5%	-8,2%
Abruzzo	-20,3%	1,1%	-2,0%	-27,2%	23,2%	23,4%	-6,3%
Molise	-24,6%	3,1%	-8,1%	-41,2%	30,8%	19,7%	-11,3%
Puglia	-25,2%	6,3%	-2,9%	-32,3%	3,3%	27,0%	-9,1%
Basilicata	-20,7%	10,5%	-6,1%	-29,0%	4,8%	45,0%	-7,5%
Calabria	-21,5%	-0,5%	3,9%	-22,3%	30,1%	34,9%	-3,8%
Sicilia	-24,0%	5,4%	2,4%	-17,1%	11,6%	61,8%	-4,7%
Sardegna	-14,9%	2,4%	1,6%	-24,8%	18,8%	14,4%	-3,9%
Italia Nord-Occidentale	-22,4%	-2,6%	-0,9%	-22,3%	10,4%	59,5%	-9,8%
Italia Nord-Orientale	-21,7%	-1,2%	-3,5%	-17,9%	2,5%	6,2%	-9,2%
Italia Centrale	-23,0%	-1,8%	0,6%	-23,6%	10,8%	26,9%	-10,0%
Italia Meridionale	-24,0%	0,9%	-0,6%	-30,8%	11,3%	32,7%	-7,8%
Italia Insulare	-21,6%	4,3%	2,2%	-18,7%	14,2%	52,3%	-4,5%
Italia	-22,6%	-1,1%	-0,6%	-23,5%	9,7%	36,9%	-8,9%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

A questo punto è utile analizzare, al pari di quanto già fatto con le imprese, come le cariche femminili siano distribuite nei vari settori di attività economica³².

Si nota subito (tab. 1.40) che la maggiore concentrazione è negli stessi settori nei quali si è riscontrata la maggiore presenza di imprese femminili (vedere cap. 1.2.2), ovvero il “Commercio” (25%), le “Attività Immobiliari, noleggio, informatica, ricerca” (16,3%), le “Attività manifatturiere” (13,5%) e l’”Agricoltura” (10,5%). Ma se si tralasciano le cariche di titolare, che sostanzialmente afferiscono alle imprese individuali, si scopre che nel “Commercio” il valore più alto è tra i soci, nelle “Attività Immobiliari, noleggio, informatica, ricerca” tra i soci di capitale, nelle “Attività manifatturiere” tra le altre cariche e nell’”Agricoltura” non superano il 3,8% tra i soci.

In tutti gli altri settori la distribuzione delle cariche per tipologia rimane abbastanza simile a quella totale, mentre le cose cambiano se si analizza quali cariche assumono le donne in ciascun settore (tab. 1.41).

³² Anche in questo caso si espongono i dati delle imprese non classificate, ma non se ne tiene conto nel commento.

**Tab. 1.40 – Distribuzione delle cariche ricoperte da donne
nelle imprese registrate per tipologia di carica
nei settori di attività economica secondo la classificazione ATECO 2002
(Anno 2008)**

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	Titolare	Socio di capitale	Socio	Amministratore	Altre cariche	TOTALE Val. %	TOTALE Val. Ass.
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	28,8%	1,1%	3,8%	2,8%	3,2%	10,5%	315.298
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	3.147
C Estrazione di minerali	0,0%	0,3%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	3.296
D Attivita' manifatturiere	8,5%	18,6%	15,0%	14,4%	19,0%	13,5%	404.741
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,5%	0,1%	2.948
F Costruzioni	1,7%	11,4%	6,5%	6,2%	8,6%	5,5%	165.585
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la ca	33,6%	21,6%	24,8%	20,3%	16,8%	25,0%	751.313
H Alberghi e ristoranti	6,1%	4,5%	11,7%	8,9%	7,3%	8,3%	249.213
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1,3%	2,9%	2,3%	2,9%	4,4%	2,4%	72.878
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	2,1%	1,3%	1,6%	1,3%	3,7%	1,8%	53.864
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	5,9%	28,0%	18,4%	20,9%	18,5%	16,3%	489.987
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligato	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	143
M Istruzione	0,3%	0,6%	0,5%	1,1%	0,7%	0,6%	19.504
N Sanita' e altri servizi sociali	0,2%	1,5%	0,9%	2,9%	1,9%	1,5%	45.232
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	10,8%	2,8%	4,4%	5,3%	5,3%	6,5%	196.558
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27
X Imprese non classificate	0,4%	5,2%	9,8%	12,7%	9,6%	7,7%	232.436
TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3.006.170

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Infatti, la tendenza generale a ricoprire di più la carica di amministratore (33,7%) è riscontrata nella grande maggioranza dei settori, ma è interessante l'elevata partecipazione delle donne con altre cariche nel settore della produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua, che raggiunge il 41,8% in questo settore, così come nei servizi domestici presso famiglie e conviventi dove le altre cariche si equivalgono a quelle di amministratore (40,7%). Laddove, invece, è prevalente la presenza di titolari (Agricoltura, Pesca, Commercio, Intermediazione monetaria e finanziaria, Altri servizi pubblici sociali e personali) lo si deve, come detto più volte, alla forte concentrazione in questi settori delle imprese individuali.

**Tab. 1.41 – Distribuzione delle cariche ricoperte da donne
nelle imprese registrate per settore di attività economica secondo la
classificazione ATECO 2002 a seconda della tipologia di carica
(Anno 2008)**

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	Titolare	Socio di capitale	Socio	Amministratore	Altre cariche	TOTALE
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	79,7%	0,7%	8,2%	9,1%	2,4%	100,0%
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	36,2%	3,6%	30,7%	23,4%	6,1%	100,0%
C Estrazione di minerali	3,2%	21,0%	20,4%	37,1%	18,3%	100,0%
D Attivita' manifatturiere	18,3%	9,7%	25,0%	36,0%	11,0%	100,0%
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	2,5%	7,0%	9,3%	39,4%	41,8%	100,0%
F Costruzioni	8,9%	14,5%	26,5%	37,9%	12,2%	100,0%
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la ca	39,1%	6,0%	22,3%	27,4%	5,2%	100,0%
H Alberghi e ristoranti	21,5%	3,8%	31,6%	36,2%	6,9%	100,0%
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	15,9%	8,3%	21,3%	40,3%	14,1%	100,0%
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	34,7%	5,2%	19,5%	24,3%	16,2%	100,0%
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	10,6%	12,0%	25,4%	43,2%	8,9%	100,0%
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligato	0,0%	10,5%	5,6%	51,0%	32,9%	100,0%
M Istruzione	11,7%	6,5%	16,1%	57,3%	8,3%	100,0%
N Sanita' e altri servizi sociali	4,6%	6,8%	13,1%	65,7%	9,9%	100,0%
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	48,1%	3,0%	15,3%	27,3%	6,4%	100,0%
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	0,0%	7,4%	11,1%	40,7%	40,7%	100,0%
X Imprese non classificate	1,7%	4,7%	28,5%	55,5%	9,7%	100,0%
TOTALE	29,1%	7,0%	22,4%	33,7%	7,8%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

1.2.7.3 Cariche femminili per nazionalità: donne straniere e imprese in Italia

L'imprenditorialità straniera è un fenomeno relativamente recente e che merita attenzione anche dal punto di vista del genere. Si tratta di una componente che contribuisce, in modo significativo allo sviluppo economico e sociale del nostro Paese e che, soprattutto in chiave prospettica, si inserisce nelle dinamiche presentate in questo lavoro. (tab. 1.42).

Infatti, rispetto al numero totale di cariche femminili del 2008 (circa 3 milioni di donne) si rileva che il 5,4% è ricoperto da donne di nazionalità estera contro il 93,5% di donne italiane (il restante 0,9% sono cariche “non classificate”³³).

L'aspetto interessante è che la componente extra comunitaria pur essendo limitata al 3,7% del totale è circa il doppio della componente proveniente dall'area comunitaria.

Tab. 1.42 Cariche nelle imprese registrate ricoperte da donne per nazionalità di origine
(Anno 2008)

Area Geografica	TOTALE	Val %
Comunitaria	60.087	2,0%
Extra Comunitaria	110.633	3,7%
Italiana	2.809.858	93,5%
<i>Non Classificata</i>	25.592	0,9%
TOTALE	3.006.170	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Rispetto alla forma giuridica delle imprese (tab. 1.43a), si osserva che le donne extracomunitarie si differenziano dalle comunitarie e dalle italiane concentrando maggiormente nelle ditte individuali (42,6%), seguite dalle società di persone (32,9%) e dalle società di capitale (20%).

Tab. 1.43a – Distribuzione % delle cariche nelle imprese registrate ricoperte da donne per nazionalità di origine e per forma giuridica di impresa
(Anno 2008)

Area geografica	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	COOP.VE	CONSORZI	ALTRI FORME	TOTALE
Comunitaria	27,2%	36,4%	31,6%	4,0%	0,2%	0,6%	100,0%
Extra Comunitaria	20,0%	32,9%	42,6%	3,9%	0,2%	0,4%	100,0%
Italiana	27,4%	37,8%	29,1%	4,7%	0,4%	0,7%	100,0%
<i>Non Classificata</i>	31,9%	52,3%	7,2%	6,6%	1,6%	0,4%	100,0%
media	27,2%	37,7%	29,4%	4,7%	0,4%	0,7%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

³³ Le cariche “non classificate” si riferiscono alle imprese per le quali non si è ancora concluso l'iter amministrativo presso il Registro delle Imprese e, di conseguenza, le informazioni sono parziali e non associate ad una specifica nazionalità, forma giuridica o settore.

Mentre, per tipologia di carica e tralasciando le cariche da titolare, si rileva che sia le donne comunitarie sia le extra comunitarie sono proporzionalmente più presenti tra gli amministratori (rispettivamente 37,1% e 30,3%) e in seconda battuta tra i soci (rispettivamente 21,2% e 19,1%).

Tab. 1.43b – Distribuzione % delle cariche nelle imprese registrate ricoperte da donne per nazionalità di origine e per tipologia di carica

(Anno 2008)

Area geografica	Titolare	Socio di capitale	Socio	Ammin.re	Altre cariche	TOTALE
Comunitaria	31,1%	5,1%	21,2%	37,1%	5,5%	100,0%
Extra Comunitaria	42,2%	4,1%	19,1%	30,3%	4,2%	100,0%
Italiana	28,7%	7,2%	22,5%	33,8%	7,8%	100,0%
<i>Non Classificata</i>	4,3%	0,0%	35,5%	33,2%	27,0%	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Comparando i dati relativi all'anno 2008 con quelli del 2003 (tab. 1.44), in generale, si riscontra un notevole incremento della presenza femminile, ma più intenso tra quelle provenienti dall'area comunitaria (41%) che dall'area extra comunitaria (17%).

In particolare, le prime sono cresciute in ogni forma giuridica, mentre le donne dell'area extra comunitaria, sono incrementate all'interno delle società di persone (+17,3%) e tra le imprese individuali (+59,4%), riducendo la loro partecipazione nelle società di capitale (-22%) e nelle cooperative (-10,9%).

Tab. 1.44 – Variazioni nella distribuzione delle cariche ricoperte da donne nelle imprese registrate per nazionalità di origine e per forma giuridica di impresa

(Anni 2003-2008)

Area Geografica	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	COOP.VE	CONSORZI	ALTRE FORME	TOTALE
Comunitaria	7,7%	49,7%	82,3%	10,2%	56,0%	69,3%	40,8%
Extra Comunitaria	-22,0%	17,3%	59,4%	-10,9%	8,2%	30,3%	17,2%
Italiana	-23,0%	-1,4%	-3,6%	-24,2%	10,3%	37,5%	-10,0%
<i>Non Classificata</i>	-27,1%	-42,8%	-32,9%	-30,5%	-11,2%	-43,0%	-36,6%
Totale	-22,6%	-1,1%	-0,6%	-23,5%	9,7%	36,9%	-8,9%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Un filo conduttore tra le comunitarie e le extra comunitarie si ha anche nella presenza nei settori di attività economica (tab. 1.45). In primo luogo, il commercio è quello dove entrambe si concentrano maggiormente, in secondo luogo, la grande maggioranza delle cariche femminili si distribuiscono negli stessi 4 settori (commercio, attività manifatturiera, attività immobiliari/noleggio/informatica, alberghi e ristoranti).

Mentre è nelle variazioni rispetto al 2003 che si trovano differenze:

- le donne comunitarie hanno fortemente aumentato (oltre il 50%) i ruoli ricoperti nelle cariche delle imprese dei settori costruzioni (+106,3%), alberghi e ristoranti (+77,2%), altri servizi pubblici sociali e personali (+51,2%);
- le donne extracomunitarie sono cresciute di più, invece, nei trasporti, immagazzinaggio e comunicazioni (+52,2%).

Tab. 1.45 – Variazioni delle cariche ricoperte da donne nelle imprese registrate per nazionalità di origine e per settore secondo la classificazione ATECO 2002
(Anni 2003-2008)

SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	Comunitaria (Val Ass. 2008)	Comunitaria (Var. % 2003/2008)	Extra Comunitaria (Val. Ass. 2008)	Extra Comunitaria (Var. % 2003/2008)
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	3.871	33,4%	4.137	10,2%
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	34	-8,1%	46	-6,1%
C Estrazione di minerali	18	-10,0%	37	-14,0%
D Attivita' manifatturiera	6.978	27,0%	16.470	17,5%
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	66	40,4%	42	-14,3%
F Costruzioni	3.753	106,3%	5.024	24,4%
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	14.282	46,3%	35.555	39,5%
H Alberghi e ristoranti	7.476	77,2%	12.873	35,2%
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.709	39,4%	3.816	52,2%
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	809	28,2%	1.048	-3,0%
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	9.561	43,7%	13.859	7,9%
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatori	3	0,0%	6	-66,7%
M Istruzione	531	2,5%	590	11,1%
N Sanita' e altri servizi sociali	753	42,9%	1.170	9,9%
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	4.132	51,2%	6.326	25,3%
P Serv.domestici presso famiglie e conv.	0	0,0%	0	0,0%
X Imprese non classificate	6.111	0,5%	9.634	-32,6%
TOTALE	60.087	40,8%	110.633	17,2%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

La distribuzione per settore e la dinamica dal 2003 al 2008, sembrano indicare una qualche preferenza delle donne ad impegnarsi con ruoli importanti e, in alcuni casi, ad investire in Italia in alcuni settori (quelli citati più sopra), lasciando intendere che negli altri non vedono o non percepiscono spazi utili per esprimere le proprie capacità imprenditoriali e/o gestionali. Fa riflettere il fatto che sono gli stessi settori nei quali si concentrano maggiormente anche le cariche delle donne italiane e le imprese femminili. Una prima sommaria considerazione a riguardo è che, dando per scontato l'inevitabile relazione tra le cariche e la struttura produttiva italiana, quello che ci si poteva aspettare era una maggiore "collocazione" delle donne appartenenti all'area comunitaria in settori nei quali impiegare quelle competenze maturate nel proprio paese di origine e che, forse, in Italia sono meno diffuse. Tanto più che, tra i primi 10 paesi di provenienza (tab. 1.46) vi sono la Germania, la Francia e la Gran Bretagna che si distinguono per essere tra i più importanti paesi per peso sull'economia europea e per essere tra i primi paesi europei in tema di innovazione.

Tab. 1.46 - Primi 10 Paesi di provenienza delle donne di nazionalità comunitaria che ricoprono cariche nelle imprese in Italia.

Valori assoluti e distribuzione tra i Paesi

(Anno 2008)

Paesi	Cariche (Val. Ass.)	Cariche (Val. %)
GERMANIA	13.337	22,2%
ROMANIA	10.766	17,9%
FRANCIA	10.101	16,8%
GRAN BRETAGNA	5.065	8,4%
POLONIA	3.928	6,5%
BELGIO	3.564	5,9%
SPAGNA	1.923	3,2%
AUSTRIA	1.842	3,1%
PAESI BASSI	1.231	2,0%
BULGARIA	1.180	2,0%
TOTALE	60.087	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Dal lato delle donne dell'area extracomunitaria, invece, ci si aspettava che l'interesse fosse rivolto verso i settori più tradizionali, come poi i dati hanno confermato. Rispetto ai paesi di provenienza, tra i primi 10 (tab. 1.47) si ha al primo posto la Cina, seguita dalla Svizzera, dal Marocco, dall'Argentina, dagli USA, dal Venezuela, dal Brasile, dalla Serbia e Montenegro, dalla Nigeria e infine dall'Albania.

Tab. 1.47 - Primi 10 Paesi di provenienza delle donne di nazionalità extra comunitaria che ricoprono cariche nelle imprese in Italia.

Valori assoluti e distribuzione tra i Paesi.

(Anno 2008)

Paesi	Cariche (Val. Ass.)	Cariche (Val. %)
CINA	19.329	17,5%
SVIZZERA	15.690	14,2%
MAROCCO	6.195	5,6%
ARGENTINA	4.286	3,9%
STATI UNITI D'AMERICA	4.092	3,7%
VENEZUELA	3.997	3,6%
BRASILE	3.898	3,5%
SERBIA E MONTENEGRO	3.857	3,5%
NIGERIA	3.784	3,4%
ALBANIA	3.228	2,9%
Totale	110.633	100,0%

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

2. Competitività e accesso alle risorse

UN'INDAGINE SUI COMPORTAMENTI E LE PERCEZIONI DELLE IMPRESE

Il quadro che è stato delineato nei paragrafi precedenti sintetizza le consistenze e le evoluzioni strutturali dell'imprenditoria in ottica di genere, cogliendone le grandi tendenze e solo parzialmente gli aspetti per così dire “micro - comportamentali” che riguardano gli atteggiamenti e l'approccio verso il contesto e mercato di riferimento, che possono essere rilevati solo coinvolgendo direttamente le imprese.

Per approfondire ulteriormente questi aspetti è stata realizzata una indagine campionaria, costruita in modo da avere uno spaccato sui comportamenti delle imprese rispetto alle risorse di cui hanno bisogno per innovare e competere esplorato in un'ottica di genere. Si tratta, innanzitutto, dei servizi di assistenza e consulenza e delle risorse finanziarie, così da mettere in evidenza quanto le imprese conoscano le opportunità offerte loro dai diversi soggetti territoriali (sistema bancario, mondo associativo, istituzioni, camere di commercio, sistemi scolastici e formativi, università e ricerca) e quanto, come, ed eventualmente con chi (istituzioni, associazioni, istituti formativi e di ricerca ecc.) le imprese hanno realizzato progetti innovativi e di qualità. Inoltre, si tracciano le principali caratteristiche dei profili imprenditoriali partendo dalla genesi dell'impresa, passando per le relazioni, l'approccio all'innovazione, le preferenze per le forme di intervento. Infine, evidenziando le modalità di approccio delle imprese femminili, in comparazione a quelle maschili, alle risorse critiche per la loro competitività si vogliono fornire spunti di riflessione per nuovi possibili interventi mirati a specifiche esigenze imprenditoriali³⁴.

I settori di riferimento per l'indagine

Ai fini dell'indagine le elaborazioni e la presentazione dei risultati si riferisce ai settori di attività economica raggruppati come segue:

Settori	Corrispondenti codici ATECO 2002
Agricoltura e pesca	A; B
Manifatturiero e assimilati	C; D; E; F
Commercio, turismo e servizi	G; H; I; J; K
Altri servizi	L; M; N; O; P

³⁴ L'analisi si fonda su una indagine campionaria effettuata attraverso un questionario, costruito per la rilevazione, composto da domande a risposta chiusa ed a scelta multipla, somministrato con una tecnica CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing). Sono state effettuate 3001 interviste ad un campione stratificato proporzionalmente alla popolazione delle imprese attive iscritte al Registro delle imprese alla data del 31/12/2008 e ripartite rispetto ai seguenti target:

- 1.083 Imprese femminili;
- 1.117 Imprese maschili;
- 801 Imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215, comprendenti imprese 215 finanziate e imprese 215 ammesse e non finanziate.

I risultati di queste ultime sono stati utilizzati per la valutazione di effetti delle legge (vedere capitolo 3). Le rilevazioni sono state effettuate nel periodo compreso tra maggio e luglio 2009, pertanto quando nell'elaborazione dei risultati si fa riferimento “all'ultimo anno” o “nei prossimi mesi” occorre tener presente che ci si riferisce ad un periodo a cavallo tra il 2008 e il 2009. Gli intervistati sono stati in grande maggioranza titolari e soci/e delle imprese (88%), quindi i diretti e le dirette interessate. Solo una minima parte delle interviste (12%) è stata rilasciata da persone diverse, indicate dalla “proprietà” a rispondere all'intervista. I risultati del campione sono riportati all'universo delle imprese registrate al 31 dicembre 2008.

2.1 I servizi consulenziali e di assistenza

Questa parte dell'indagine si proponeva di mettere a fuoco il livello di utilizzo e le esigenze di servizi reali a cui le imprese fanno riferimento per innovare e competere.

In generale emergono due indicazioni. La prima è che poche imprese utilizzano i servizi del territorio e un altrettanto ristretto numero manifesta fabbisogni. La seconda è che per alcuni servizi il fabbisogno sembra più elevato dell'utilizzo.

Queste prime considerazioni insieme alle differenze, non sempre marcate, tra le imprese femminili e le maschili suggeriscono una ipotesi interpretativa più ampia: le imprese piccole e piccolissime, quota prevalente del sistema imprenditoriale, tendono a fare da sé, si costruiscono strategie di sviluppo e/o di resistenza contando prevalentemente sulle proprie forze. Occorre porre una attenzione specifica e maggiore di quanto è stato fatto in precedenza a questa componente che, come ampiamente riconosciuto, costituisce l'ossatura e l'identità della nostra economia. In altri termini, va tenuto conto del fatto che le imprese preferiscono minimizzare i rischi limitando la crescita dimensionale e individuare soluzioni alternative quali le collaborazioni con altre imprese soprattutto, del proprio contesto territoriale, ricorrendo ai servizi di mercato in misura minore di quanto ci si aspetterebbe.

La tematica dell'accesso alle risorse risente, forse più di quanto si poteva prevedere, della particolare situazione economico-finanziaria generale (la crisi e sue conseguenze sulla "vitalità" delle imprese) esistente al momento delle rilevazioni. È bene, pertanto, tenere conto di questo aspetto nella interpretazione di alcuni risultati.

Queste premesse sono importanti per consentire di inquadrare il contesto nel quale si inseriscono i risultati delle analisi, focalizzate sui comportamenti delle imprese, in ottica di genere, rispetto ai servizi consulenziali e di assistenza per:

- a) l'avvio d'impresa;
- b) la formazione degli imprenditori e dei loro collaboratori;
- c) lo svolgimento delle pratiche amministrative e burocratiche;
- d) la ricerca di personale qualificato;
- e) la rendere compatibili i tempi di vita e di lavoro;
- f) la consulenza giuridica
- g) l'innovazione
- h) l'informazioni sul mercato
- i) le scelte strategiche

a) Servizi per l'avvio d'impresa

A utilizzare i servizi per l'avvio d'impresa è stato mediamente il 2,8% degli imprenditori/imprenditrici: più le donne degli uomini (il 5,3% contro il 2%). Al Nord le prime superano i secondi del 5%, al Sud e nelle isole del 3%. Uno sguardo ai settori produttivi segnala che sono le imprenditrici che operano nel “commercio, turismo e servizi” (10,6%) a utilizzarli di più. Il fabbisogno è maggiore dell'utilizzo: in media il 6,1% delle imprese, con una maggiore richiesta delle imprenditrici di quasi 4 punti percentuali superiore agli imprenditori (il 9% contro il 5,2%). C'è meno fabbisogno al Nord e in particolare al Nord Est; le femminili del Nord Ovest, invece, esprimono un fabbisogno quasi doppio della media così come quelle del Sud. In merito ai settori, il “commercio, turismo e servizi” spicca ancora una volta per l'alto fabbisogno (10,8%), con prevalenza delle imprese femminili rispetto alle maschili (il 18,3% contro il 8%). Inoltre, sembrano più interessati gli imprenditori e le imprenditrici che scelgono la forma dell'impresa individuale rispetto a quelli che scelgono forme collettive³⁵ a utilizzare (rispettivamente 3,1% e 1,1%) e ad avere bisogno (7,2% e 2,3%) di questi servizi. Va considerato che in questa tipologia di servizi rientrano non solo gli aspetti formativi, ma anche di informazione e orientamento, di supporto alla elaborazione del business plan, di ricerca di fonti di finanziamento agevolate e del credito, di scelta della forma giuridica più adatta etc.. È evidente che a richiedere questi servizi sono soprattutto gli aspiranti imprenditori e imprenditrici, ma la domanda proviene anche da una parte del tessuto imprenditoriale che intende avviare nuove attività economiche. Sembra che sia più la componente femminile ad utilizzarli e ad esprimere l'esigenza, facendo emergere una consapevolezza maggiore che la scelta che si sta compiendo deve accompagnarsi ad un'adeguata cultura d'impresa per riuscire a stare sul mercato con successo e ridurre il rischio di mortalità.

Tab. 2.1 - Servizi per l'avvio d'impresa. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali per settore

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	0,3%	1,8%	1,7%	4,7%	1,3%	3,9%
Manifatturiero e assimilati	3,8%	4,3%	0,9%	4,6%	1,2%	4,6%
Commercio Turismo e Servizi	10,6%	18,3%	4,2%	8,0%	5,9%	10,8%
Altri servizi	0,6%	0,7%	0,0%	1,2%	0,2%	1,1%
Totale	5,3%	9,0%	2,0%	5,2%	2,8%	6,1%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

³⁵ Si intendono le forme giuridiche d'impresa che prevedono la proprietà condivisa/ripartita tra più persone fisiche e/o giuridiche. Rientrano quindi le società di persone, le società di capitale, le cooperative e le altre forme.

b) Servizi per la formazione

A utilizzare i servizi per la formazione sono il 19,3% degli imprenditori³⁶. Sono meno le imprese femminili delle maschili (il 17% contro il 20%) e non emergono particolari differenze territoriali se non una leggera prevalenza al Centro (+2% rispetto al dato generale). Tende ad essere maggiore l'utilizzo nei settori del “manifatturiero e assimilati” e in quelli degli “altri servizi”, settore nel quale si registra un picco per le imprese femminili che raggiungono quasi il 40%. Il fabbisogno è, in questo caso, minore dell'utilizzo: il 15,7% delle imprese, anche se quelle femminili prevalgono leggermente (16% contro 15,7%). Esprimono un maggior fabbisogno le imprese del Nord Ovest (20,7%) ed in particolare quelle femminili che sono quasi il 25%. Sembra più contenuto, invece, il fabbisogno delle imprese del Centro e del sud, anche se in questa area del paese quelle femminili risultano leggermente più bisognose di interventi formativi. Riguardo ai settori l'esigenza minore è nell'“agricoltura e pesca” (4,9%) senza differenze significative tra i generi. Il picco, invece, è tra gli “altri servizi” in modo particolarmente significativo per le imprese femminili (27%). Sembra però, che sia più diffusa tra le imprese maggiormente strutturate (forme collettive) l'attenzione verso la formazione del capitale umano (27,9% contro il 14,7% delle imprese individuali), mentre in termini di fabbisogno si ha una sostanzialmente omogeneità tra imprese individuali e forme collettive (poco meno del 16%). Si trova conferma, rispetto ad altre ricerche³⁷, che sulle attività formative per il capitale umano le imprese fatichino ad avere lo stesso livello di attenzione che prestano, invece, ad altri aspetti analizzati in questo lavoro (ad esempio i servizi per le pratiche amministrative) e questo non gioca certo a favore della loro competitività. Se questa è la situazione generale per entrambi i generi, va evidenziato che vi sono alcune eccezioni che riguardano alcune imprese femminili come nel caso di quelle che operano nel settore “altri servizi”. Sono le donne ad utilizzare e a richiedere più servizi per la formazione e la crescita forte delle imprese femminili in questo settore (che presenta il più alto tasso di femminilizzazione pari al 46,2%) può avere determinato una forte dinamicità che ha nella formazione un punto cardine.

Tab. 2.2 - Servizi per la formazione imprenditoriale e del personale. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	1,0%	4,0%	2,2%	5,2%	1,9%	4,9%
Manifatturiero e assimilati	17,4%	17,0%	21,8%	21,5%	21,2%	20,9%
Commercio Turismo e Servizi	12,2%	17,1%	17,3%	15,2%	16,0%	15,7%
Altri servizi	39,5%	27,0%	38,1%	14,4%	38,5%	18,0%
Totale	17,0%	16,8%	20,0%	15,6%	19,3%	15,9%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

³⁶ Sono stati considerati solo i servizi “esterni” alle imprese, ovvero quelli acquistati sul mercato escludendo le attività svolte internamente. Per avere un quadro più ampio si suggerisce di consultare le indagini periodiche del Sistema Informativo Excelsior realizzato da Unioncamere e Ministero del Lavoro e P.S.. Infatti, questo ha rilevato che le imprese che hanno svolto attività di formazione internamente ed esternamente per il proprio personale sono cresciute di quasi 7 punti percentuali tra il 2005 e il 2008, raggiungendo quota 25,7%.

³⁷ Vedere i dati del Sistema Informativo Excelsior <http://excelsior.unioncamere.net>

c) Servizi per le pratiche amministrative e burocratiche

A utilizzare i servizi per le pratiche amministrative e burocratiche (cioè quelle che hanno a che fare con gli obblighi e gli adempimenti previsti dalle varie normative) sono il 47,5% delle imprese. Sono il 5% in meno le imprese femminili rispetto alle maschili (il 43,8% contro il 48,6%). Tra le prime, sono molte di più quelle del Nord Ovest (52,6%) e del Centro (52,8%) rispetto a quelle del Nord Est (38,8) e del Sud (34,8%). Se si analizza la distribuzione delle risposte per settori, si registra un picco in “altri servizi” dove quasi il 70% delle imprese ne dichiara l’utilizzo, di cui il 61% femminili. *Il fabbisogno, anche in questo caso, è minore dell’utilizzo:* il 20,6% delle imprese, di cui poco più le femminili delle maschili (21,5% contro 20,3%). Territorialmente si registra una certa uniformità con una leggera prevalenza al Nord Ovest, mentre tra i settori spiccano l’”agricoltura e pesca” dove la richiesta di fabbisogno (45,2%, di cui 36,2% le femminili e 48,7% le maschili) è maggiore dell’utilizzo (42,7%, di cui 41% le femminili e 43,3% le maschili) e gli “altri servizi” dove, invece, il fabbisogno è ai minimi livelli per entrambe i generi di impresa. Questa tipologia di servizi ha la prerogativa, rispetto agli altri, di essere particolarmente utilizzato dalle imprese a prescindere dalla forma giuridica (una leggera prevalenza si ha tra le forme collettive che raggiungono il 51% nell’utilizzo). È evidente quanto sia condizionante il peso della burocrazia e degli adempimenti amministrativi che quotidianamente le imprese si trovano a dover gestire e per far fronte ai quali si avvalgono dell’assistenza e della consulenza di organizzazioni e soggetti esterni.

Tab. 2.3 - Servizi di assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	41,0%	36,2%	43,3%	48,7%	42,7%	45,2%
Manifatturiero e assimilati	31,5%	15,5%	43,1%	20,2%	41,6%	19,6%
Commercio Turismo e Servizi	40,2%	23,9%	44,9%	15,5%	43,6%	17,8%
Altri servizi	61,2%	8,1%	71,3%	5,1%	68,4%	6,0%
Totale	43,8%	21,5%	48,6%	20,3%	47,5%	20,6%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

d) Servizi per la ricerca di personale qualificato

A utilizzare i servizi per la ricerca di personale qualificato è solo il 6,3% delle imprese: sostanzialmente analogo il comportamento delle femminili rispetto alle maschili (6% contro 6,4%), con il livelli più bassi nei settori dell’”agricoltura e pesca” (1,2% le femminili, 2,2% le maschili) e quelli più alti tra gli “altri servizi” (11,2% le femminili e 14% le maschili). A livello territoriale l’utilizzo più alto è tra le imprese del centro per entrambi i generi (9,8% le femminili e il 7,8% le maschili). Il fabbisogno è in questo caso superiore all’utilizzo di due punti: l’8,9% delle imprese, con intensità superiore alla media nel “manifatturiero e assimilati” tra le maschili (15,2%) e nel “commercio, turismo e servizi” tra le femminili (11,7%) e a livello territoriale nel Nord Ovest in particolare tra le imprese maschili (14,4%). Il basso utilizzo e la richiesta superiore all’utilizzo, anche se di poco, conferma la tendenza al fare da sé evidenziata anche da altre ricerche e, in alternativa, ad utilizzare canali usualmente informali o coinvolgendo la rete di conoscenze personali³⁸. Questo comportamento, tuttavia, è più attenuato tra le imprese maggiormente strutturate più inclini ad utilizzare questi servizi (con il 10,4% superano di 4 punti percentuali il valore medio del totale delle imprese), mentre il fabbisogno sembrerebbe più diffuso tra le imprese individuali (9,1%).

Tab. 2.4 - Servizi per la ricerca e selezione di personale adeguato. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	1,2%	3,5%	2,2%	7,1%	1,9%	6,1%
Manifatturiero e assimilati	6,2%	7,7%	8,0%	15,2%	7,8%	14,2%
Commercio Turismo e Servizi	5,3%	11,7%	3,1%	7,2%	3,7%	8,4%
Altri servizi	11,2%	6,0%	14,0%	3,2%	13,2%	4,0%
Totale	6,0%	8,2%	6,4%	9,1%	6,3%	8,9%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

³⁸ Si vedano a tal proposito i citati risultati delle indagini annuali del Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere e Ministero del Lavoro e P.S..

e) Servizi per rendere compatibili i tempi di vita e di lavoro

A utilizzare i servizi per rendere compatibili i tempi di vita e di lavoro è circa l'1% del totale delle imprese, con una prevalenza nel Nord Ovest. Sono più le femminili delle maschili, in particolare nel settore degli "altri servizi" (con la quota più elevata che raggiunge quasi il 5%). Il fabbisogno anche in questo caso è superiore (più del doppio) all'utilizzo: in media il 2,5% delle imprese, con una netta prevalenza delle femminili (5,8%) rispetto alle maschili (1,4%). In particolare, tra le prime è una esigenza particolarmente sentita nel Nord (il 7,8% contro l'1% delle maschili) e nei settori "commercio, turismo e servizi" (8,4%) e nell'"agricoltura e pesca" (5%). Così come l'utilizzo è più frequente tra le forme collettive di impresa femminile (3%) e, invece, il fabbisogno è più diffuso tra le imprese individuali femminili (5,6%). I comportamenti che emergono rispetto a questi servizi sono abbastanza sorprendenti: scarso utilizzo con una prevalenza tra le imprese femminili rispetto alle maschili; richiesta superiore all'utilizzo ma sempre bassa; domanda maggiore espressa dalle imprese femminili del Nord; comportamento uniforme tra le imprese maschili che sembrano non sentire la necessità di questi servizi come se il tema della conciliazione tempi di vita e di lavoro non le riguardasse. Sembra plausibile che, anche laddove vi sia una offerta, la tendenza sia al fare da se o ad avvalersi della rete parentale ed amicale. Ma è anche possibile che vi sia una sorta di insoddisfazione verso quello che il territorio offre. Bisogna riflettere sul fatto che forse occorre ripensare, anche radicalmente, le modalità e i contenuti dell'offerta di questa tipologia di servizi per "liberare" tempo e risorse patologicamente congelate nella cultura del fai da te³⁹.

Tab. 2.5 - Servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per l'imprenditore/imprenditrice e per il suo personale. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	0,0%	5,0%	0,0%	1,8%	0,0%	2,7%
Manifatturiero e assimilati	0,0%	2,5%	0,0%	1,6%	0,0%	1,7%
Commercio Turismo e Servizi	0,6%	8,4%	0,2%	1,8%	0,3%	3,6%
Altri servizi	4,8%	3,8%	3,1%	0,0%	3,6%	1,1%
Totale	1,4%	5,8%	0,6%	1,4%	0,8%	2,5%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Indagine ISTAT

Le analisi ISTAT (Indagine Multiscopo sulle famiglie, uso del tempo, 2002-2003) hanno evidenziato che la condivisione dei ruoli tra uomini e donne all'interno del nucleo familiare è stata in crescita, specialmente al Nord e nelle coppie giovani: i padri che svolgono lavoro di cura sono aumentati di 16 punti, le madri di 5,8, ma il differenziale è ancora il più alto d'Europa. Sono aumentate le famiglie con donne che lavorano e bimbi piccoli e sono aumentate le ore dedicate all'assistenza dei bimbi stessi. La rete informale è di vitale importanza: il 31,8% delle famiglie con madre occupata si rivolgono alla rete informale (i nonni sono al primo posto nella loro cura). E l'accesso ai servizi resta difficoltoso: nel 28% dei casi le madri intervistate "hanno dichiarato che avrebbero voluto utilizzare l'asilo-nido, ma che per molteplici ragioni (inesistenza di strutture, mancanza di posti, costi elevati, eccetera) ciò non è stato possibile".

³⁹ Si vedano a tal proposito gli interessanti spunti presenti in Alesina A., Ichino A., "L'Italia fatta in casa", Mondadori, Milano, 2009

f) Servizi per la consulenza giuridica

A utilizzare i servizi per la consulenza giuridica (cioè quelli che hanno a che fare con i contenziosi e le questioni legali di carattere civile, amministrativo e del lavoro connessi all'attività d'impresa) è il 6,5% del totale delle imprese, ma sono più le maschili che le femminili (quasi il doppio: 7,3% contro il 3,8%), in particolare nel Nord Est (15,5% contro il 2,9%). Sembra assolutamente episodico il ricorso alla consulenza legale tra le imprese femminili che operano nel “commercio, turismo e servizi” (1%) e, all'opposto, più diffuso tra le imprese maschili degli “altri servizi” (15,4%). Il fabbisogno è inferiore dell'utilizzo visto che solo il 3,7% delle imprese sembra averne l'esigenza. Sono più le imprese femminili (quasi il 5%), in particolare del Nord Ovest ad esprimere (7,5%). Situazione particolare, invece, si ha tra le imprese maschili degli “altri servizi” che sembrano avere solo raramente (0,5%) bisogno di consulenza giuridica, forse perché trovano soddisfacente l'attuale offerta e non prevedono in futuro il manifestarsi di situazioni che ne richiedono il ricorso. È comunque una tipologia di servizi che interessa più le imprese strutturate (11,7% in media con il valore massimo per le maschili pari al 13,6%) che le imprese individuali (3,4%), anche se in termini di fabbisogno non emergono differenze (entrambe pari al 3,5%) se non tra le imprese femminili con forme collettive (6,7%). A parziale spiegazione dei dati, va detto che questa tipologia di servizi non ha una relazione costante con le attività di impresa e riveste, invece, carattere più episodico e meno programmabile, ovvero riferito a particolari situazioni e momenti della vita aziendale.

Tab. 2.6 - Servizi di consulenza giuridica. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	4,8%	5,0%	4,0%	3,3%	4,3%	3,8%
Manifatturiero e assimilati	2,2%	0,9%	4,0%	4,6%	3,8%	4,1%
Commercio Turismo e Servizi	1,0%	5,5%	7,7%	3,7%	5,9%	4,2%
Altri servizi	9,2%	5,6%	15,4%	0,5%	13,6%	2,0%
Totale	3,8%	4,8%	7,3%	3,4%	6,5%	3,7%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

g) Servizi per l'innovazione

A utilizzare i servizi per l'innovazione è solo il 6,1% delle imprese, con accentuazione tra quelle del Nord e prevalentemente tra le maschili (Nord Est 9,2%, Nord Ovest 8,1%), soprattutto quelle più strutturate (10,4% con forme giuridiche collettive contro il 4,3% delle femminili). Il distacco tra imprenditori e imprenditrici nell'utilizzo di questi servizi si ha anche in tutti i settori di attività economica e diventa più marcato negli "altri servizi" (6,4% le imprese femminili contro il 14,4% delle maschili). Il fabbisogno è superiore all'utilizzo di quasi il triplo: il 17,3% delle imprese, senza rilevanti differenze tra imprese individuali e forme collettive. Se a livello generale non si hanno grandi disuguaglianze tra tipologie di imprese (17,4% le maschili contro il 16,7% delle femminili), queste emergono territorialmente tra le imprese femminili, che sono più attive nel Nord Est (28% contro il 15,9%) e nel Sud e Isole (17,3% contro il 16,3%). Così come differenze si hanno a seconda dei settori con la prevalenza del fabbisogno tra le imprese femminili dell'"agricoltura e pesca" (26%) e del "commercio, turismo e servizi" (20,3%) e, invece, prevalenza di fabbisogno tra le imprese maschili del "manifatturiero e assimilati" (24,6%). Fermo restando che l'utilizzo e/o il fabbisogno dei servizi per l'innovazione non sempre significa realizzazione di processi con risultati tangibili, resta il fatto che in Italia il tema dell'innovazione è ancora molto sottovalutato dalla grande maggioranza delle imprese, a differenza di quanto avviene in altri paesi ad economie avanzate dove, invece, le imprese fanno della innovazione una chiara leva per la competitività⁴⁰.

Tab. 2.7 - Servizi di supporto all'innovazione per l'impresa. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	2,9%	26,0%	4,8%	22,4%	4,2%	23,4%
Manifatturiero e assimilati	0,4%	8,7%	5,1%	24,6%	4,5%	22,6%
Commercio Turismo e Servizi	1,5%	20,3%	6,3%	14,6%	5,0%	16,1%
Altri servizi	6,4%	7,4%	14,4%	5,4%	12,1%	6,0%
Totale	2,7%	16,7%	7,1%	17,4%	6,1%	17,3%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

⁴⁰ Basta osservare lo European Innovation Scoreboard (EIS) del 2009, che pone l'Italia al 19° posto in Europa (al di sotto della media Ue) e che vede solo la Lombardia e l'Emilia Romagna tra le regioni europee a "medio-alta innovazione".

h) Servizi per informazioni sul mercato

A utilizzare i servizi per informazioni sul mercato sono quasi il 9% delle imprese (più tra le forme collettive: 13,8% contro il 6,7% delle imprese individuali), ma meno le femminili delle maschili (il 6,2% contro il 9,7%). Stessa situazione si rileva a livello territoriale e settoriale, ad eccezione dell'”agricoltura e pesca” dove le femminili sembrano più attive delle maschili (4,3% contro il 2,5%). Diversa è la situazione nei fabbisogni che in generale sono più alti dell'utilizzo (il 16,2%) e che sono più diffusi tra le imprese maschili nel Nord e tra le imprese femminili nel Centro e nel Sud. Anche in questo caso si ravvisa, stranamente, un basso interesse tanto nell'utilizzo quanto nei fabbisogni. Eppure le informazioni sul mercato di riferimento sono necessarie per poter prendere decisioni importanti per la vita dell'impresa. Forse una spiegazione viene dal fatto che buona parte di ciò che occorre è disponibile attraverso i media (riviste specializzate e giornali in particolare) e attraverso internet, che in qualche modo costituisce una offerta in grado di soddisfare una parte del fabbisogno informativo delle imprese.

**Tab. 2.8 - Servizi di informazione sul settore e sulle opportunità di mercato.
Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali**

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	4,3%	23,2%	2,5%	20,6%	3,0%	21,3%
Manifatturiero e assimilati	0,5%	4,6%	6,4%	16,0%	5,7%	14,6%
Commercio Turismo e Servizi	5,6%	18,3%	13,0%	17,1%	11,0%	17,4%
Altri servizi	12,9%	12,0%	15,7%	11,8%	14,9%	11,8%
Totale	6,2%	15,8%	9,7%	16,4%	8,9%	16,2%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

i) Servizi per le scelte strategiche

A utilizzare i servizi per quanto attiene le scelte strategiche sono solo il 4,4% delle imprese, ma a determinare questa situazione è il comportamento delle imprese individuali e di quelle femminili (le imprese maschili con forme collettive raggiungono il 12,1%), che sembrano ricorrere meno delle maschili a questi servizi in tutti i settori, nonostante le prime siano più attive delle seconde nel Nord Ovest e nel Centro. La richiesta di fabbisogno riguarda il doppio (9%) delle imprese che utilizzano questi servizi, con una lieve richiesta superiore delle maschili (9,5% contro il 7,3%) e in tutti i settori. Anche per questa tipologia di servizi si trova conferma della tendenza al “fai da te”. Soprattutto nel momento delle scelte strategiche che più di tutte possono condizionare il futuro di una impresa, la tendenza nettamente prevalente è a non ricorrere a esperti e a gestire internamente tutto il processo decisionale. Sembra quasi che vi sia una sorta di “chiusura” verso il confronto e il supporto di chi potrebbe essere di aiuto ad affrontare, appunto, questioni di rilevante importanza.

Tab. 2.9 - Servizi di consulenza sulle scelte strategiche aziendali. Livello di utilizzo e fabbisogni delle imprese femminili, maschili e totali

Settore	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		IMPRESE TOTALI	
	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)	utilizzatrici (val. %)	con fabbisogno (val. %)
Agricoltura e Pesca	2,1%	6,5%	3,1%	8,0%	2,8%	7,6%
Manifatturiero e assimilati	0,4%	1,1%	0,4%	6,8%	0,4%	6,1%
Commercio Turismo e Servizi	3,0%	7,3%	5,1%	10,5%	4,5%	9,7%
Altri servizi	8,0%	12,2%	13,6%	14,0%	12,0%	13,5%
Totale	3,6%	7,3%	4,7%	9,5%	4,4%	9,0%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

2.1.1 Riflessioni sulle condizioni di accesso delle imprese ai servizi

Come era dato aspettarsi i comportamenti delle imprese è molto diversa non solo tra i servizi, ma soprattutto tra settori e territori. Da un lato, i servizi che risultano più frequentemente utilizzati, indipendentemente dal genere, sono “l’assistenza nell’adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità” e “la formazione continua per sé e per il proprio personale” (il che conferma la pesantezza della burocrazia nella vita delle imprese e insieme l’importanza e l’attenzione che gli imprenditori e le imprenditrici dedicano alle persone che lavorano in azienda). Dall’altro, l’”assistenza all’adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità” e la “formazione per sé e per il suo personale” risultano essere, anche, i servizi dei quali le imprese manifestano maggiormente il bisogno; così come i servizi che riguardano le “informazioni sul territorio e sulle opportunità di mercato” e quelli sul “supporto all’innovazione dell’impresa”.

E’ necessario tenere conto che si tratta di ipotesi e che una vicinanza maggiore alla realtà concreta si potrebbe ottenere con indagini declinate nelle differenti realtà territoriali: non vi è dubbio infatti che i diversi servizi non hanno nel Paese la stessa rete di diffusione né, probabilmente, la stessa qualità.

Ma se si analizza lo scarto tra il livello di fabbisogno e il livello di utilizzo per ciascun servizio (graf. 2.1) è possibile evidenziare due gruppi: i servizi che hanno un livello di utilizzo maggiore del fabbisogno e quelli, invece, che hanno un livello di fabbisogno maggiore dell’utilizzo.

Per quelli del primo gruppo, si può ipotizzare che l’offerta sul territorio sia in grado di soddisfare la domanda (“Assistenza nell’adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità” e la “formazione per sé e per il suo personale”) e questo indurrebbe le imprese a non manifestare una esigenza, dando per scontato che qualora vi fosse sarebbero in grado di individuare senza particolari difficoltà un soggetto capace di soddisfarla.

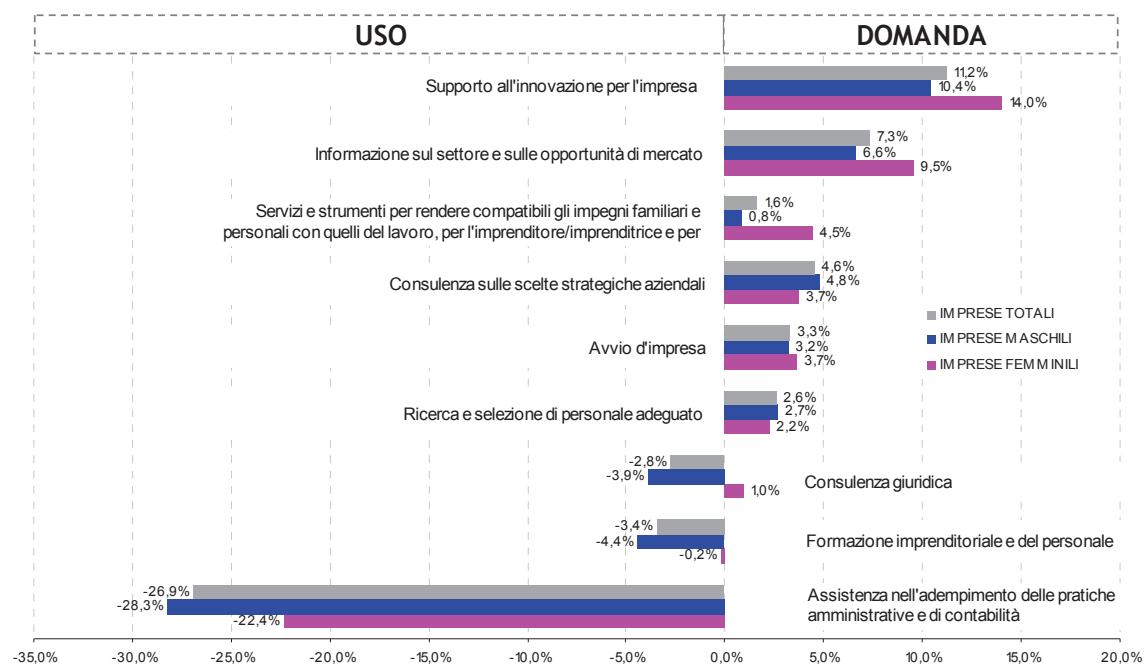
Per quelli del secondo gruppo, che hanno un livello di fabbisogno maggiore dell’utilizzo, è plausibile che l’offerta sia insufficiente a soddisfare la domanda, dal punto di vista quantitativo e/o dal punto di vista qualitativo oppure che la stessa offerta non sia adeguatamente conosciuta.

Seguendo questa ripartizione si ottengono indicazioni sui servizi che, forse, meritano una attenzione in termini di rafforzamento/adeguamento dell’offerta, tenendo anche presente le “preferenze” di genere.

E così, quelli per i quali sembra essere opportuno intervenire, sia per le imprese femminili sia per le imprese maschili, risultano essere il “supporto all’innovazione per l’impresa”, “informazione sul settore e sulle opportunità di mercato”, “consulenza sulle scelte strategiche aziendali”, “servizi per l’avvio d’impresa servizi e strumenti per rendere

compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per se e per il suo personale”, dove sembra più alto il gap (tra fabbisogno e utilizzo) percepito tra le imprese femminili, e la “ricerca e selezione di personale adeguato”, dove il gap sembra più elevato tra le imprese maschili. Infine, la consulenza giuridica ma solo per le imprese femminili. Questa ultima tipologia di servizi sembra, invece, per le imprese maschili facilmente gestibile in termini di fabbisogni. Stesso discorso vale per tutte le tipologie di impresa per i servizi di “assistenza nell’adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità” e per quelli di “formazione continua per sé e per il proprio personale”, che sembrano essere disponibili in quantità e qualità adeguata.

Graf. 2.1- Scarto tra il livello di fabbisogno e il livello di utilizzo per ciascun servizio



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Accesso ai servizi on line della pubblica amministrazione

Anche l’interazione con la Pubblica Amministrazione attraverso i siti web risulta limitata e per i servizi strettamente necessari agli adempimenti burocratici. Infatti, solo una parte (23,5% le imprese femminili e 31,7% le maschili) utilizza i siti web della Pubblica Amministrazione, seppure la numerosità delle imprese cresce tra quelle che hanno maggiore struttura (47% contro il 19,2% delle imprese individuali) ed in prevalenza per reperire o richiedere informazioni.

Questa situazione è omogenea per *genere*, per ripartizione territoriale, per settore produttivo e per forma giuridica.

2.2 Le risorse finanziarie e l'accesso al credito bancario

È noto come le risorse finanziarie e soprattutto la loro gestione siano determinanti per il successo di una attività imprenditoriale. Per ciascuna fase di vita delle imprese - avvio, gestione ordinaria, investimenti - è importante comprendere quale sia l'approccio riguardo alle fonti e, in particolare, quale sia il rapporto con il sistema bancario che costituisce un punto di riferimento in molti casi imprescindibile per disporre delle risorse finanziarie di cui necessitano le imprese.

A prescindere dallo specifico fabbisogno finanziario derivante dalla tipologia di operazione (avvio dell'attività, fasi di gestione ordinaria, ultimi investimenti effettuati) è normalmente più diffuso il ricorso al "capitale personale e/o di familiari" (tra il 46,1% e l'80,4%) ed al "credito direttamente presso le banche" (tra il 20,7% e il 29,9%), piuttosto che alle altre fonti.

È anche vero che tra il 2008 e il 2009⁴¹ il ricorso al credito bancario sembra aver interessato solo la minor parte delle imprese (10,1%), che comunque preferiscono rivolgersi a quelle locali (68,3%). Così come le restrizioni dei fidi sembrerebbero aver riguardato solo una parte del sistema produttivo (15,6%), che è inferiore alle imprese che si sono viste chiedere maggiori garanzie (28,9%). E se sono praticamente equivalenti quelle che pensano di poter avere un ampliamento del fido rispetto a quelle che non vedono fattibile una loro eventuale richiesta, resta il fatto che la grande maggioranza (96,5%) comunque non ha intenzione di ricorrere al credito bancario nei mesi successivi⁴².

Invece, quando devono accedere a risorse finanziarie esterne, le imprese preferiscono consultare anzitutto il "proprio commercialista" ed in secondo luogo l'"associazione di categoria", mentre è poco frequente il ricorso alle istituzioni (Comune, Provincia, Regione), ovvero ai programmi e servizi di supporto che queste offrono.

⁴¹ L'indagine è stata condotta tra i mesi di maggio e giugno 2009.

⁴² Anche in questo caso occorre tenere presente il periodo nel quale sono state effettuate le interviste (nota 55).

2.2.1. Fonti di finanziamento utilizzate

a) Avvio d'impresa

Più le imprese femminili delle maschili, nell'avviare un'impresa si affidano al capitale personale e/o familiare (rispettivamente 86,1% contro 81,1%). Questa tendenza è omogenea in tutte le aree geografiche con la sola eccezione del centro, dove le parti si invertono (l'87,6% delle femminili rispetto al 92,7% delle maschili) ed è confermata in tutte le forme giuridiche seppure tra quelle collettive raggiunge livelli inferiori (70,2% contro l'87,1% delle imprese individuali)

Tab. 2.10 - Fonti finanziarie utilizzate dalle imprese femminili, maschili e totali nella fase di Avvio

Fonte di finanziamento	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
Capitale personale e/o di familiari	85,2%	78,9%	80,4%
Credito direttamente presso le banche	28,5%	30,4%	29,9%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	6,1%	7,4%	7,1%
Fondi pubblici	3,6%	5,0%	4,7%
Credito agevolato attraverso i confidi	1,2%	2,3%	2,0%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Tra i settori si conferma che il ricorso a questa fonte di finanziamento è più elevata tra le imprese femminili ad eccezione del “manifatturiero e assimilati” (maschili 85,5% e femminili 81,2%).

Meno del 30% delle imprese accedono al credito bancario per l'avvio d'impresa e sono soprattutto le imprese femminili a non chiedere affidamenti (il 26,5% rispetto al 30,4%). Tuttavia, la tendenza a ricorrere alle banche aumenta all'aumentare della “strutturazione” aziendale (34,4% delle forme collettive rispetto al 26,9% delle imprese individuali).

Nelle ripartizioni territoriali si evidenziano alcune differenze:

- ✓ nel Nord Ovest: le imprese accedono al credito bancario, per avviare un'impresa, quasi in egual misura (28,6% femminili e 29,9% maschili);
- ✓ nel Nord est la differenza è meno accentuata tra i generi di impresa (25,8% femminili e 30,6% maschili);
- ✓ nel Sud e Isole la differenza è abbastanza accentuata tra i generi di impresa sfiorando i 10 punti percentuali (23,8% femminili e 33,6% maschili);
- ✓ nel Centro, invece, sono le imprese femminili a ricorrere di più al credito bancario (29,2% imprese femminili e 25,6% maschili).

Il comportamento delle imprese nei diversi settori è abbastanza omogeneo: il ricorso al credito bancario è meno diffuso tra le imprese femminili, ma con una eccezione piuttosto

interessante negli “altri servizi” ove percentualmente sono il doppio delle maschili (30% contro il 15%).

Molto meno utilizzato è il ricorso, nell'avviare un'impresa, al credito agevolato attraverso i confidi (solo il 2,4% in totale, l'1,1% imprese femminili e il 2,7% le maschili) ed è nel centro sud e nelle isole che si registra la percentuale più bassa.

Così come sembrano essere poco frequenti gli accessi ai fondi pubblici: complessivamente solo il 3,9% con il 3,6% delle imprese femminili e il 4,1% delle maschili, ma anche in questo caso sembrano essere le imprese più strutturate ad avere più “familiarità” con i fondi pubblici (8,1% delle forme collettive contro il 2,4% delle imprese individuali). Tra i settori vi è una sostanziale omogeneità di comportamento, ad eccezione delle imprese maschili degli “altri servizi” (raggiungono il 13,6% rispetto al 3,3% delle femminili).

D'altro canto, anche il capitale di soci finanziatori è una fonte di finanziamento poco utilizzata (il 5,7% totale, il 5,1% femminili e il 5,9% maschili), anche tra le forme collettive (15,4%), ma questa è la risultante di situazioni territoriali e settoriali molto diversificate:

- nel Nord Est le imprese femminili raggiungono il 13,2% rispetto al 6,2% delle maschili;
- nel Nord Ovest i comportamenti si invertono con l'1,9 delle imprese femminili e il 7% delle maschili;
- il settore manifatturiero è l'unico dove è più diffuso il ricorso a questa forma di finanziamento tra le imprese femminili (14,8% rispetto al 4%), mentre negli altri settori vi accedono di più le maschili.

b) Investimenti

Una buona parte delle imprese (46,1%) dichiara di aver utilizzato capitale personale e/o familiare per realizzare investimenti; comportamento abbastanza simile tra imprese femminili e maschili (rispettivamente il 46,4% e il 46%), ma con diversa intensità a seconda delle forme giuridiche: tra le imprese individuali raggiunge il 52,5% contro il 36,5% delle forme collettive, anche se tra queste ultime le imprese femminili sono quasi il 47%.

Tab. 2.11 - Fonti finanziarie utilizzate dalle imprese femminili, maschili e totali per realizzare gli investimenti

Fonte di finanziamento	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
Capitale personale e/o di familiari	46,4%	46,0%	46,1%
Credito direttamente presso le banche	13,6%	22,8%	20,7%
Risorse interne dell'impresa	14,0%	17,5%	16,7%
Fondi pubblici	1,3%	3,0%	2,6%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	1,0%	1,7%	1,6%
Credito agevolato attraverso i confidi	1,1%	0,7%	0,8%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Se si analizzano i territori si osserva che sono le imprese femminili ad aver utilizzato di più questa forma nel Nord Ovest (65,9% contro 56,9%) e viceversa sono più le maschili ad averlo fatto nel Nord Est (62,3% contro il 53,4%). Situazione analoga sembra aversi al centro (77,5% contro il 75,6%), mentre ritornano a essere di più le imprese femminili nel sud (76,5% contro il 65%). Se si analizzano i settori produttivi le imprese femminili ricorrono di più al capitale proprio in tutti i settori ad eccezione del “manifatturiero e assimilati” (58,7% contro il 71,4%).

Per realizzare gli investimenti i finanziamenti bancari costituiscono una fonte solo per il 22,5% delle imprese, in prevalenza le maschili (24,1% rispetto al 17,4%). Vi si ricorre di più da parte delle imprese con forma giuridica collettiva (29,1% contro il 15,1% delle imprese individuali) e al Nord, mentre le imprese femminili sembrano più propense delle maschili nel Centro Italia (16,3% contro 13,2%). Il settore nel quale si utilizza più diffusamente il credito bancario per queste operazioni è il “manifatturiero e assimilati”, mentre sono le imprese femminili che operano negli “altri servizi” a ricorrervi più delle maschili (19,9% contro 12,3%).

I confidi non sembrano essere interlocutori di interesse delle imprese per ottenere le risorse necessarie a finanziare gli investimenti (solo lo 0,6) e questa tendenza sembra essere diffusa sia tra i generi di impresa che tra territori e settori di attività economica. Unica parziale eccezione sono le imprese maschili con forma giuridica collettiva 3,1%.

Situazione analoga a quella relativa ai confidi con (solo l'1,1%) sembra riscontrarsi anche per i fondi pubblici ed anche in questo caso la parziale eccezione si ha tra le imprese maschili con forma giuridica collettiva (6,7%).

Interessante è, invece, l'utilizzo delle risorse interne (autofinanziamento) da parte delle imprese, che riguarda più di un quinto del totale (21,4%), con una sostanziale uguaglianza tra il totale delle imprese femminili e il totale delle maschili. Diversa è, invece, la situazione a livello territoriale e a livello settoriale. Nel primo caso le imprese femminili si distinguono nel Nord Est (30% contro il 14,4%) e nel Centro (23,3% contro il 19,5%) e viceversa le maschili nelle altre aree del paese. Nel secondo caso le imprese femminili più propense a utilizzare risorse interne sono quelle che operano nell'”agricoltura e pesca” (23,8% contro 19,1%) e negli “altri servizi” (21,6% contro il 12,1%), mentre è interessante il comportamento all'interno del settore “manifatturiero e assimilati” dove si ha sostanziale uguaglianza tra i generi di impresa. Un comportamento diverso sembra esserci tra le diverse forme giuridiche: le imprese femminili tendono ad utilizzare di più questa fonte di finanziamento tra le forme meno strutturate (imprese individuali 16,2% rispetto al l'11,6% delle maschili), visto che tra le forme collettive raggiungono il 9,8% (le maschili il 25,7%).

Anche il coinvolgimento di soci finanziatori/sovventori è poco frequente (solo nel 3,1% dei casi) per entrambi i generi; le uniche eccezioni si hanno tra le imprese femminili del nord est (8,4%) e quelle che operano nel “manifatturiero e assimilati” (6,1%) e tra le imprese maschili del nord ovest (6,4%)

b) Gestione ordinaria

Per la gestione ordinaria le imprese sembrano concentrare di più l'attenzione su un "ventaglio" di fonti di finanziamento molto più ristretto. Infatti, pur confermando che la principale è costituita dal capitale personale e/o di familiari, le altre fonti sono essenzialmente il credito bancario e le risorse interne, visto che le altre fonti sono utilizzate in media tra lo 0,7% e l'1,3% delle imprese.

Tab. 2.12 - Fonti finanziarie utilizzate dalle imprese femminili, maschili e totali per realizzare gli investimenti

Fonte di finanziamento	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
Capitale personale e/o di familiari	68,3%	62,3%	63,7%
Risorse interne dell'impresa	22,1%	24,0%	23,6%
Credito direttamente presso le banche	17,9%	24,3%	22,8%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	2,5%	3,6%	3,4%
Fondi pubblici	1,2%	2,8%	2,4%
Credito agevolato attraverso i confidi	1,2%	0,6%	0,7%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

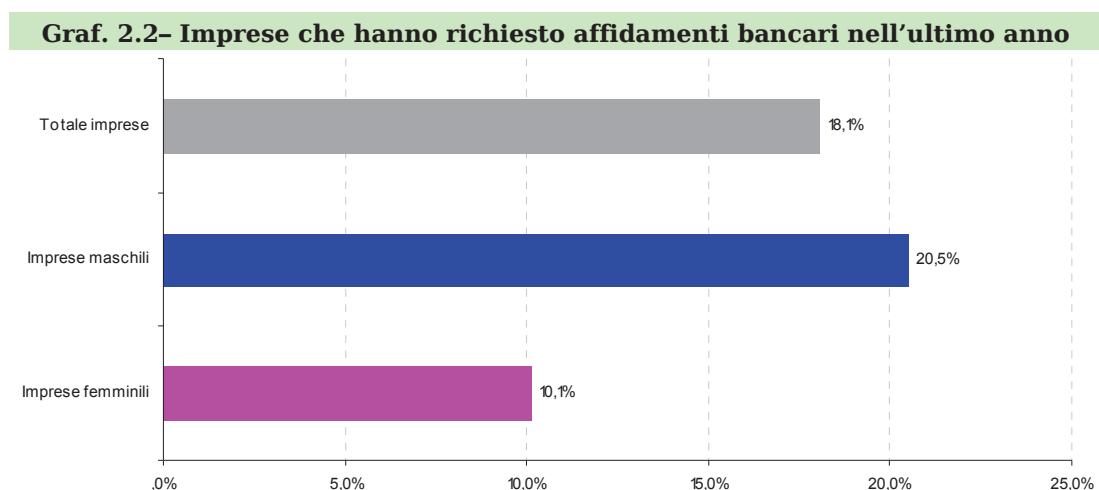
Il capitale personale e/o di familiari (il 47,8% del totale delle imprese) tendono ad utilizzarlo di più le imprese femminili del nord ovest (43,5% rispetto al 38,2%), del sud e isole (55,6% rispetto al 51,4%) e quelle dei settori "commercio, turismo e servizi" (49,2% rispetto al 40,2%), mentre le maschili, ovviamente, nelle altre aree del paese (nel nord est il 50,3% e nel centro il 53,7%) e soprattutto nell'"agricoltura e pesca" (51,2% contro 44,3%), nel "manifatturiero e assimilati" (52,8% contro 42,8%) e negli altri servizi (55,3% contro 46,9%).

Mentre, il credito bancario (il 21,3% del totale) è una delle fonti più utilizzate dalle imprese maschili sia a livello territoriale (26,6% nel nord ovest, 29,6% nel nord est e 24,5% nel sud e isole), ad eccezione del centro (le imprese femminili raggiungono il 12,3% dei casi contro il 10,8% delle maschili), sia nei vari settori di attività economica (dal 9,3% dell'"agricoltura e pesca" al 32,3% del "manifatturiero e assimilati").

L'alternativa preferita a queste soluzioni sembrano essere le risorse interne (13,6% delle imprese), dove al nord sono scelte di più dalle imprese femminili (in media il 15% rispetto all'11%) e al centro e sud le maschili (rispettivamente il 20,8% e il 12,2%). Tra i settori, invece, sono scelte meno dalle imprese maschili ad eccezione che nel "commercio, turismo e servizi" (18,9% contro 15,8%); nel "manifatturiero e assimilati" i livelli tra i generi tendono a coincidere (il 10,9% le femminili e il 10,4% le maschili).

2.2.2 Il rapporto con il sistema bancario e l'accesso al credito

Se in totale il 17,7% delle imprese sembra non aver richiesto affidamenti bancari nell'ultimo anno⁴³, quelle femminili lo hanno fatto ancora di meno (10,7% contro 19,8% delle maschili), in particolare al nord e al sud (al centro le richieste si attestano sul 10,7% con un solo punto e mezzo percentuale in più delle maschili).



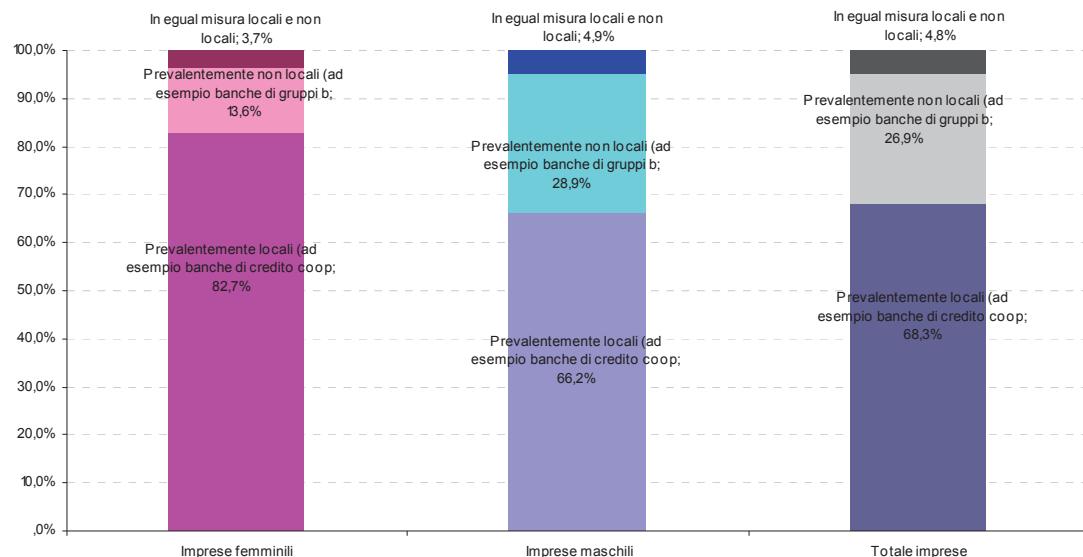
Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Ovviamente tra i settori la situazione rispecchia il dato generale e la tendenza delle imprese maschili a richiedere affidamenti più delle femminili è in genere di 8 punti percentuali superiore, tranne che nell'agricoltura (9,1% contro 3,7%).

Tra queste ultime, il 66,1% delle imprese di entrambi i generi ha preferito le banche locali. Questa scelta è più diffusa nel Nord Est (oltre l'80%) e meno nel resto del paese (tra il 51% del sud e isole e il 58,7% del centro), ma è netta la preferenza per le banche locali da parte delle imprese femminili (tra l'80,8% del centro e l'88% del nord est). Questa situazione riguarda tutti i settori, ma è ancora più accentuata per le imprese femminili del “manifatturiero e assimilati” e degli “altri servizi” (superano il 90%).

⁴³ Vedere nota 55.

Graf. 2.3 – Tipologia di banche con le quali hanno avuto rapporti le imprese nell'ultimo anno



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

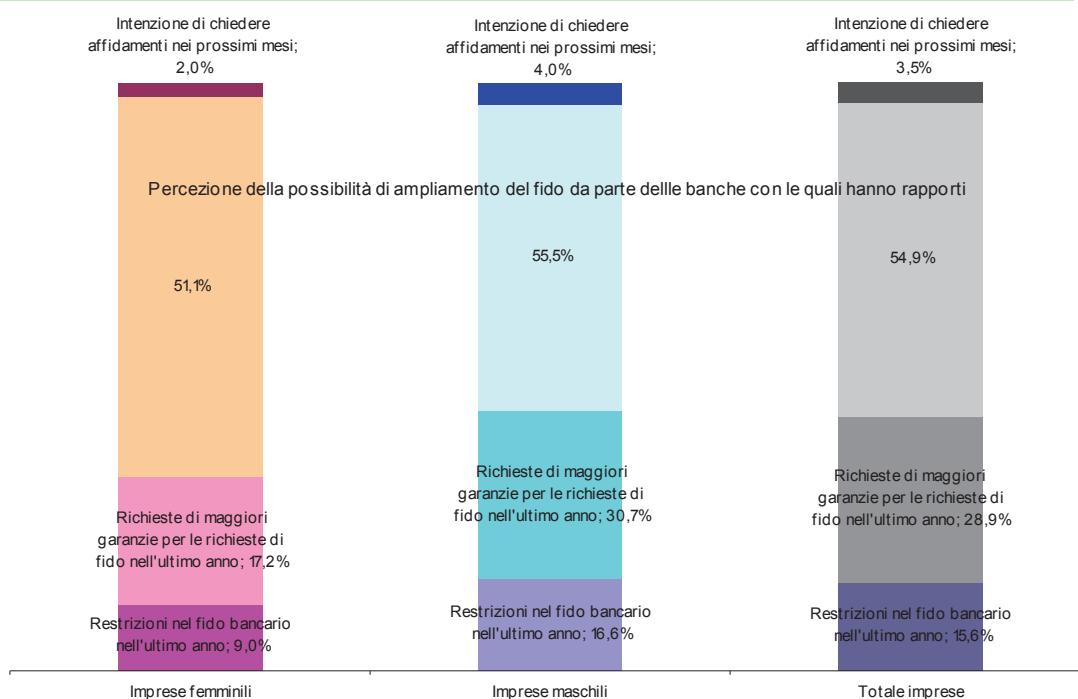
Sembrerebbe, inoltre, che solo una parte del sistema delle imprese abbia sofferto restrizioni di fido nell'ultimo anno (il 15,5%), più diffusa tra le imprese maschili in tutti i settori e territori, ad eccezione di quelle femminili del nord ovest (19,1% contro 16%).

Anche le richieste di maggiori garanzie per gli affidamenti avrebbe interessato solo una parte delle imprese (il 24,5%)⁴⁴ ed anche in questo caso più le imprese maschili. Situazione che si verifica in tutti i settori (tra il 18,4% nel “commercio, turismo e servizi” e il 34,5% nel “manifatturiero e assimilati”) e territori (tra il 27,8% del centro e il 36,3% del nord est), ad eccezione dell’“agricoltura e pesca” (19,2% contro 25,6% delle femminili) e nel sud e isole (9,1% contro il 14,5% delle femminili).

Di fronte alla prospettiva di un eventuale ampliamento dell'affidamento bancario esistente la maggior parte (51,7%) si dimostra fiduciosa di ottenerlo, in particolare le imprese femminili del sud e isole (57,9%) e degli “altri servizi” (64,4%), settore nel quale sono molto fiduciose anche le imprese maschili (88,5%) che si distinguono anche nel centro (66,2%). Le percezioni sono meno positive nel nord ovest (44,7%) e nell’“agricoltura e pesca” (34,4%) per entrambi i generi e per le imprese femminili del nord est (39,8%).

⁴⁴ La tendenza è confermata anche dal sondaggio svolto dalla Banca d’Italia su 3.874 imprese con almeno 20 addetti tra il 22 settembre e il 14 ottobre 2009, che indica nelle 22,3% le imprese alle quali il sistema bancario avrebbe richiesto maggiori garanzie sui prestiti concessi.

Graf. 2.4 – Tipologia di banche con le quali hanno avuto rapporti le imprese nell'ultimo anno



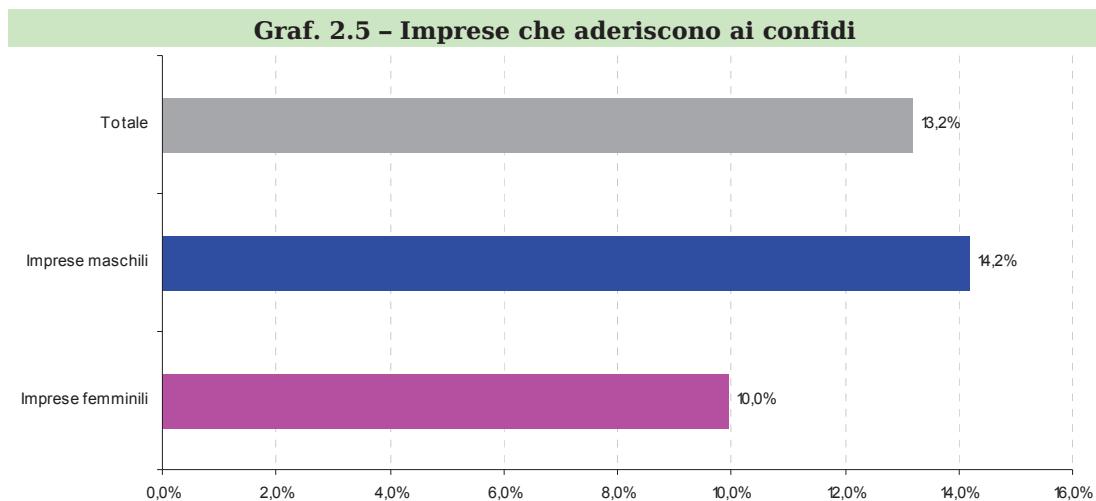
Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Tuttavia, la volontà e l'interesse a chiedere ulteriori affidamenti bancari nei mesi successivi⁴⁵ si riscontra solo nella minima parte delle imprese e a prescindere dal genere (si raggiunge l'8,7% solo nel “manifatturiero e assimilati” e il 6,5% solo nel sud e isole). Forse sono un po' più inclini le imprese maschili (nel “manifatturiero e assimilati” il 9,7% e nel sud e isole il 7,5%), ma di certo la sensazione generale è di limitare, in questo periodo, il ricorso a linee di credito ulteriori o nuove.

Uno strumento che può favorire o agevolare l'accesso al credito delle imprese è quello delle organizzazioni collettive di imprese che, in virtù dei principi di mutualità e di solidarietà, si associano per “rafforzare” la capacità di presentare garanzie accessorie alle richieste di credito formulate alle banche: i confidi.

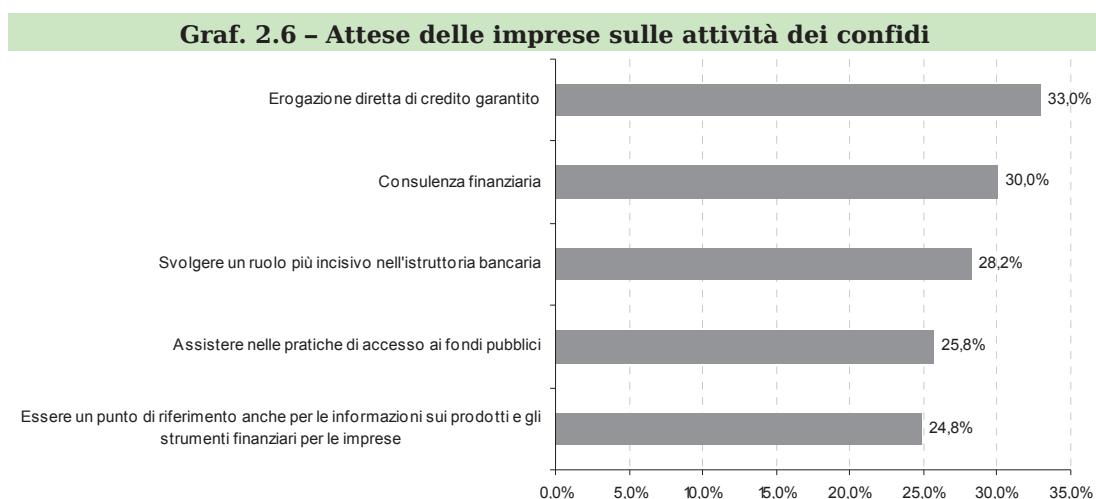
Rispetto a questo disegno, tuttavia, la partecipazione ai confidi è ancora piuttosto “timida” da parte delle imprese (solo il 13,2%) e soprattutto da parte di quelle femminili (10% contro il 14,2%), che sembrano ancora meno propense ad utilizzare questo strumento nel nord ovest (7,2%) e nell’”agricoltura e pesca” (4,3%). Ma va detto che anche tra le maschili, nonostante complessivamente vi ricorrono di più, vi sono comportamenti poco propensi soprattutto al centro (6,9%) e tra gli “altri servizi” (9,2%).

⁴⁵ Vedere nota 55.



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Le aspettative delle imprese sui servizi dei confidi (anche di quelle che non sono associate), oltre a quelli strettamente di garanzia, sono abbastanza simili: non emerge una particolare preferenza rispetto ad un servizio piuttosto che un altro e questo punto di vista è sostanzialmente analogo sia tra le imprese femminili che tra le maschili. Tra i vari servizi, forse una leggera preferenza viene mostrata per l’”erogazione diretta del credito” (circa il 33%), anche se non si discosta molto dagli altri (la “consulenza finanziaria” raggiunge il 30%, “svolgere un ruolo più incisivo nell’istruttoria bancaria” si attesta sul 28%, “essere un punto di riferimento anche per le informazioni sui prodotti e gli strumenti finanziari per le imprese” è pari al 25%).



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

2.3 Il profilo imprenditoriale

Quando si tratta il tema dei profili imprenditoriali ci si trova sempre a tentare di distinguere l'imprenditore in quanto tale dal manager. Ma, come evidenziato dall'ampia letteratura economica⁴⁶, questa distinzione non è semplice, soprattutto quando si ha a che fare con imprese di dimensione non grande, come nel caso italiano, ovvero imprese nelle quali proprietà e management tendono a coincidere. È inopinabile che le caratteristiche soggettive, le capacità e le competenze dell'imprenditore, i percorsi di esperienze, di studio e di contesto sociale, sono gli elementi che determinano il successo e la cultura aziendale della singola impresa.

Viene qui presentato un contributo ulteriore, attraverso un quadro delle principali caratteristiche degli attuali imprenditori e imprenditrici (quelli che nel periodo di elaborazione dei presenti lavori sono in attività), focalizzato sulla genesi dell'impresa, i percorsi individuali precedenti all'impegno imprenditoriale, l'approccio alle relazioni con altri imprenditrici/imprenditori, la propensione all'innovazione, l'atteggiamento di fronte alla crisi economica (evento particolare e non "strutturale", ma che interessa direttamente proprio il ruolo di imprenditore/imprenditrice), la preferenza su talune forme di intervento pubblico di sostegno.

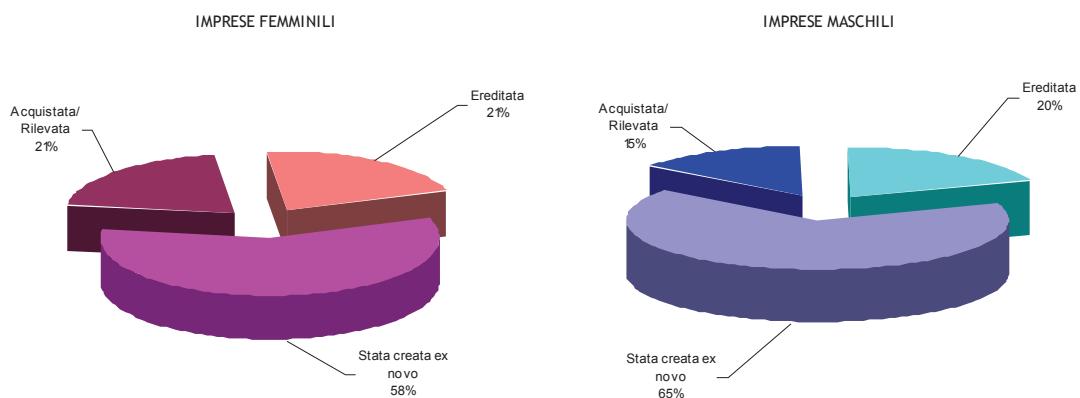
2.3.1 Genesi

La grande maggioranza ha creato *ex novo* l'impresa (il 64,7%) e questa scelta si ritrova (graf 2.4), senza grandi differenze, tra le aree territoriali e tra i settori. Alcune differenze vi sono tra imprenditori (65,9%) e imprenditrici (57,9%), soprattutto nei casi di imprese individuali (65,1% rispetto al 54,3%).

La restante parte delle imprese, più tra le donne che tra gli uomini, sono state ereditate (21% contro il 20%) o acquistate/rilevate (20% rispetto al 14%). Tra queste "origini" si hanno alcune differenze interessanti: settorialmente le imprese che operano nell'"agricoltura e pesca" per oltre il 50% sono state "ereditate" e più tra le donne che tra gli uomini (con quasi 5 punti percentuali in più), così come nel "commercio, turismo e servizi" (imprenditrici 28,5% e imprenditori 18,6%).

⁴⁶ Tra gli altri si vedano:

- Berta G., "L'imprenditore. Un enigma tra economia e storia", Edizioni Marsilio, 2001, Venezia
- Thomas A., Mancino A., Passaro R., "Primi risultati di un'indagine empirica sui profili degli imprenditori della Campania", in Rivista Economica del Mezzogiorno, Trimestrale della SVIMEZ, N. 4/2005
- Mussati G., op. cit.

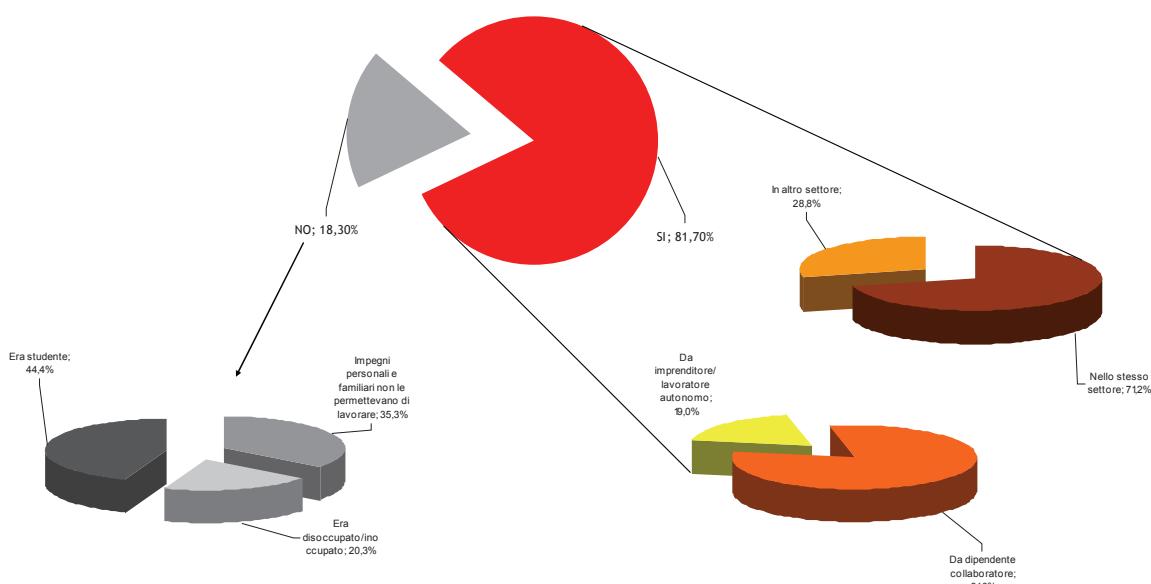
Graf. 2.7 – Origine dell'impresa

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

La grande maggioranza degli attuali imprenditori e imprenditrici è diventata tale dopo precedenti esperienze lavorative (80,6%), percorso questo che hanno seguito soprattutto gli uomini (82,1% contro 76%), con accentuazioni nel Nord Est (86,4%) e al centro (88,7%), dove le differenze di genere sono però più attenuate.

Queste esperienze sono per l'82,4% (con una prevalenza femminile di 7 punti percentuali) da dipendente/collaboratore in aziende, il 71,3% delle quali appartenevano allo "stesso settore" dell'impresa attualmente posseduta.

Il resto si riferisce, in modesta misura, ad esperienze di lavoro autonomo e/o d'impresa (17,6%), con una prevalenza maschile di 7 punti percentuali (19,2% rispetto al 12,2%).

Graf. 2.8 – Precedenti esperienze lavorative

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Tra coloro che non hanno avuto esperienze lavorative precedenti, più uomini che donne in maggioranza relativa erano disoccupati/inoccupati (43,9% il totale, di cui 45,6% uomini e 39,8% donne) o erano studenti (35,5% il totale, di cui 40,6% uomini e 23% donne). Oppure, e qui sta la grande differenza tra i generi, avevano impegni personali e/o familiari (il 20,6%): la differenza tra le donne e gli uomini è di quasi 24 punti percentuali (37,3% contro 13,8%), il che denota quanto il percorso femminile di ingresso nel mondo imprenditoriale (e più in generale nel mondo del lavoro) esprime una vistosa differenza. Una caratteristica distintiva che è accentuata di molto nel nord est del Paese con quasi 44 punti percentuali di differenza (45,8% contro 1,6%) e nell'“agricoltura e pesca” con quasi 40 punti percentuali di differenza (55,4% contro 16%). Queste caratteristiche sono sostanzialmente confermate senza differenze rilevanti anche per le varie forme giuridiche d’impresa.

Altrettanto interessanti sono le informazioni che riguardano il percorso formativo seguito: il 54,3% ritiene che gli studi sono stati “parzialmente utili” per l’attività attuale, il 17,9% molto utili, il 27,8% per niente utili. La differenza di genere non è rilevante anche se si segnala un atteggiamento meno positivo delle donne rispetto agli uomini. In ogni caso, sommando i “molto utili” con i “parzialmente utili” si può sostenere che quasi il 70% dà valore all’istruzione anche se, contemporaneamente, segnala una “distanza” tra lo studio e il lavoro. In termini di distribuzione settoriale è nell’“agricoltura e pesca” che la maggioranza pensa che gli studi scolastici “non sono stati utili rispetto all’attività attuale” (50,4%), con una percentuale più consistente delle donne rispetto agli uomini (oltre il 16% in più). Un dato che potrebbe spiegarsi con la maggiore scolarizzazione delle donne impegnate nello sviluppo rurale riscontrato in alcune regioni italiane⁴⁷, a conferma di quella “distanza” tra scuola/formazione e lavoro di cui si è detto più sopra.

Se questo è il quadro dei percorsi individuali degli imprenditori e delle imprenditrici, diventa utile conoscere le motivazioni sottostanti alla scelta adottata, visto che, tra l’altro, la maggior parte aveva comunque una occupazione.

Ebbene, per il 55,4% è stata determinante la “voglia di esprimere capacità imprenditoriali”. Questa motivazione è sostanzialmente allo stesso livello tra i generi (le donne 54% e gli uomini 56%), anche se è un po’ più diffusa tra le donne di alcune aree del paese (nel nord est sono le donne ad esprimere maggiormente voglia di impresa: 69% contro 61%) o che operano in alcuni settori (nel “manifatturiero e assimilati” e nel “commercio, turismo e servizi”).

Coloro che sono stati motivati dalle tradizioni familiari sono più di un quarto (28,6%), più donne che uomini (29,2% contro 28,4%). Ma il dato interessante è che tra le imprenditrici e imprenditori dell’“agricoltura e pesca” si trovano fortissime radici con la storia, visto che la motivazione al fare impresa determinate dalle “tradizioni familiari” raggiunge il 66,6% dei casi con una leggera prevalenza della componente femminile e valori sopra la media per entrambi i generi nel nord ovest (34,1%) e nel sud e isole (32,3%).

⁴⁷ Si vedano ad esempio le analisi contenute nel Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Emilia Romagna.

La rete familiare è importante per tutte le imprenditrici come sostegno (anche quando contemporaneamente rappresenta un vincolo); per le imprenditrici del settore primario lo è in modo più vistoso: la famiglia estesa “persiste” nel mondo agricolo e anzi si sviluppa in modi inediti e moderni come causa/effetto del fenomeno della ruralità che costituisce uno degli approfondimenti monografici.

La difficoltà a trovare lavoro ha inciso poco nella scelta imprenditoriale sia tra le donne sia tra gli uomini (9% contro 8,5%), con alcune lievi differenze territoriali e settoriali.

Ancora meno incisiva è stata la difficoltà ad adattarsi al lavoro subordinato che in media ha riguardato il 2,4% di casi.

2.3.2 Relazioni

Le struttura del sistema relazionale tra imprese (e tra imprenditori/imprenditrici) è una delle questioni più interessanti che in tempi relativamente recenti⁴⁸ ha ottenuto particolare attenzione dal mondo della ricerca socio-economica.

In questo lavoro ci si è concentrati sulle relazioni interpersonali per cercare di comprendere quale sia la propensione a “fare rete” e quali siano gli ambiti di riferimento delle reti distinguendo tra le componenti formali (associazioni di categoria, fornitori/clienti) e quelle informali (famigliari e amici).

Nel rapporto tra imprenditori/imprenditrici la conoscenza tra colleghi è molto diffusa (l'82,6% dei casi) e più tra gli imprenditori (85,2% contro 74,1%). Un po' meno estesa nel Centro (76,8%) e nell'“agricoltura e pesca” (72,2%) e un po' più estesa nel Nord Est (89,6%) e nel “manifatturiero e assimilati” (80,8%). Dal punto di vista della numerosità, la tendenza è ad “avere in agenda” tra i 10 e i 20 contatti.

Tab. 2.13 - Conoscenza di titolari di altra impresa: distribuzione per classe di numero di titolari e per genere femminile

Numero di titolari di altre imprese conosciuti	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
da 1 a 9	16,1%	14,7%	15,0%
da 10 a 20	31,6%	33,3%	32,9%
da 21 a 50	17,4%	23,3%	21,9%
oltre 50	9,0%	14,0%	12,9%
Nessuno	25,9%	14,8%	17,4%

di cui titolari donne	54,4%	39,8%	42,8%
Da 1 a 9	54,4%	39,8%	42,8%
da 10 a 20	21,9%	16,2%	17,4%
da 21 a 50	7,2%	4,3%	4,9%
oltre 50	1,2%	0,9%	0,9%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Le imprenditrici tendono a relazionarsi prevalentemente con le proprie colleghi, così come gli imprenditori tendono a relazionarsi maggiormente con i propri colleghi (tendenza più accentuata nei casi di imprese individuali: solo il 58,2% degli imprenditori individuali conosce imprenditrici, contro il 72,1% degli imprenditori di imprese con forme collettive) e questo avviene senza fare distinzione tra contesti formali e informali (nel 54% dei casi) e soprattutto da parte delle donne. Nella distinzione tra i due ambiti prevale quello formale: le relazioni tra titolari appartenenti ad una stessa associazione di categoria di riferimento

⁴⁸ Tra i vari studi si segnala uno dei primi realizzati che approfondisce come le relazioni incidano sia dalla nascita delle imprese: Schillaci C. E., “I collegamenti interpersonali e la loro rilevanza nella nascita di una nuova impresa”, in Sinergie n. 28/1992, CUEIM.

e le relazioni tra colleghi di altri settori e fornitori raggiungono il 35% dei casi rispetto al 10,6% dei familiari e amici; il contesto informale, però, è un riferimento leggermente maggiore tra le imprenditrici (12% contro 10%), di più nei casi delle imprese individuali (15,2%).

Tab. 2.14 - Ambito di appartenenza dei titolari di altra impresa conosciuti

Ambito di appartenenza	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
Prevalentemente a familiari e amici	12,1%	10,2%	10,6%
Prevalentemente a colleghi dell'associazione di categoria	16,5%	18,2%	17,8%
Prevalentemente a colleghi di altri settori e/o fornitori	14,8%	17,8%	17,2%
Indifferentemente a tutte le categorie precedenti	56,6%	53,8%	54,4%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Il ruolo positivo delle associazioni di categoria emerge anche rispetto ai settori produttivi e solo nell'”agricoltura e pesca” prevale la relazione con la rete familiare e amicale, anche rispetto ai colleghi dell'associazione di appartenenza.

Tuttavia, queste reti sembrano essere limitate alle sole conoscenze e non anche a realizzare insieme progetti e attività. Infatti, solo raramente (il 6% dei casi) la conoscenza si traduce in azioni comuni (leggermente di più tra gli imprenditori: 6,5%), anche se la quasi totalità di queste poi vanno a buon fine (97%).

Tab 2.15 - Imprese i cui titolari si conoscono e che hanno collaborato in progetti e attività comuni

Ambito di appartenenza	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI	IMPRESE TOTALI
Imprese che hanno collaborato	3,6%	6,5%	5,9%
Progetti andati a buon fine (da 1 a 10)	72,0%	90,6%	88,2%
Progetti andati a buon fine (oltre 10)	16,2%	6,9%	8,1%
Progetti non andati a buon fine	9,2%	2,0%	2,9%

Fonte: Retecamere, indagine campionaria

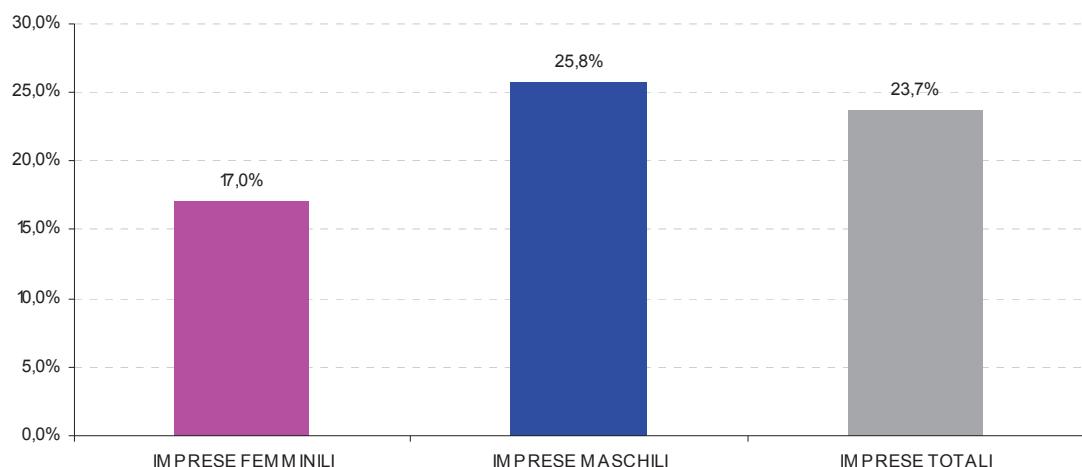
2.3.3 Innovazioni

Emerge un tessuto produttivo in generale (riferito all'intero Paese e con una certa indifferenza di genere) poco propenso all'innovazione: è una conferma che tende ad accentuarsi in un periodo di crisi, anche se emerge qualche significativa eccezione.

Tutte le imprese, dunque, sembrano poco propense all'introduzione di innovazioni spiegando in parte il basso livello di utilizzo dei servizi del territorio precedentemente segnalato.

Nella maggioranza dei casi (più del 77%), nell'ultimo anno non è stata introdotta nessuna innovazione⁴⁹ (graf. 2.9).

Graf. 2.9 - Imprese che hanno realizzato almeno un attività di innovazione nell'ultimo anno

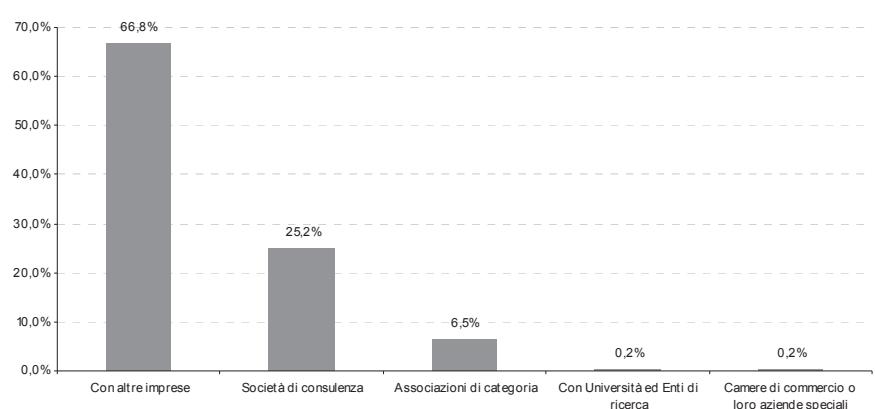
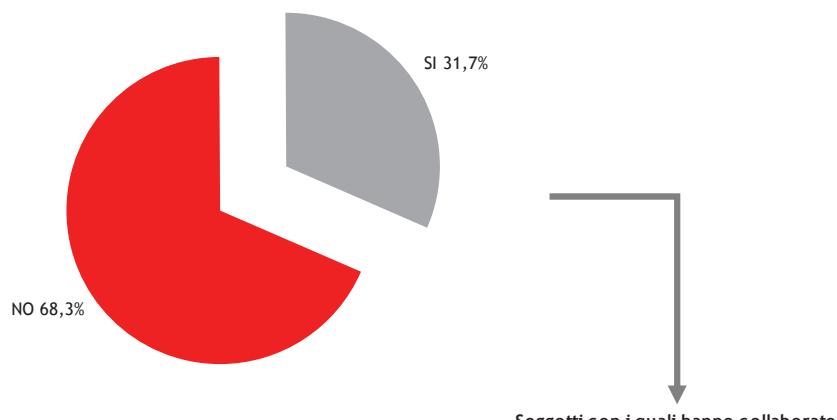
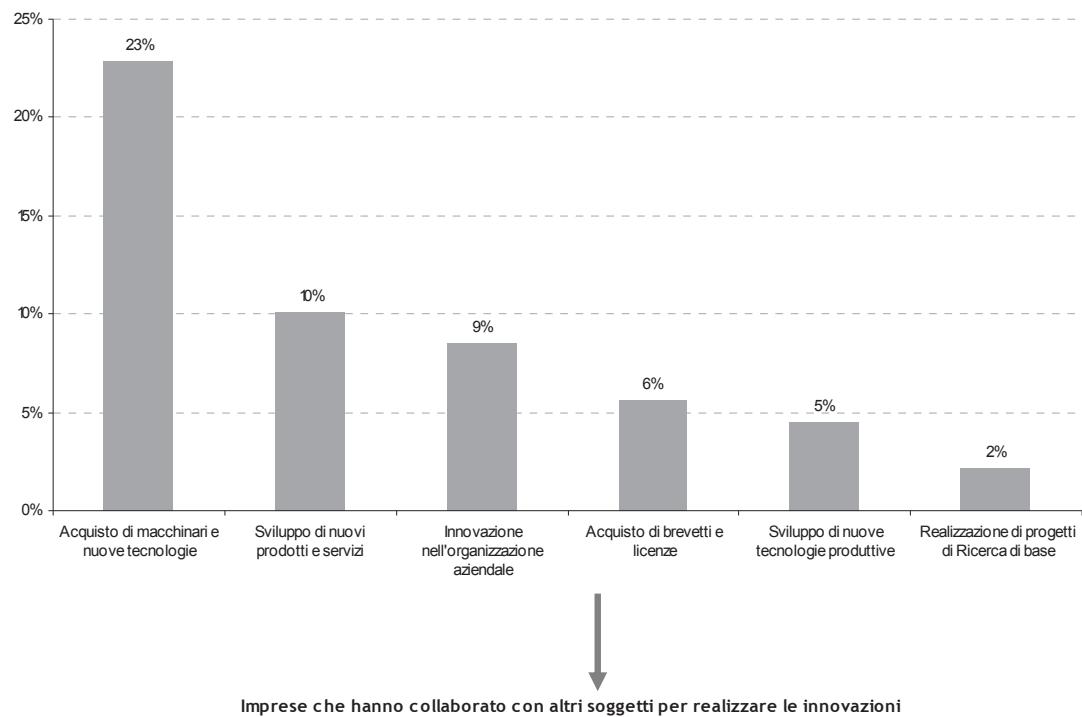


Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Tra coloro che hanno realizzato innovazioni, per il 21,6% sono state operazioni di acquisto di macchinari e nuove tecnologie. Alcuni elementi: al nord la quota è più elevata e raggiunge il 28% a est (a ovest il 23%); sono le imprese degli "altri servizi" a presentare una discreta performance per quanto riguarda l'innovazione in termini di macchinari e nuove tecnologie (42%), il doppio della media complessiva; ma anche per l'organizzazione aziendale (24%) quasi tre volte la media complessiva; e così anche per sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi (21,6%), più del doppio rispetto alla media (10,1%).

⁴⁹ "Acquisto di macchinari e nuove tecnologie", "Acquisto di brevetti e licenze", Innovazione nell'organizzazione aziendale", Realizzazione di progetti di ricerca di base", "Sviluppo di nuovi prodotti e servizi" e "Sviluppo di nuove tecnologie produttive"

Graf. 2.10- Tipologie di innovazione adottate dalle imprese e collaborazioni con altri soggetti



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

Prendersi cura da soli e con le proprie energie dell'intero processo aziendale è stato il comportamento prevalente; nella maggioranza dei casi (63%) non si collabora con altri soggetti e le imprese con un comportamento più "aperto" (il 30% circa) hanno collaborato o con "altre imprese" nel 66,8% dei casi o con "società di consulenza" nel 25% dei casi o con "associazioni di categoria" nel 6,5%. Marginale la collaborazione con "enti ed università", con "le camere di commercio o loro aziende speciali" (0,2%).

Questa situazione è diffusa in tutte le aree geografiche e in tutti i settori produttivi. Qualche eccezione riguarda le imprese femminili del centro Italia: collaborano un po' più degli imprenditori con "altre imprese", con "università ed enti di ricerca" e anche con le "camere di commercio". Analogi comportamenti si riscontrano nel Nord Est; gli imprenditori dell'Italia centrale, meridionale ed insulare, invece, collaborano più delle imprenditrici con "le associazioni di categoria".

2.3.4 Approccio alla crisi

Una delle variabili da considerare per interpretare l'atteggiamento dell'imprenditore o imprenditrice verso la crisi è la propensione o meno ad adottare decisioni "strategiche".

Osservare questo aspetto può risultare difficile in condizioni di normalità, ovvero nei periodi in cui il ciclo economico non presenta turbolenze e minacce frequenti tali da accettare il ricorso da parte dell'imprenditore/imprenditrice a tali rapide decisioni.

E', invece, in periodi di forti trasformazioni oppure di ciclo economico sfavorevole, come quello attuale, che questa componente soggettiva si manifesta ed è più facilmente osservabile.

I comportamenti possono essere "classificati" in tre gruppi:

- **Non influenzati:** sono le imprese che non vivono situazioni tali da determinare l'adozione di strategie diverse da quelle in corso; ("Non ci sono condizioni eccessivamente sfavorevoli");
- **Prevalentemente emotivi:** sono le imprese che tendono ad adottare strategie passive o drastiche fortemente influenzate dall'emotività delle scelte; ("Non ci sono le condizioni per continuare ancora l'attività");
- **Prevalentemente razionali:** sono le imprese che tendono ad adottare strategie di "reazione" sulla base di scelte prevalentemente razionali.

In base a questa classificazione, in questo periodo di crisi economica, le imprese si dimostrano reattive e concentrate nella classe dei comportamenti prevalentemente razionali (60,1%), con, a loro volta, tre diversi comportamenti:

- Quelle che intendono trasformare la minaccia in opportunità, il 23,9% ("E' il momento di rilanciarsi sul mercato per adattarsi al cambiamento");
- Quelle che hanno pianificato un cambiamento progressivo, il 24,1% ("Si sta avviando un adattamento progressivo al cambiamento");
- Quelle che si riorganizzano (forse radicalmente), il 12,1% ("Soltanto una riorganizzazione dell'impresa può consentire di superare la crisi").

Alla classe delle "non influenzate" appartiene il 18% delle imprese, mentre alla classe delle "prevalentemente emotive" il 21,9%.

Per queste ultime, le decisioni sembrano essere più orientate alla fuori uscita dal mercato, se le condizioni dell'economia continueranno a presentare quei "connotati di sfavorevolezza" che non consentano la prosecuzione dell'attività d'impresa. È anche ipotizzabile che una strategia alternativa possa essere il ridimensionamento in attesa della ripresa economica.

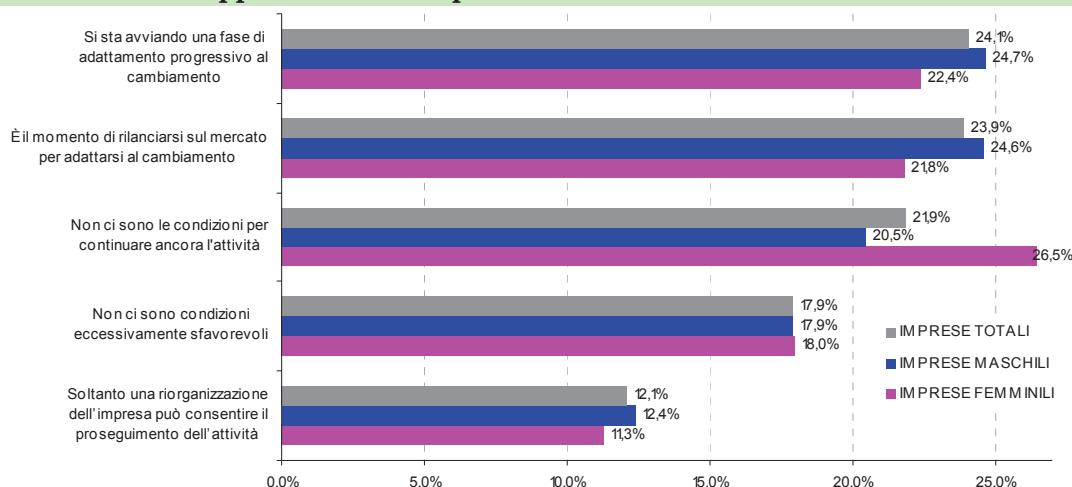
Valutando l'approccio alla crisi nelle diverse realtà territoriali e rispetto ai settori produttivi emergono alcune differenze significative.

Risultano meno influenzate dalla crisi (*“Non ci sono condizioni eccessivamente sfavorevoli”*) le imprese del nord est con il 28,2% e all'interno degli *“altri servizi”* con un comportamento ancora più spiccato (35,1%); la differenza è meno marcata per le imprese femminili.

Sono le imprese del centro (37,2%) a pensare che la crisi sia una opportunità e non una minaccia (*è il momento di rilanciarsi...*) e sempre al centro si trovano le imprese *“meno emotive”* (*non ci sono le condizioni per proseguire*) con il 18,1% rispetto al 25,8% del sud e a quasi il 23% del nord ovest.

Tra i settori, le imprese degli *“altri servizi”* sono quelle meno influenzate dalla crisi (35%), mentre quelle del *“manifatturiero e assimilati”* (il 26,6%) le più propense delle altre a considerarla un'opportunità. Al lato opposto, nell'*“agricoltura e pesca”* si mostra la maggiore sofferenza/emotività: il 40% ritiene che non ci sono le condizioni per proseguire l'attività.

Graf. 2.11 – Approccio delle imprese di fronte alla crisi economica attuale



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

In questo quadro, le imprese femminili hanno un approccio alla crisi più emotivo delle maschili, visto che il 26,5% non ravvisa *“le condizioni per continuare ancora l'attività”* (20,5% per le maschili) ed ha comportamenti razionali per il 55% circa contro il 61,6% delle maschili.

Le imprese femminili più razionali

Un interessante spunto di riflessione viene dalle imprese femminili intervistate, che hanno partecipato al IV e V bando della legge 215/92. Per questi casi, per i quali non è possibile estendere i risultati all'universo, si riscontrano comportamenti diversi.

Infatti, dalle risposte fornite sembra emergere che la *“propensione”* delle imprese femminili *“selezionate”* mostri un approccio gestionale più razionale concentrando solo l'8% delle risposte nell'opzione di risposta *“non ci sono le condizioni per continuare ancora l'attività”* mentre il 21% non sembra essere influenzato dalla crisi.

2.3.5 Provvedimenti pubblici

Ulteriori spunti di riflessione provengono, infine, dalle preferenze espresse dalle imprese sui provvedimenti pubblici, o modalità di intervento pubblico ritenuti più efficaci per sostenere le imprese stesse.

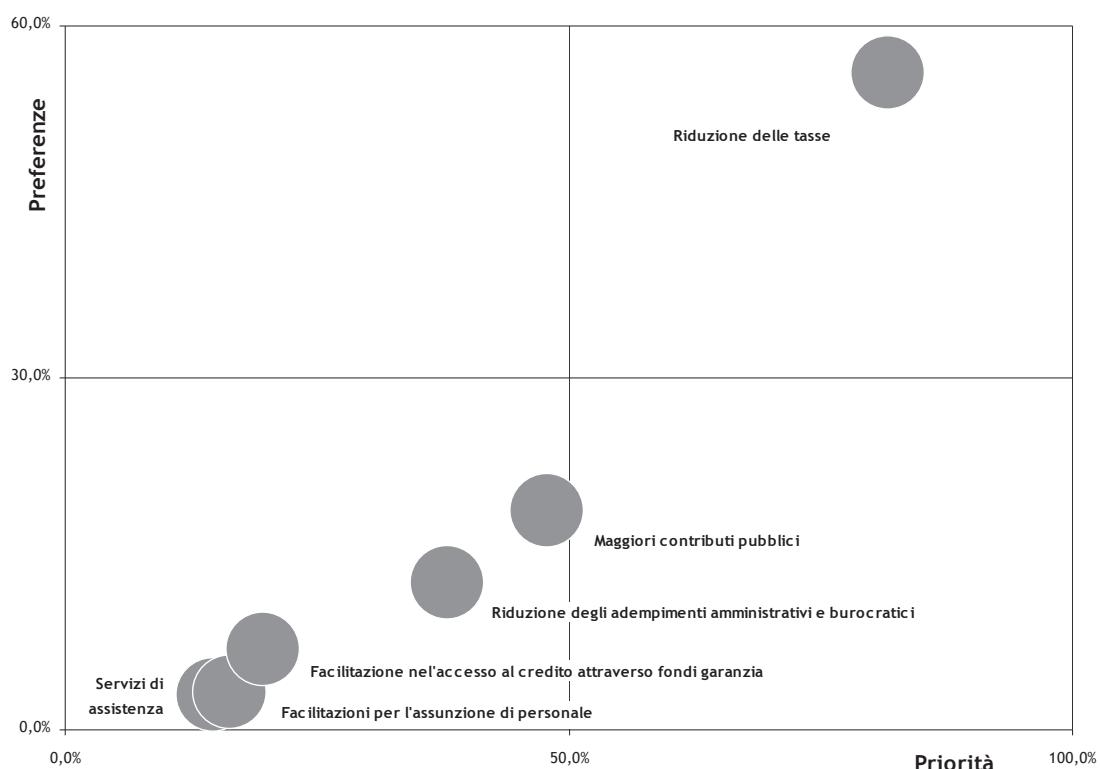
Tra le imprese rispetto alle forme di intervento pubblico proposte spicca la scelta della “riduzione delle tasse” (oltre la metà), e quella della “semplificazione degli adempimenti burocratici” (per un terzo).

Nell’ordine, ma a notevole distanza, seguono le indicazioni “maggiori contributi pubblici”, “servizi di assistenza”, “facilitazione nell’accesso al credito attraverso fondi di garanzia”, “facilitazioni per l’assunzione di personale”.

Le risposte delle imprese sono molto esplicite:

- segnalano l’insoddisfazione nei confronti delle lungaggini amministrative e delle procedure burocratiche che sono troppo complesse e costose;
- denunciano il peso, insopportabile specie in un periodo di crisi, delle tasse sulle imprese e sulle famiglie;
- indicano nella diminuzione della tassazione e nella semplificazione burocratica/amministrativa le prime necessità delle imprese.

Graf. 2.12 - Forme di intervento pubblico preferite dalle imprese per il sostegno al loro sviluppo



Fonte: Retecamere, indagine campionaria

N.B.: Con “priorità” si intende la prima scelta per ordine di importanza indicata durante l’intervista.

2.4 Stili imprenditoriali: ipotesi di caratterizzazione distintiva tra imprenditorialità femminile e non femminile

Il primo rapporto sull'impresa in genere, nel 2005, concludeva con l'ipotesi dell'impresa femminile caratterizzata da uno *stile differente che emerge ed avanza ma che ancora non è un "modello"*. In questo secondo lavoro, si è cercato di mettere a fuoco quei connotati che meglio di altri possono identificare "modelli" di impresa femminile, seguendo il paradigma su cui si basa la moderna economia industriale, in base alla quale i modelli si costruiscono su e per le "specificità" e i "contesti" nei quali le imprese operano.

Avvalendosi della tecnica C.A.R.T., sono state selezionate le variabili che, secondo una scala di importanza, hanno la maggiore probabilità di identificare una impresa femminile. In altri termini, trovandosi di fronte ad una impresa senza conoscerne il genere, sulla base della presenza o meno di queste variabili è possibile affermare che la stessa sia o meno femminile con una determinata probabilità, che base alle analisi svolte è del 69,5%.

La tecnica C.A.R.T.

Impiegata inizialmente nel campo della ricerca medica e successivamente potenziata per applicazioni sia in campo economico che finanziario e aziendale, l'analisi C.A.R.T. ha l'obiettivo di classificare e scegliere una serie di variabili (definite indipendenti) in gruppi omogenei in grado di "spiegare" il fenomeno oggetto di studio (variabile dipendente). Ha un potere esplicativo di gran lunga superiore alle metodologie tradizionali (ad esempio la *cluster analysis*), utilizzate per selezionare le variabili (indipendenti) che hanno la maggiore probabilità di caratterizzare l'oggetto di analisi. In altri termini, partendo da un insieme di variabili (non esiste un limite, né un ordine di priorità), queste sono sottoposte ad una serie di calcoli statistici che "scartano" via via quelle meno significative, lasciando solo quelle che si dimostrano in grado di determinare o di influire, con una relativa probabilità, su un determinato fenomeno economico.

L'applicazione sul modello di impresa femminile

La tecnica è stata applicata per individuare i fattori distintivi dello stile imprenditoriale femminile rispetto a quello maschile. Il database originario utilizzato è quello dei risultati dell'indagine condotta sul campione casuale di imprese femminili e maschili (senza considerare i valori "pesati" per il riporto all'universo, che altrimenti avrebbero "alterato" i risultati, visto che le imprese maschili sono numericamente maggiori delle femminili), ponendo:

- come variabile dipendente lo "status di genere" dell'impresa (femminile o maschile);
- come variabili indipendenti tutte le risposte date dalle imprese appartenenti al campione di indagine, ovviamente associate a ciascuna impresa femminile e a ciascuna impresa maschile.

Al termine delle analisi si è ottenuta una lista delle variabili selezionate con la corrispondente importanza, ovvero della probabilità che quella variabile sia di una impresa femminile (per il dettaglio delle variabili e il relativo grado di importanza vedere l'allegato "Le caratteristiche delle imprese femminili con tecnica C.A.R.T").

Impresa femminile

Le prime 5 variabili individuate per ordine di importanza sono:

1. il settore di attività economica
2. la modalità di creazione (Modalità con cui è entrato in possesso dell'azienda)
3. i familiari impiegati nell'impresa (familiari addetti)
4. la risolutezza (caratteristica personale)
5. la dimensione dell'impresa (in termini di addetti)

Prendendo a riferimento le suddette variabili e approfondendole secondo i risultati di tutte le analisi (quantitative e qualitative) del presente rapporto, si può dire che, con una probabilità del 69,5%⁵⁰ (per le imprese maschili è del 51%), il modello di impresa femminile sia caratterizzato contemporaneamente dall'attività economica svolta prevalentemente nei settori del primario (“agricoltura” e “pesca”) e del terziario - “Istruzione”, “Sanità e altri servizi sociali”, “Altri servizi pubblici, sociali e personali”, “Pubblica amministrazione, difesa, assicurazione sociale obbligatoria” e “Servizi domestici presso famiglie e conviventi”, dall’essere una impresa “acquistata o rilevata”, che ha una dimensione micro (da 1 a 9 addetti), all’interno della quale operano in maggioranza persone che appartengono alla famiglia e sono guidate da una imprenditrice molto “risoluta”.

Caratteristiche imprenditoriali femminili

Ulteriore approfondimento è stato svolto combinando la tecnica C.A.R.T. con la teoria della casualità pianificata, per verificare se rispetto ad alcune caratteristiche imprenditoriali emergono distinzioni in grado di affinare ulteriormente il modello imprenditoriale femminile sopra individuato.

Le caratteristiche prese a riferimento sono le “competenze”, l’”autonomia” e le “relazioni”, per ciascuna delle quali sono state pre-definite i gruppi di variabili (domande e relative risposte del questionario d’indagine) sulle quali applicare la tecnica C.A.R.T., al fine di ottenere quelle variabili in grado di identificare sotto modelli comportamentali dell’imprenditorialità.

La casualità pianificata

La Teoria della casualità pianificata è un modello di orientamento sperimentato negli Stati Uniti d’America, che costituisce una grande novità nel panorama delle analisi delle scelte lavorative individuali (Krumboltz, 1999).

Ai fini della individuazione di modelli di comportamento imprenditoriale l’applicazione di questa teoria si focalizza su 3 dimensioni della professionalità dell’imprenditore/imprenditrice:

- Competenze (quali sono e come sono state acquisite);
- Autonomia (in che misura è in grado di operare senza gli effetti di soggetti esterni);
- Relazioni (se e in quale misura interagisce con altri soggetti e riesce a “fare rete”).

⁵⁰ È la probabilità calcolata attraverso la tecnica C.A.R.T. utilizzando il software SPSS versione 17.

I risultati portano a concludere che, ad eccezione della sfera delle “competenze”, è possibile individuare alcune variabili in grado di “spiegare”, con un buon livello di probabilità, quali siano i fattori distintivi dell'imprenditorialità femminile (rispetto alla maschile) per la dimensione “autonomia” e “relazioni”.

Infatti, per la dimensione delle “competenze” il sotto-modello assegna la probabilità di individuazione delle imprese femminili pari al 59,1% e delle maschili pari al 60,1%, il che non consente di poter individuare particolari distinzioni di genere.

Mentre, relativamente all’”autonomia” per le imprese femminili si ottiene una probabilità dell’86% (contro il 27,6% delle maschili) attraverso le variabili (prime 5 per importanza):

1. richieste di maggiori garanzie da parte delle banche per gli affidamenti (risposta NO)
2. restrizioni negli affidamenti da parte delle banche (risposta NO)
3. credito direttamente presso le banche per realizzare le operazioni aziendali (risposta NO)
4. fabbisogno di servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per l'imprenditrice e per il suo personale (risposta SI)
5. ricorso al capitale personale e/o di familiari per realizzare le operazioni aziendali (risposta SI)

Riguardo alle “relazioni” per le imprese femminili si ottiene una probabilità dell’87,4% (contro il 32,9% delle maschili) attraverso le variabili (prime 5 per importanza):

1. Progetti di collaborazione con imprese di cui si conosce il/la titolare andati a buon fine (almeno un progetto);
2. Conoscenza di titolari donne di imprese del territorio (almeno una titolare);
3. Collaborazioni in progetti di innovazione con Associazioni di categoria (risposta SI)
4. Collaborazioni in progetti di innovazione con Camere di commercio e loro aziende speciali per la realizzazione di progetti (risposta SI)
5. Conoscenza del/della titolare di altre imprese del territorio (a prescindere dal genere).

Si può concludere, quindi, che esistono modelli imprenditoriali femminili che si distinguono da quelli maschili e che questa distinzione si fonda su alcuni aspetti dello “stile” imprenditoriale, riassumibili in:

- *Autonomia*: tendenza a rendere la propria impresa più autonoma finanziariamente (da fonti di finanziamento diverse da quelle personali e/o familiari, anche quando il rapporto con il sistema bancario non è “difficile”) e meno autonoma rispetto agli impegni familiari che assorbono energie e tempo;
- *Relazioni*: tendenza a instaurare relazioni sul territorio con altre imprese, preferendo di più quelle condotte da altre donne, con le quali arriva a concretizzare anche attività/progetti di interesse comune, ampliando il raggio delle relazioni anche alle Associazioni di categoria e alle Camere di Commercio soprattutto per realizzare processi di innovazione nelle propria impresa.

2.5 Un confronto internazionale: l'autoimpiego femminile nei paesi OCSE

Il fenomeno dell'imprenditorialità in ottica di genere, cioè femminile e maschile, ha ricevuto un'attenzione crescente in molti paesi e non solo ad economia avanzata. Tuttavia, ogni sforzo di analisi comparata a livello internazionale, si trova a dover affrontare una questione basilare, ovvero la definizione di imprenditore o imprenditrice. Infatti, quelle utilizzate dai paesi per la raccolta e/o la diffusione dei dati sulle donne e sugli uomini con “spirito imprenditoriale” includono concetti come i/le proprietari, i/le manager, i lavoratori e le lavoratrici autonomi, ma sono spesso frutto di approcci diversi nel momento in cui questi concetti sono definiti e applicati al contesto dell'imprenditorialità, ovvero dell'imprenditore e dell'imprenditrice. Una soluzione possibile è quella di riferirsi all'autoimpiego⁵¹, che a livello internazionale è riconosciuta quale forma di lavoro in grado di migliorare l'occupabilità, in particolare delle donne, come definito dalla Piattaforma d'azione di Pechino del settembre 1995⁵².

È evidente che i valori possono discostarsi a seconda della definizione presa come riferimento, tuttavia da una analisi delle fonti disponibili a livello internazionale è possibile presentare una comparazione, utilizzando i dati OCSE dal 2003 al 2007, sulla presenza femminile nel mondo imprenditoriale nella forma dell'autoimpiego⁵³.

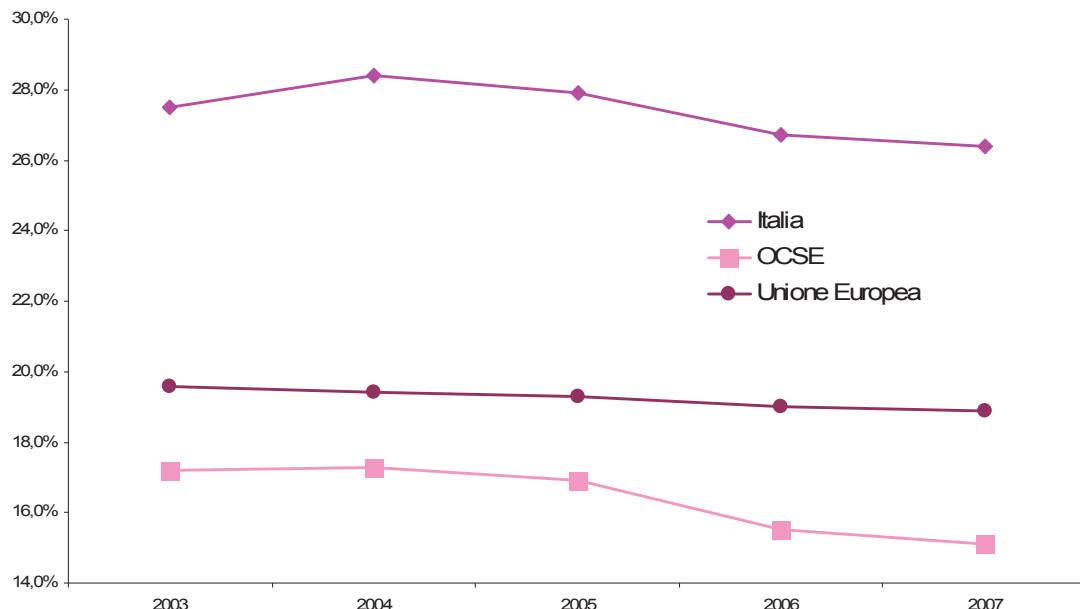
Con la speranza di avere in futuro la possibilità di effettuare confronti più dettagliati, è comunque possibile trarre alcune interessanti considerazioni. Innanzitutto, l'Italia si distingue per la posizione ben al di sopra sia della media OCSE sia della media comunitaria (Graf. 2.13) in tutti gli anni presi in esame: la differenza è di quasi 10 punti percentuali rispetto alla Ue e di più di 10 punti rispetto all'OCSE.

⁵¹ In sintesi si intendono coloro che sono titolari di Partita IVA e/o titolari d'impresa (self-employment), ovvero coloro che lavorano “in proprio” e non hanno un rapporto di lavoro subordinato da dipendente.

⁵² La quarta Conferenza Mondiale delle Donne tenuta a Pechino nel 1995, incentrata sui concetti di empowerment femminile e mainstreaming, si chiuse con l'adozione della Dichiarazione di Pechino e della Piattaforma d'Azione, che definivano gli obiettivi strategici e le misure da adottare per rimuovere gli ostacoli al progresso delle donne e per favorirne lo sviluppo. La Piattaforma d'Azione di Pechino, il testo politico più rilevante e tuttora più consultato dalle donne di tutto il mondo, contiene un approccio globale verso l'empowerment delle donne che ribadisce il principio fondamentale in base al quale i diritti umani delle donne e delle bambine sono parte inalienabile, integrale e indivisibile dei diritti umani universali. La Piattaforma contiene tre capitoli iniziali e, a partire dal quarto, è suddivisa in dodici “aree critiche”, ciascuna delle quali contiene un'analisi del problema ed una lista degli obiettivi strategici che governi, organizzazioni internazionali e società civile devono perseguire. Dopo la Conferenza di Pechino i problemi di applicazione della sua Piattaforma sono stati discussi ogni anno dalla Commissione ONU sulla condizione delle donne (CSW), che ha approvato “conclusioni concordate” su ciascuna delle dodici aree critiche.

⁵³ L'Italia è un caso eccezionale nel panorama internazionale per avere un sistema avanzato di rilevazione e di analisi statistiche basate su archivi istituzionali. Sono pochi, infatti, gli altri paesi (ad esempio Gran Bretagna e USA) in grado di fornire informazioni dettagliate, ma per essere in grado di effettuare confronti occorre affrontare alcune questioni basilari, come la disomogeneità delle fonti e dei tempi di rilevazione.

Graf. 2.13 - Autoimpiego femminile in Italia, Unione europea e area OCSE
(Anni 2003-2007)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati OCSE, Factbook 2009

Più in particolare, le donne italiane impegnate attraverso l'autoimpiego sono seconde in Europa solo alle greche e molto vicine, seppure con livelli superiori, a quelle della Polonia e del Portogallo (Tab. 2.16).

Sono dati che evidenziano luci ed ombre della presenza femminile nel tessuto imprenditoriale.

Da un lato, se in questi paesi la partecipazione femminile è ai massimi livelli europei, va anche detto che sono quelli dove l'autoimpiego è la principale alternativa alla mancanza di opportunità di lavoro dipendente e dove la dimensione media delle imprese è tra le più basse d'Europa.

Prova ne è, che se si considerano tutti i paesi dell'area OCSE, l'Italia scivola al settimo posto, superata da Cina, Turchia, Messico, Brasile e Korea (Graf. 2.14). Mentre, al lato opposto, si trovano la Federazione Russa, il Lussemburgo, gli USA, la Norvegia, la Danimarca e la Francia, ovvero quei paesi dove è maggiore la dimensione media delle imprese (ad esempio in Russia il 75% delle imprese è di grandi dimensioni) e/o dove sono maggiori le opportunità di lavoro dipendente.

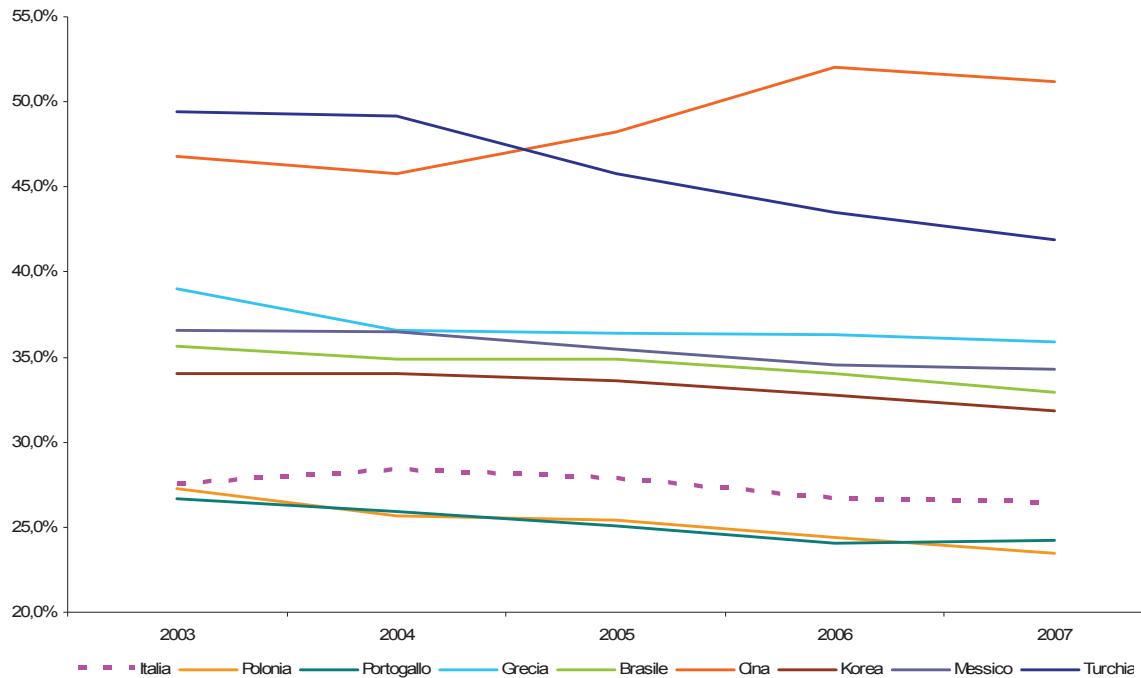
Tab. 2.16 - Autoimpiego femminile nei paesi dell'area OCSE
(Anni 2003-2007)

Paese/Area	2003	2004	2005	2006	2007
Italia	27,5%	28,4%	27,9%	26,7%	26,4%
Germania	11,4%	12,1%	12,4%	12,2%	12,0%
Gran Bretagna	13,2%	13,6%	13,4%	13,5%	13,8%
Polonia	27,3%	25,7%	25,4%	24,4%	23,5%
Spagna	18,3%	18,1%	18,2%	17,9%	17,7%
Francia	8,8%	8,9%	9,0%	9,0%	9,0%
Portogallo	26,7%	25,9%	25,1%	24,1%	24,2%
Olanda	11,4%	12,1%	12,4%	12,4%	12,4%
Grecia	39,0%	36,6%	36,4%	36,3%	35,9%
Repubblica Ceca	17,3%	25,9%	16,1%	16,2%	16,2%
Belgio	14,1%	14,1%	13,8%	13,8%	13,8%
Austria	12,8%	12,8%	13,3%	13,6%	14,4%
Ungheria	13,5%	14,3%	13,8%	12,8%	12,5%
Svezia	9,6%	9,9%	9,8%	10,0%	10,6%
Finlandia	12,9%	12,8%	12,7%	12,9%	12,6%
Repubblica Slovacca	9,7%	12,0%	12,6%	12,6%	12,9%
Danimarca	8,8%	8,7%	8,7%	8,9%	8,9%
Irlanda	17,7%	18,0%	17,4%	16,3%	16,8%
Brasile	35,6%	34,9%	34,9%	34,0%	32,9%
Cina	46,8%	45,8%	48,2%	52,0%	51,2%
Australia	13,4%	13,2%	12,9%	12,9%	12,9%
Canada	9,8%	9,5%	9,4%	9,1%	9,3%
Islanda	13,9%	14,1%	14,2%	14,7%	13,7%
Giappone	15,1%	14,9%	14,7%	12,8%	13,4%
Korea	34,0%	34,0%	33,6%	32,8%	31,8%
Lussemburgo	6,8%	6,7%	6,5%	6,3%	6,1%
Messico	36,6%	36,5%	35,5%	34,5%	34,3%
Nuova Zelanda	19,4%	19,2%	18,5%	17,7%	17,3%
Norvegia	7,3%	7,4%	7,4%	8,5%	8,0%
Svizzera	12,0%	11,4%	11,2%	11,1%	11,5%
Turchia	49,4%	49,2%	45,8%	43,5%	41,9%
USA	7,6%	7,6%	7,5%	7,4%	7,2%
Russia (Federazione)	5,7%	5,8%	6,1%	6,0%	5,7%
UE	19,6%	19,4%	19,3%	19,0%	18,9%
OCSE	17,2%	17,3%	16,9%	15,5%	15,1%

Fonte: OCSE, Factbook 2009

Dall'altro lato, i dati mostrano che il genere femminile è dotato di una spiccata vivacità imprenditoriale che si manifesta, forse anche come reazione, proprio nei contesti nei quali sono più diffuse le condizioni di difficoltà di accesso al mondo del lavoro. Questa circostanza è emersa ed è stata messa in evidenza anche durante le analisi territoriali realizzate in questo rapporto, laddove nelle aree del Nord Est Italia il tasso di femminilizzazione è più basso del Mezzogiorno.

Graf. 2.14 - Autoimpiego femminile in Italia, Unione europea e area OCSE
(Anni 2003-2007)

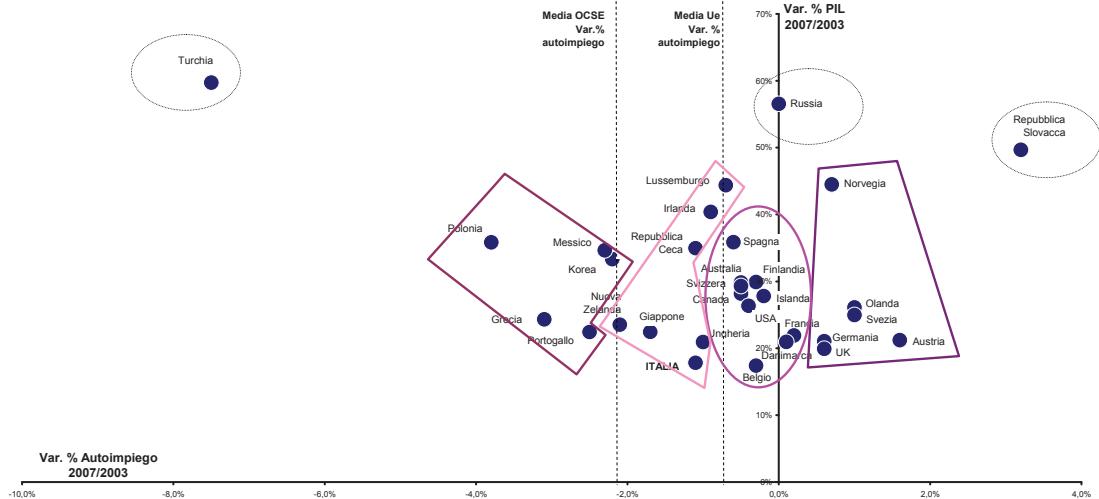


Fonte: Elaborazione Retecamere su dati OCSE, Factbook 2009

Grazie alle nuove e specifiche misure politiche adottate nei paesi, si sono avuti nel corso degli anni diverse “risposte” in termini di autoimpiego femminile. È evidente che queste dinamiche risentono, oltre che dalle caratteristiche/capacità personali e dello specifico contesto socio-economico nel quale operano, in qualche misura anche delle più generali dinamiche di crescita dei sistemi economici dei paesi stessi. Se si considera la variazione tra il 2003 e il 2007 dell’autoimpiego femminile e del PIL (Graf. 2.15), si riscontrano, appunto, situazioni diverse e raggruppabili in:

1. paesi outsider, che si distinguono per valori più elevati degli altri in senso negativo (Turchia), in senso positivo (Repubblica Slovacca) e per la stabilità (Federazione Russa), al crescere del PIL;
2. paesi in cui l’autoimpiego femminile è cresciuto sensibilmente al crescere del PIL (Austria, Germania, Norvegia, Olanda, Svezia, Gran Bretagna/UK);
3. paesi in cui l’autoimpiego femminile è lievemente cresciuto o diminuito con valori inferiori alla media Ue e OCSE, al crescere del PIL (Australia, Belgio, Canada, Danimarca, Finlandia, Francia, Islanda, Spagna, USA);
4. paesi in cui l’autoimpiego femminile è sensibilmente diminuito con valori inferiori compresi tra la media Ue e la media OCSE, al crescere del PIL (Giappone, ITALIA, Irlanda, Lussemburgo, Nuova Zelanda, Repubblica Ceca, Ungheria);
5. paesi in cui l’autoimpiego femminile è diminuito con valori superiori alla media Ue e alla media OCSE, al crescere del PIL (Grecia, Korea, Messico, Polonia, Portogallo).

**Graf. 2.15 - Variazione Autoimpiego femminile e variazione PIL
nei paesi dell'Unione europea e dell'area OCSE**
(Anni 2003-2007)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati OCSE

È interessante osservare che la crescita dell'autoimpiego è avvenuta nella maggior parte dei paesi del nord Europa e che, però, in questi stessi paesi il livello dell'autoimpiego femminile assume valori ben al di sotto della media Ue e della media OCSE. Di contro, i paesi che hanno avuto le maggiori diminuzioni di autoimpiego, sono anche quelli nei quali il livello è ben al di sopra della media Ue e della media OCSE in tutti gli anni presi in esame.

In questo quadro, un caso particolare è rappresentato proprio dall'Italia, dove sembra che l'autoimpiego femminile sia fortemente "radicato" nel sistema economico nazionale: a fronte di un livello che è sempre ben al di sopra dei valori medi Ue e OCSE e tra i primi paesi del mondo, la diminuzione è stata di entità nettamente inferiore rispetto a questi ultimi.

Sembra cioè trovarsi conferma di quanto affermato da più fonti e da questo lavoro circa l'opportunità per le donne di concretizzare le proprie capacità e abilità attraverso il fare impresa. È un fenomeno che si manifesta in tutto il mondo e non solo come risposta alla "carenza" di lavoro dipendente. Se da un lato, dove il mercato del lavoro offre poche possibilità alle donne l'autoimpiego costituisce una soluzione occupazionale, dall'altro, c'è una "soglia" di vivacità e voglia di affermazione attraverso l'attività economica in proprio che, definibile "vocazione imprenditoriale pura", tende a essere presente e a crescere prescindendo dalla condizione del mercato del lavoro (rigidità, inefficienze, carenza di lavoro dipendente).

Volendo ipotizzare un modello per stimare la consistenza dell'imprenditorialità femminile che possa essere preso come riferimento/benchmark a livello di singolo paese, lo si potrebbe descrivere come segue:

$$If = v + o$$

Dove:

If = livello di imprenditorialità femminile

v = quota/componente del livello di imprenditorialità femminile attribuibile alla vocazione imprenditoriale pura

o = quota/componente del livello di imprenditorialità femminile attribuibile alla carenza di lavoro dipendente

La componente “v” potrebbe essere rappresentata dalla media dei livelli dei paesi che hanno avuto variazioni positive nel periodo preso in esame e che nel caso specifico corrisponde con il “gruppo 2”.

La componente “o” potrebbe essere rappresentata dalla media dei livelli dei paesi che hanno avuto le maggiori variazioni negative nel periodo preso in esame e che nel caso specifico corrisponde con il “gruppo 5”.

Se si applicasse questo ragionamento (tab. 2.17) si avrebbe che il livello di riferimento per l'imprenditorialità femminile si attesterebbe tra il 43% e il 45%, ovvero non molto distante da quelli raggiunti nei primi due paesi a più altra presenza di autoimpiego femminile: Cina (46,8% nel 2003 e 51,2% nel 2007) e Turchia (49,4% nel 2003 e 41,9% nel 2007).

Tab. 2.17 - Stima del livello di imprenditorialità femminile
(Anni 2003-2007)

	2003	2004	2005	2006	2007
v*	11,0%	11,4%	11,6%	11,8%	12,0%
o**	34,2%	33,2%	32,7%	32,0%	31,4%
If	45,2%	44,6%	44,3%	43,8%	43,4%

Fonte: Retecamere su dati OCSE

(*): media dei valori di Austria, Germania, Norvegia, Olanda, Svezia, Gran Bretagna/UK

(**): media dei valori di Grecia, Korea, Messico, Polonia, Portogallo

3. Gli effetti della legge 215/92

Questa sezione del rapporto è dedicata alla valutazione degli effetti della legge 215/92 ("Azioni positive per l'imprenditoria femminile"), in particolare a quelli prodotti dagli interventi realizzati, che risultano aver inciso più sulla sopravvivenza delle imprese (allungamento degli anni di attività) che sulle loro performance economiche e finanziarie (la maggior parte degli indicatori non sono sempre migliori delle non finanziate).

Tali valutazioni appartengono alla categoria delle "valutazioni delle politiche di aiuto alle imprese" e si basano su metodi e strumenti in grado di evidenziare se e in quale misura, appunto, una specifica politica sia stata efficace e abbia avuto successo.

In linea generale la legge 215/92 si configura come il principale strumento di politiche a favore dell'imprenditorialità femminile in Italia. Pertanto, la valutazione ha avuto ad oggetto il se e il come la legge sia stata in grado di rispettare il suo disegno originario, ovvero di rafforzare la presenza femminile nel mondo imprenditoriale italiano: la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, il consolidamento e sviluppo delle imprese esistenti.

Dal punto di vista metodologico una analisi sufficientemente esaustiva deve riguardare diversi aspetti, per ognuno dei quali esprimere un giudizio il più possibile oggettivo e attraverso i quali stabilire una valutazione complessiva e d'insieme basata sulla ponderazione dei risultati dei diversi aspetti. Questi ultimi sono stati individuati sulla struttura del dispositivo come:

1. l'accessibilità agli interventi da parte delle imprese (ad esempio le difficoltà, i costi, i tempi di accesso);
2. il gradimento dell'intervento da parte delle imprese potenzialmente destinatarie (ad esempio la numerosità delle domande/richieste presentate in grado di "saturare" o meno le risorse stanziate);
3. la corretta realizzazione dei progetti o delle operazioni da parte delle imprese beneficiarie;
4. l'adeguatezza della selezione delle imprese ammesse o ammissibili a beneficiare dell'intervento (ad esempio il rispetto dei criteri di selezione fissati);
e sugli aspetti inerenti l'impatto economico del dispositivo:
5. l'addizionalità o additività (la capacità dell'intervento di incentivare progetti);
6. gli effetti diretti sui beneficiari (la capacità dei progetti/operazioni finanziate di incidere in modo positivo sulle principali performance delle imprese);
7. l'impatto complessivo sul sistema economico e/ territorio.

È evidente, quindi, che l'analisi riguarda sia la "struttura" del dispositivo (accessibilità, gradimento, corretta realizzazione, adeguatezza, selezione) che l'impatto economico dello stesso (addizionalità, effetti diretti, impatto complessivo). Questo lavoro si

concentra su questi ultimi limitando l'analisi agli interventi della legge 215/92 riguardo alle imprese che hanno partecipato al IV e al V bando.

Il primo motivo di questa decisione è che una valutazione sulla "struttura", riferita ai 6 bandi con focalizzazione sul IV e V bando, è già stata condotta dall'IPI (Istituto Promozione Industriale) su incarico del Ministero dello Sviluppo Economico ed è disponibile nel volume "La legge 215/92 in favore dell'imprenditorialità femminile: il punto sugli incentivi concessi in Italia e sui risultati conseguiti". Ci si è limitati, pertanto, a riportare i principali dati sui 6 bandi in una tabella di sintesi e un approfondimento sull'"attrattività" dei bandi regionali, analizzando quante imprese hanno presentato domande in regioni diverse da quelle di origine.

Il secondo motivo è che, oltre al fatto che le operazioni/progetti delle imprese sono conclusi e consentono di effettuare le analisi necessarie, il IV e il V bando hanno le stesse caratteristiche o regole di funzionamento e si prestano meglio degli altri alla valutazione degli effetti della legge. Si ricorda che una prima analisi degli effetti del dispositivo è stata già svolta nel "I° Rapporto Nazionale sulle Imprese femminili", limitatamente al IV bando e utilizzando solo la tecnica dell'indagine campionaria.

Muovendo in questa direzione, la valutazione è stata di tipo controfattuale (confronto tra i "comportamenti" delle imprese finanziate rispetto a quelle non finanziate, assumendo che queste ultime esprimono il "comportamento naturale" e non modificato dall'intervento pubblico) e realizzata utilizzando diverse metodologie a seconda delle operazioni/progetti. Tenuto conto della complessità dello strumento pubblico preso in esame e del conseguente approccio multidimensionale che la valutazione richiede, per ottenere risultati complessivamente migliori rispetto all'utilizzo di una piuttosto che un'altra metodologia, si è optato per l'applicazione congiunta di analisi econometriche insieme ad indagini campionarie. Nello specifico:

- per la valutazione delle operazioni di "Avvio nuova attività": sono stati analizzati i tassi di sopravvivenza e i risultati dell'indagine campionaria delle imprese finanziate e non per questa tipologia di operazione;
- per la valutazione delle altre tipologie di operazioni (investimento in progetti innovativi, acquisizione di servizi reali, rilevazione di impresa esistente): sono state analizzate le principali performance economiche in base alle informazioni disponibili nell'Osservatorio Società di Capitale Centro Studi Unioncamere (che riguardano le imprese costituite in forma di società di capitali), i tassi di sopravvivenza e i risultati dell'indagine campionaria delle imprese finanziate e non, per queste tipologie di operazioni.

È stato possibile distinguere le valutazioni secondo due piani di intervento della politica a favore dell'imprenditorialità femminile, quella della creazione d'impresa e quella dello sviluppo delle imprese esistenti.

L'indagine campionaria

A differenza dei metodi di valutazione econometrici, in questo caso sono le stesse imprese intervistate a fornire le informazioni necessarie alla valutazione. In questa analisi è stato utilizzato un disegno campionario composto da coloro (n. 385) che hanno ricevuto il sussidio sul progetto presentato e da coloro il cui progetto pur risultando ammissibile non è stato finanziato (n. 416). Di questi ultimi la quota parte che ha comunque realizzato il progetto/operazione (n. 155, pari a circa il 38%) costituiscono il “gruppo di controllo”.

In base alla distribuzione dei rispondenti alle interviste a seconda della tipologia di operazione, si ha:

- per la valutazione delle operazioni di “Avvio nuova attività”: n. 495 rispondenti, di cui n. 249 finanziati e n. 246 non finanziati (di questi ultimi n. 74, pari al 30%, hanno comunque realizzato il progetto/operazione e costituiscono il gruppo di controllo);
- per la valutazione delle altre tipologie di operazioni (investimento in progetti innovativi, acquisizione di servizi reali, rilevazione di impresa esistente): n. 306 rispondenti, di cui n. 136 finanziati e n. 170 non finanziati (di questi ultimi n. 81, pari al 48%, hanno comunque realizzato il progetto/operazione e costituiscono il gruppo di controllo);
- a coloro che non hanno realizzato il progetto/operazione in assenza di sussidio (n. 172 “Avvio nuova attività”, n. 89 altre tipologie di operazioni), si è chiesto quale altro “percorso” abbiano compiuto: il 40,6% non ha svolto “nessuna attività”, il 48,7% ha continuato la stessa attività, il 10,7% ha svolto attività in altro settore.

Pertanto, l'analisi è stata condotta su un campione di n. 385 imprese finanziate e n. 155 che costituiscono il gruppo di controllo.

Va precisato che i campioni sono stati costruiti in modo da avere gruppi il più possibile omogenei, ma i risultati dell'indagine non forniscono dati rappresentativi della “popolazione” dei soggetti che hanno partecipato al IV e V bando della legge 215/92, bensì informazioni indicative del comportamento degli stessi. Lo strumento utilizzato è un questionario le cui domande, sulle quali effettuare la valutazione controfattuale, sono state le stesse per entrambi i campioni e sono state formulate in modo da consentire di misurare l'impatto del sussidio sugli aspetti rilevanti dell'operazione (tempi, dimensione economica, contenuti, occupazione) che incidono sui fattori di *addizionalità e sostituibilità inter-temporale*.

3.1 Gli effetti della legge 215/92 a sostegno della creazione di nuove attività

È possibile esprimere una valutazione sugli effetti dei sussidi⁵⁴ della legge 215/92 concessi per le operazioni di “Avvio nuova attività”, ovvero sulla creazione di imprese femminili che riescano ad operare efficientemente sul mercato.

Sia l’analisi econometrica che quella sui risultati dell’indagine campionaria sono state condotte in termini controllati, cioè confrontando, come detto, le imprese femminili finanziarie con quelle non finanziarie, proprio per cercare di rilevare se vi siano stati significativi effetti positivi generati dall’intervento pubblico.

Per l’analisi econometrica si è adottato come riferimento il “tasso di sopravvivenza”⁵⁵ delle imprese, cioè la loro capacità di restare in vita nel tempo, calcolato su tutte quelle che avendo partecipato al IV e V bando della legge 215/92 sono risultate ammissibili e finanziarie e ammissibili ma non finanziarie per esaurimento dei fondi disponibili. Nelle analisi condotte la base temporale utilizzata è l’anno, pertanto i risultati della sopravvivenza sono espressi in anni.

a) L’analisi sui tassi di sopravvivenza

La procedura seguita

Il periodo di riferimento per il calcolo del tasso di sopravvivenza va dal 2003 al 2008, ovvero dal primo anno in cui è operativo l’Osservatorio imprenditorialità femminile di Unioncamere e sono disponibili i dati delle imprese femminili.

Per determinare il tasso di sopravvivenza delle imprese, che hanno partecipato al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “Avvio nuova attività”, sono stati abbinati il database del Ministero Sviluppo Economico con l’archivio Registro Imprese delle Camere di commercio per rilevare, attraverso il codice fiscale e la Partita IVA, quante imprese fossero esistenti e quante cessate ogni anno dal 2003 al 2008.

Il risultato finale è una tabella di sintesi (vedere in appendice le tab. A.3.1 e tab. A.3.2) che illustra la numerosità delle imprese che erano esistenti tutti gli anni, solo 5 anni, solo 4 anni e così via; detto altrimenti, si hanno le numerosità delle imprese che sono sopravvissute per 6 anni, 5 anni, 4 anni etc.

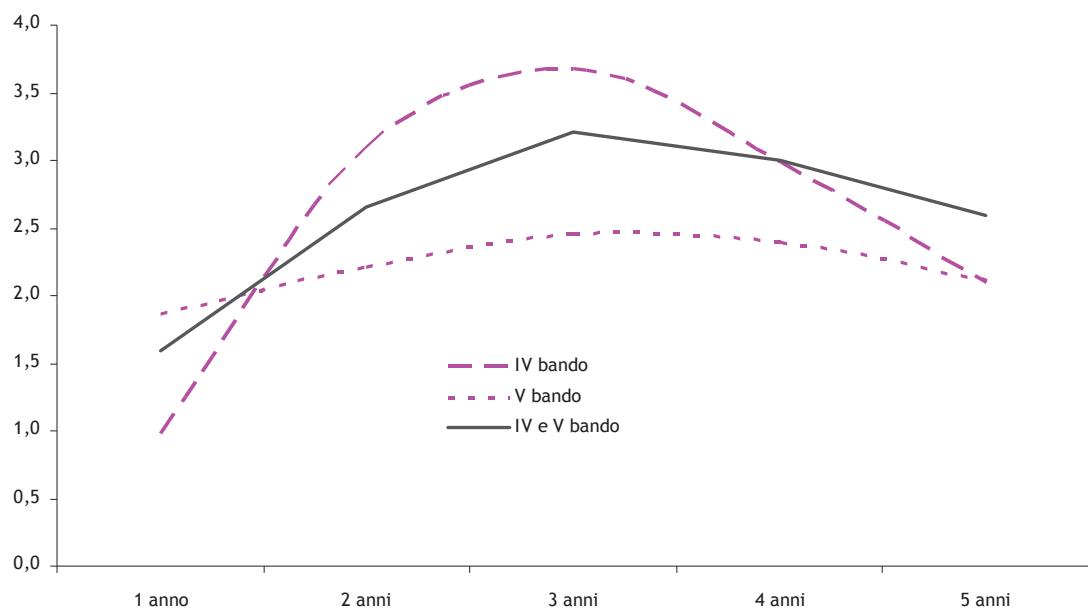
Le analisi condotte evidenziano la presenza di “effetti diretti” positivi sulle performance delle imprese, determinati dall’intervento della legge 215/92. Si può affermare che le imprese beneficiarie del sussidio per l’”Avvio nuova attività”, sia nel IV che nel V bando, restano in vita per più tempo rispetto alle non sussidiate e questo risultato è confermato dai test statistici effettuati per verificare la “robustezza” dei risultati ottenuti.

⁵⁴ Per le valutazioni sull’impatto occupazionale alcune informazioni sono disponibili nella citata pubblicazione dell’IPI sui risultati “strutturali” della legge 215/92. Tuttavia, va considerato che, pur con tutte le cautele del caso, ad ogni impresa creata corrisponde sempre un incremento occupazionale, seppure nella forma di lavoro indipendente.

⁵⁵ Il tasso di sopravvivenza, può essere calcolato su diverse basi temporali (ad esempio mensile, trimestrale, semestrale, annuale) e fornisce informazioni sulla “durata di vita” di un gruppo di imprese, ovviamente rispetto alla base temporale utilizzata (ad esempio, se la base per il calcolo è mensile si avranno le durate di vita in mesi).

Infatti, assumendo che il comportamento delle imprese che non hanno beneficiato del contributo pubblico sia quello “naturale”, cioè indicatore di quanti anni l’impresa riesca a stare in vita “solo con le sue forze”, le differenze del tasso di sopravvivenza rispetto a quelle beneficiarie sembra dimostrare che l’intervento della legge 215/92 è in grado di “allungare” la vita delle imprese femminili. Si può ipotizzare che, oltre al sostegno finanziario, abbia avuto un peso il fatto che fosse necessaria una “scelta meditata” accompagnata da una descrizione del progetto (business plan) tale da mettere in campo conoscenze tecniche e capacità imprenditoriali non improvvise.

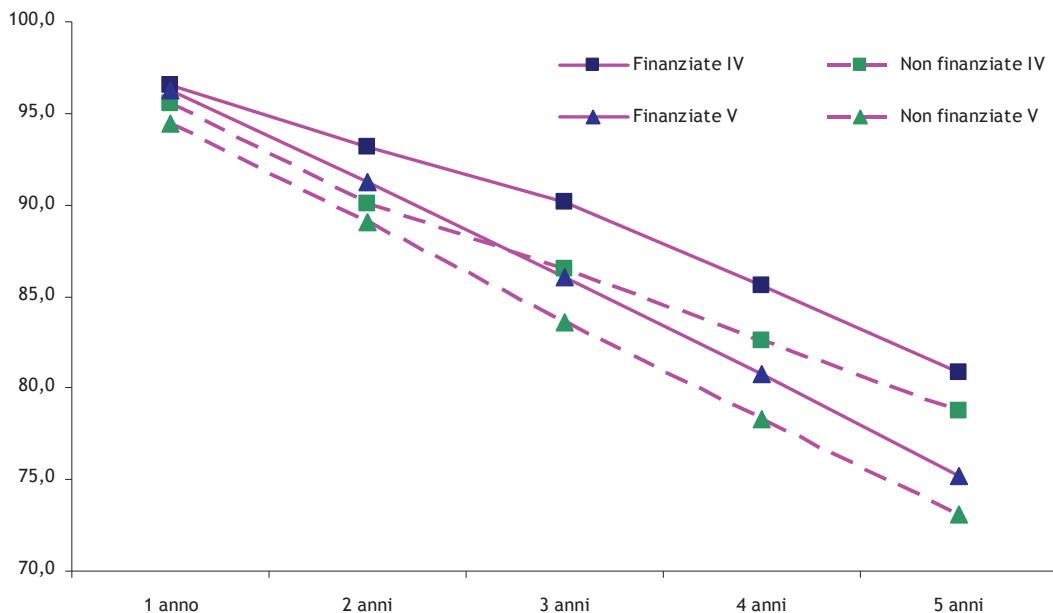
Grafico 3.1 – Differenze tra i tassi di sopravvivenza delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “Avvio nuova attività” (Anni 2004-2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro delle Imprese, Osservatorio Imprenditorialità femminile di Unioncamere e Infocamere e database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

Si può osservare (Graf. 3.1) come l’effetto maggiore si ha nel terzo anno di vita, soprattutto per le imprese che hanno partecipato al IV bando, mentre è particolarmente interessante il risultato del quinto anno di vita nel quale gli effetti positivi tra i due bandi tendono a coincidere.

Grafico 3.2 – Tassi di sopravvivenza delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “Avvio nuova attività” (Anni 2004-2008)



Fonte: *Elaborazione Retecamere su dati Registro delle Imprese, Osservatorio Imprenditorialità femminile di Unioncamere e Infocamere e database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico*

Inoltre, l'analisi sul comportamento delle imprese distinta per i due bandi (Grafico 3.2) fa emergere un trend temporale “a forbice” sia tra le imprese finanziate sia tra quelle non finanziate: le imprese finanziate con il IV bando, se al primo anno hanno un tasso di sopravvivenza analogo a quelle del V bando, con il passare degli anni resistono maggiormente: dal terzo anno anche le imprese non finanziate si dimostrano più longeve di quelle finanziate con il V bando.

b) L'analisi sui risultati dell'indagine campionaria

Con l'indagine campionaria sono stati intervistati i soggetti⁵⁶ partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 per ottenere direttamente da essi le informazioni necessarie alla valutazione.

In base ai risultati ottenuti è possibile affermare che gli interventi della legge 215/92 sono state in grado di produrre effetti sulle scelte di alcuni dei soggetti che hanno partecipato ai bandi. Infatti, seppure è predominante il numero delle imprese intervistate (sia le finanziate sia le non finanziate) che dichiarano di non aver modificato, durante

⁵⁶ Si ritiene più corretto utilizzare questa “etichetta” piuttosto che quella di “imprese” a causa della presentazione di progetti per l’“Avvio nuova attività” anche da parte di persone fisiche. Questa circostanza comporta che il riferimento alle sole imprese, nonostante costituiscano la grande maggioranza dei soggetti che hanno presentato le domande, non sarebbe corretto.

l'attuazione, i progetti originariamente presentati in risposta ai bandi, vi è una parte di esse che dichiarano di averlo fatto, evidenziando sostanziali differenze di comportamento delle imprese non finanziate rispetto alle finanziate.

Tab. 3.1 – Modifiche nei tempi di realizzazione delle operazioni/progetti “Avvio nuova attività”. Comportamenti e decisioni delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	Rispetto ai tempi, il progetto è stato:			Totale
	Anticipato	Ritardato	Invariato	
A) Soggetti NON finanzianti	5%	46%	49%	74
B) Soggetti finanzianti	8%	24%	68%	249
Differenza (B - A)	3%	-22%	19%	

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Tab. 3.2 – Modifiche nella dimensione economica per la realizzazione delle operazioni/progetti “Avvio nuova attività”. Comportamenti e decisioni delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	La dimensione economica del progetto è stata:			Totale
	Ridotta	Aumentata	Invariata	
A) Soggetti NON finanzianti	32%	5%	63%	74
B) Soggetti finanzianti	16%	11%	73%	249
Differenza (B - A)	-15%	6%	9%	

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Tab. 3.3 – Modifiche nei contenuti per la realizzazione delle operazioni/progetti “Avvio nuova attività”. Comportamenti e decisioni delle imprese (ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	I contenuti tecnici del progetto sono stati:		Totale
	Modificati	Invariati	
A) Soggetti NON finanzianti	23%	77%	74
B) Soggetti finanzianti	12%	88%	249
Differenza (B - A)	-11%	11%	

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Infatti, il confronto tra i due campioni indica che l'assenza delle risorse pubbliche può portare i soggetti che non hanno ricevuto sussidi, più di quelli che invece ne hanno beneficiato, a modificare i contenuti dei progetti con conseguenze sui tempi di realizzazione (in particolare a ritardarli), sulle risorse economiche utilizzate (riducendole) e l'occupazione programmata (contenendola).

3.2. Gli effetti della legge 215/92 a sostegno dello sviluppo delle imprese esistenti

Anche per la linea di intervento della legge 215/92 dedicata alle imprese esistenti è possibile esprimere una valutazione sugli effetti. In questo caso si tratta delle operazioni di “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”.

Per la valutazione, sempre condotta in termini controllati, l’analisi econometrica è stata realizzata sia utilizzando il “tasso di sopravvivenza” (calcolato su base temporale annuale) delle imprese sia utilizzando alcuni indicatori di performance economica calcolati sui dati di bilancio⁵⁷. Ulteriore analisi, come detto più sopra, è stata condotta sui risultati dell’indagine campionaria, ampliando in questo modo il campo e le prospettive di analisi.

a) L’analisi sui tassi di sopravvivenza⁵⁸

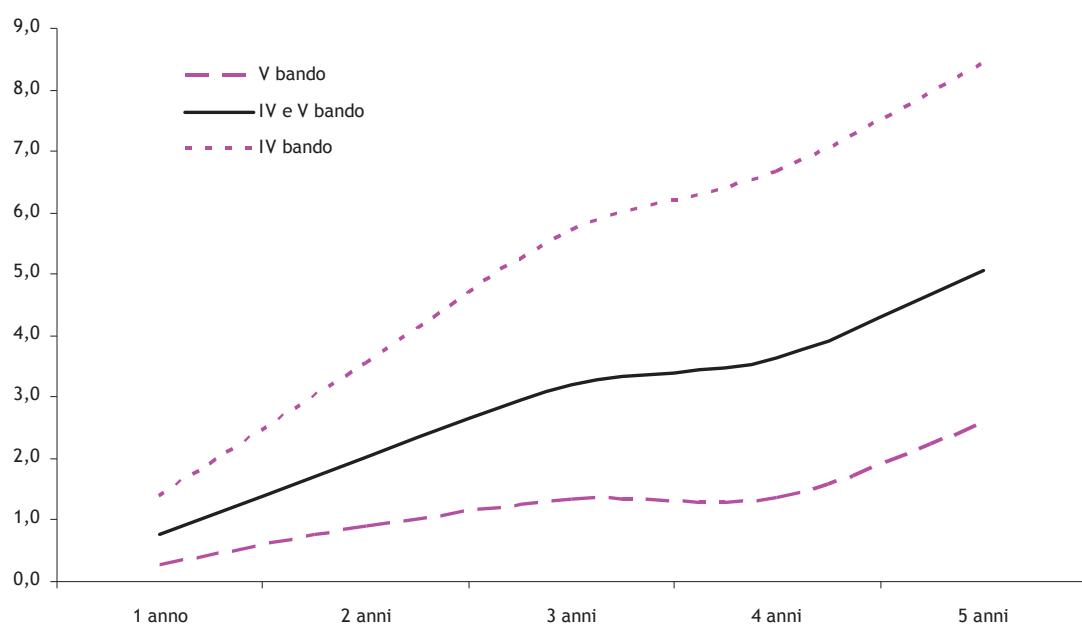
Anche per gli interventi a favore delle imprese esistenti si rilevano “effetti diretti” positivi sulle imprese, determinati dall’intervento della legge 215/92. Si può affermare che le imprese beneficiarie del sussidio, sia nel IV che nel V bando, restano in vita per più tempo rispetto alle non sussidiate e con andamento crescente nel tempo, risultato che è confermato dai test statistici effettuati per verificare la “robustezza” dei risultati ottenuti.

Infatti, assumendo che il comportamento delle imprese che non hanno beneficiato del contributo pubblico sia quello “naturale”, cioè indicatore di quanti anni l’impresa riesca a stare in vita “solo con le sue forze”, le differenze del tasso di sopravvivenza rispetto a quelle beneficiarie sembra dimostrare che l’intervento della legge 215/92 è in grado di “allungare” la vita delle imprese femminili esistenti con un divario crescente nell’arco dei 5 anni presi ad esame.

⁵⁷ La tecnica utilizzata è la *diff-in-diff* applicata, appunto, ai dati di bilancio e relativi indicatori nel periodo precedente (1 anno prima) e a quello immediatamente successivo (1 anno dopo) alla realizzazione dell’operazione/progetto, mettendo a confronto le variazioni di performance eventualmente prodotte dall’intervento pubblico. È evidente che nel caso delle analisi condotte sulle operazioni/progetti per “Avvio nuove attività” questa tecnica non è stata utilizzata a causa della mancanza di dati nel periodo precedente all’avvio delle attività.

⁵⁸ La procedura adottata è la stessa già descritta nel capitolo relativo all’avvio nuove attività.

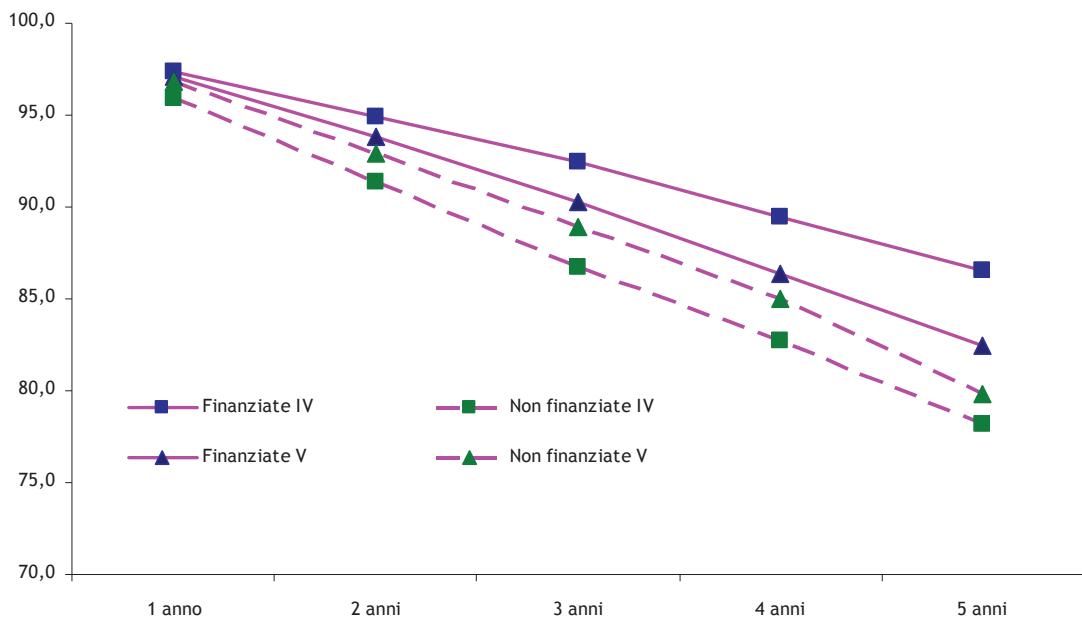
Grafico 3.3 – Differenze tra i tassi di sopravvivenza delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”
(Anni 2004-2008)



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro delle Imprese, Osservatorio Imprenditorialità femminile di Unioncamere e Infocamere e database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

Si può osservare (Graf. 3.3) come l'effetto maggiore si ha dal quarto anno di vita, soprattutto per le imprese che hanno partecipato al IV bando, mentre tra il terzo e il quarto anno gli effetti positivi tendono a rimanere allo stesso livello.

Grafico 3.4 – Tassi di sopravvivenza delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”



Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro delle Imprese, Osservatorio Imprenditorialità femminile di Unioncamere e Infocamere e database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

Anche in questo caso i risultati indicano, che vi è stato un accettabile grado di “adeguatezza” nell’individuare le imprese beneficiarie del sussidio.

b) L'analisi sugli indici di bilancio

L'ulteriore analisi (econometrica) svolta su alcuni indici di bilancio non evidenzia differenze significative nelle performance delle imprese finanziate rispetto alle non finanziate, ma fornisce ugualmente utili indicazioni per la valutazione.

La procedura seguita

Con le informazioni di bilancio è possibile elaborare indicatori di performance funzionali alla valutazione degli effetti dell'intervento pubblico attraverso la legge 215/92. La valutazione riguarda, soprattutto l'incidenza sull'impresa nel suo complesso dei sussidi ricevuti e non solo l'incidenza sugli investimenti effettuati. L'utilizzo delle informazioni dei bilanci comporta vantaggi e svantaggi.

I primi sono che i dati si riferiscono alla quasi totalità delle società di capitale italiane e che le informazioni sono relative ad un periodo piuttosto esteso che comprende la finestra temporale di interesse per le valutazioni.

I secondi sono che il campione di imprese è poco rappresentativo di tutte le imprese che hanno beneficiato dell'intervento pubblico, in quanto i dati di bilancio si riferiscono quasi esclusivamente alle imprese in forma di società di capitali. Inoltre, i codici identificativi dell'impresa (codice fiscale e Partita IVA), che sono necessari ad unire le informazioni dei diversi archivi (Osservatorio bilanci di Unioncamere e base dati imprese partecipanti bandi legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico) non sempre corrispondono, il che comporta l'impossibilità di reperire informazioni contabili per una parte delle imprese che risultano beneficiarie del IV e V bando della Legge 215/92.

Dal punto di vista operativo, considerato che lavori precedentemente svolti su analoghi strumenti di agevolazione e sussidio pubblico (legge 488) hanno dimostrato che, se si considerano tutte le imprese finanziate e tutte quelle non finanziate si possono avere risultati poco validi (per via della eccessiva eterogeneità delle imprese che potrebbero anche differire per qualche caratteristica non osservabile), si è deciso di prendere come riferimento gruppi di imprese con caratteristiche il più possibile omogenee (in base alle informazioni disponibili nella banca dati imprese partecipanti bandi legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico), ovvero quelle in una posizione intermedia nella graduatoria: il 50% (in totale n. 6.071) di quelle posizionate poco al di sopra (panel aperto delle finanziate) e una numerosità equivalente di quelle posizionate poco al disotto (panel aperto delle non finanziate) del punteggio che separa le imprese finanziate da quelle non finanziate.

Questa scelta si fonda sul presupposto che, data la selezione effettuata in sede di valutazione della domanda, a punteggi della graduatoria non troppo distanti tra loro dovrebbero corrispondere caratteristiche abbastanza similari delle imprese e senz'altro più omogenee rispetto a quelle delle imprese posizionate agli estremi della graduatoria.

Rispetto alla numerosità dei gruppi di imprese individuati sia per le finanziate che per le non finanziate, si è proceduto a "ripulire" le liste di quelle imprese revocate e rinunciarie, nonché di quelle che erano presenti più di una volta sia con più progetti nello stesso bando sia con uno o più progetti nei due bandi (872), ottenendo un totale di n. 10.664 imprese, di cui 5.207 finanziate e 5.457 non finanziate. A questo punto si è proceduto a individuare quali tra queste fossero presenti nell'Osservatorio bilanci di Unioncamere e a estrarre i dati di bilancio per gli anni necessari alle analisi. Al termine della procedura si sono ottenuti il campione chiuso delle imprese finanziate di n. 79 unità e in campione di controllo delle imprese non finanziate di n. 69 unità.

Infatti, se da un lato l'intervento della legge 215/92 non produce effetti positivi significativi nelle performance economiche delle imprese femminili (la variazione di tre indicatori su sei è prossima allo 0, un indicatore ha variazione negativa e due indicatori

hanno variazione positiva), le beneficiarie in quasi tutti gli indicatori calcolati⁵⁹ (produttività addetti, ROI, ROE, ROA, leva finanziaria, tasso rinnovamento immobilizzazioni) hanno valori massimi maggiori delle non finanziate (in media e mediana, invece, tendono ad essere inferiori).

Tabella 3.4 – Differenze tra le variazioni degli indici di bilancio prima e dopo la realizzazione delle operazioni/progetti delle imprese (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) partecipanti al IV e V bando della legge 215/92 per le operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”

	Produttività dipendenti	ROI	ROE	ROA	Leva finanziaria	Tasso rinn.to imm.ni
min	>	<	<	>	<	<
mediana	<	>	<	<	<	<
max	<	>	>	>	>	>
media	<	<	<	<	>	<
varianza	<	>	>	>	>	>

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Società di Capitale Centro Studi Unioncamere e database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

Legenda:

- >: indica che le imprese finanziate hanno avuto performance dell'indicatore migliore di quelle Non finanziate
 <: indica che le imprese finanziate hanno avuto performance dell'indicatore peggiore di quelle Non finanziate

Si può quindi affermare che complessivamente non vi sono “**effetti diretti**” positivi diffusi sulle performance delle imprese, ma che questi sono disomogenei, ovvero circoscritti a singoli casi nei quali l’intervento della legge 215/92 può avere generato miglioramenti di performance.

D’altro canto, l’intensità degli aiuti erogati alle imprese beneficiarie sono stati, nella grande maggioranza dei casi, di entità non elevata ed è ipotizzabile che anche questo aspetto motivi in parte l’assenza di significative variazioni di performance.

⁵⁹ Gli indicatori utilizzati sono:

Produttività addetti = Fatturato/N° addetti

ROI = Risultato Operativo/Capitale Investito

ROE = Risultato di esercizio (ante imposte)/Patrimonio Netto

ROA = Risultato di esercizio (ante imposte)/Capitale Investito

Leva finanziaria = Totale debiti/Patrimonio Netto

Tasso rinnovamento immobilizzazioni = Totale ammortamenti/Totale Immobilizzazioni

c) L'analisi sui risultati dell'indagine campionaria

Al pari di quanto riscontrato per l'avvio nuove attività, anche per gli interventi rivolti alle imprese esistenti la legge 215/92 ha prodotto effetti sulle scelte di alcuni dei soggetti che hanno partecipato ai bandi.

Nella maggioranza dei casi le imprese intervistate (sia le finanziate sia le non finanziate) dichiarano di non aver modificato, durante l'attuazione, i progetti originariamente presentati in risposta ai bandi, ma tra coloro che hanno dichiarato di averlo fatto sono rilevanti le differenze tra quelle non finanziate rispetto alle finanziate.

Tabella 3.5 – Modifiche nei tempi di realizzazione delle operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”. Comportamenti e decisioni delle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	Rispetto ai tempi, il progetto è stato:			Totale
	Anticipato	Ritardato	Invariato	
A) Imprese NON finanziate	6%	43%	51%	81
B) Imprese finanziate	7%	21%	72%	136
Differenza (B - A)	1%	-21%	21%	

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Tabella 3.6 – Modifiche nella dimensione economica per la realizzazione delle operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”. Comportamenti e decisioni delle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	La dimensione economica del progetto è stata:			Totale
	Ridotta	Aumentata	Invariata	
A) Imprese NON finanziate	28%	7%	65%	81
B) Imprese finanziate	12%	10%	78%	136
Differenza (B - A)	-16%	3%	13%	

Fonte: Elaborazione su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Tabella 3.7 – Modifiche nella occupazione prevista per la realizzazione delle operazioni/progetti “investimento in progetti innovativi”, “acquisizione di servizi reali”, “rilevazione di impresa esistente”. Comportamenti e decisioni delle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

Tipologia soggetto	I contenuti tecnici del progetto sono stati:		Totale
	Modificati	Invariati	
A) Imprese NON finanziate	13%	87%	81
B) Imprese finanziati	11%	89%	136
Differenza (B - A)	-2%	2%	

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati indagine campionaria sulle imprese ammesse e finanziate e ammesse e non finanziate ai bandi IV e V della legge 215/92

Infatti, la presenza delle risorse pubbliche può portare le imprese beneficiarie, a modificare i contenuti dei progetti con conseguenze sui tempi di realizzazione, sulle risorse economiche utilizzate e sull’occupazione programmata.

3.3. I principali dati dei 6 bandi della legge 215/92 e la mobilità regionale

Come detto in precedenza la valutazione degli effetti della legge 215/92 condotta in questo Rapporto è focalizzata sugli aspetti diversi da quelli “strutturali”. È possibile però formulare alcune considerazioni generali basandosi sui principali dati relativi ai 6 bandi della legge stessa, tenendo presente che questi avevano caratteristiche diverse dovute ai regolamenti attuativi e alle risorse stanziate. Solo il 4° e il 5° bando sono stati sostanzialmente simili, in termini di operazioni ammissibili, condizioni per la presentazione delle domande e maggiore ammontare di risorse disponibili. La principale innovazione introdotta dal 4° bando si riferisce alla possibilità che le regioni cofinanziassero gli interventi (aumentando le risorse disponibili per le imprese) e ne gestissero il procedimento, rimanendo al Ministero il ruolo di regia e monitoraggio generale.

Risulta evidente (tab. 8) la elevata partecipazione di imprese femminili in tutti i bandi, con domande nettamente superiori alle disponibilità delle risorse stanziate. Infatti, sia il rapporto tra numero di domande presentate⁶⁰ e numero di domande ammesse⁶¹ sia il rapporto tra numero di domande ammesse e numero di domande agevolate⁶² è sempre stato superiore al 100%; il primo rapporto ha il valore minimo nel 3° bando (110,41%) e il massimo nel 6° bando (287,24%), mentre il secondo rapporto ha il valore minimo nel 6° bando (236,10%) e il massimo nel 1° bando (517,18%). È stato finanziato mediamente il 20-25% delle ammesse, ad indicare una buona performance in rapporto ad altre leggi di incentivo per le imprese.

Il valore medio dell’agevolazione concessa⁶³, invece, se nei primi 5 bandi oscillava tra i 40.000 e i 50.000 euro, con il 6° bando è stato intorno ai 77.000 euro, denotando un cambio di “strategia” dell’intervento secondo la quale si è preferito aumentare la selettività e concentrare le risorse su un numero inferiore di progetti, prevedendo una “soglia” minima di accesso.

A livello regionale la distribuzione delle domande finanziate e di quelle non finanziate (tab. 9) evidenzia che, rispetto al totale, per il IV bando sono le regioni Campania e Sicilia quelle che hanno avuto il maggior numero di domande sia tra le finanziate sia tra le non finanziate, mentre per il V bando la Campania e il Lazio prevalgono tra le finanziate e, ancora, la Campania seguita dalla Sicilia tra le non finanziate. All’estremo opposto in entrambi i bandi si trovano le province Autonome di Bolzano e di Trento.

⁶⁰ Il numero di domande presentate comprende tutte le richieste di contributi ricevute dalle amministrazioni competenti nella gestione delle risorse stanziate (Ministero dello Sviluppo Economico e regioni).

⁶¹ Il numero di domande ammesse comprende quella parte delle presentate che, a seguito della valutazione sulle condizioni definite dai bandi, potevano essere finanziate secondo un ordine di priorità definito nella graduatoria dei punteggi di valutazione.

⁶² Il numero di domande agevolate indica i progetti finanziati secondo la graduatoria risultante dalle valutazioni e fino alla disponibilità delle risorse stanziate.

⁶³ Il valore medio dell’agevolazione concessa è il rapporto tra il totale dei sussidi accordati e il totale delle domande finanziate. Esso esprime il valore medio del contributo pubblico relativo a ciascuna domanda, ma va precisato che la maggior parte delle domande hanno avuto accordati contributi di valore nettamente inferiore a quello medio.

Tabella 3.8 – I 6 bandi della legge 215/92

	1° bando	2° bando	3° bando	4° bando	5° bando	6° bando	Totale
Domande presentate	4.109,00	4.852,00	5.301,00	26.951,00	40.507,00	7.609,00	89.329,00
Domande ammesse	2.679,00	4.014,00	4.801,00	22.737,00	33.294,00	2.649,00	70.174,00
Domande agevolate	518,00	917,00	1.311,00	5.669,00	6.504,00	1.122,00	16.041,00
Investimenti agevolati (mln. €)	56,60	101,00	154,20	474,00	434,00	146,31	1.366,11
Agevolazioni concesse (mln €)	22,50	36,90	62,80	288,00	260,60	86,44	757,24
Incremento occupazionale previsto	3.388	5.559	7.566	30.628	36.376	7.108	90.625
Valore medio delle agevolazioni concesse (€)	43.436,29	40.239,91	47.902,36	50.802,61	40.067,65	77.041,00	47.206,53
Domande presentate/Domande ammesse (Val.%)	153,38	120,88	110,41	118,53	121,66	287,24	127,30
Domande ammesse/Domande agevolate (Val.%)	517,18	437,73	366,21	401,08	511,90	236,10	437,47

Fonte: *Elaborazione Retecamere su database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico*

**Tab. 3.9 - Le domande finanziate e non finanziate per regione.
Bando IV e V della legge 215/92**

Regione	IV bando		V bando	
	Finanziate (val. %)	Non finanziate (val. %)	Finanziate (val. %)	Non finanziate (val. %)
ABRUZZO	1,43	5,78	2,06	6,92
BASILICATA	1,37	5,90	1,54	8,11
CALABRIA	4,03	16,38	4,45	11,41
CAMPANIA	20,70	28,99	12,83	32,46
EMILIA-ROMAGNA	4,58	8,57	2,48	9,48
FRIULI-VENEZIA GIULIA	1,39	6,18	3,16	6,04
LAZIO	9,36	12,65	12,55	14,71
LIGURIA	3,49	8,83	4,41	7,80
LOMBARDIA	9,54	10,02	10,52	11,47
MARCHE	1,69	7,41	2,00	6,64
MOLISE	1,09	6,10	1,61	7,06
PIEMONTE	4,31	7,91	4,95	7,81
P.A. DI BOLZANO	0,02	-	0,03	-
P.A. DI TRENTO	0,11	-	0,84	-
PUGLIA	8,20	18,67	7,99	9,62
SARDEGNA	4,14	7,34	4,45	9,41
SICILIA	11,18	13,36	11,64	21,75
TOSCANA	6,10	11,21	5,10	9,30
UMBRIA	2,23	9,53	2,67	8,54
VALLE D'AOSTA	0,05	5,04	0,25	3,46
VENETO	4,99	10,13	4,47	8,03
Totale (v.a.)	5.609	17.128	6.446	26.848

Fonte: *Elaborazione Retecamere su database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico*

Altro aspetto interessante è quello dell'“attrattività” regionale degli interventi della legge 215/92, ovvero l’interesse delle imprese a presentare domande per realizzare operazioni in regioni diverse da quelle ove avevano la sede. In altri termini, è possibile presentare un quadro degli effetti potenzialmente prodotti sulla “mobilità” delle imprese tra le regioni d’Italia dai bandi IV e V. I dati sono esposti in una matrice chiamata di “origine e destinazione” (tab. 10).

La matrice origine-destinazione

È una tabella a doppia entrata nella quale la prima colonna elenca le regioni di “origine” (cioè quelle delle quali proviene la domanda di finanziamento) e la prima riga elenca le regioni di “destinazione” (cioè quelle nelle quali è stata presentata la domanda).

In questo modo i valori relativi ad ogni incrocio tra regioni fornisce il numero di domande presentate dalle imprese di una regione verso le altre, mentre l’incrocio con la stessa regione fornisce in numero di domande presentate solo all’interno della regione (evidenziate in grigio).

I totali di riga, quindi, esprimono il totale delle domande prodotte dalle imprese della regione, mentre i totali di colonna esprimono il numero complessivo di domande presentate nella regione (quelle interne più quelle che provengono dall’esterno); è evidente che i due valori per la stessa regione non corrispondono a causa delle domande presentate “fuori regione”⁶⁴. Inoltre, con “non dichiarata” sono state indicate tutte le domande per le quali non era disponibile nel database la regione di destinazione (2.746 casi) o quella di origine (353 casi) o entrambe (14 casi), ma rispetto alle considerazioni di seguito esposte questi dati non hanno effetti “distorsivi”, essendo non riconducibili a nessuno degli aspetti di interesse solo la esigua parte di quelle domande per le quali non si hanno né origine né destinazione (i 14 casi suddetti).

La lettura delle tabelle qui presentate si prestano ad analisi approfondite, ma per facilitarne la lettura ci si concentra sui casi più rilevanti, lasciando al lettore le considerazioni più dettagliate che riterrà di condurre secondo i propri interessi.

⁶⁴ L’unico caso in cui i valori corrispondono è quando le imprese presentano le domande esclusivamente nella stessa regione di “origine”.

Tab. 3.10 - Matrice di origine e destinazione delle domande presentate nei bandi IV e V della legge 215/92

Regione di origine	Regione di destinazione															non dichiarata	Totale				
	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	
Abruzzo	859	0	1014	0	1	0	6	0	149	0	19	4	3	0	8	0	29	0	40	0	
Basilicata	0	0	4389	9	10	0	2	0	0	1	0	0	0	7	0	1	0	0	1	0	
Calabria	1	0	9714	8	11	8	3	10	5	7	3	0	2	3	0	11	11	0	2	0	
Campania	1	11	0	0	0	0	0	0	3254	4	747	3	11	2	374	51	2	1125	0	4	0
Emilia Romagna	0	2	6	3	1911	0	6	2	5	1	0	0	4	2	1	0	1	1	0	10	
Friuli Venezia Giulia	0	0	0	6	523	167	0	0	87	0	0	0	3	0	0	51	0	32	0	12	
Lazio	7	0	14	16	2	0	0	5539	1	4	2	8	0	11	14	11	26	0	7	0	
Liguria	0	0	0	0	0	0	0	3	2172	4	0	0	9	0	0	0	1	8	0	0	
Lombardia	0	1	5	19	1	10	14	4895	3	1	16	11	6	6	6	0	0	2	0	16	
Marche	2	0	0	0	1	0	2	0	1	537	2	0	3	0	1	0	0	2	0	0	
Molise	3	0	0	8	0	0	6	0	0	925	0	0	3	0	0	0	1	0	0	1	
Piemonte	0	0	4	0	4	0	0	7	12	18	0	1	1907	5	11	3	5	0	1	0	
Puglia	0	25	2	1	0	0	12	1	9	1	1	1	6347	0	0	0	0	1	0	305	
Sardegna	0	0	0	3	0	0	2	0	0	5	0	2726	2	0	0	0	0	0	0	16	
Sicilia	0	0	0	2	49	30	731	1	90	79	0	55	50	0	6144	252	0	163	0	30	
Toscana	0	2	1	4	6	0	7	5	3	1	0	2	0	3	2	2927	0	3	0	8	
Trentino Alto Adige	0	0	0	1	0	0	3	0	8	0	0	0	0	2	5	65	0	0	1	0	
Umbria	0	0	1	2	2	0	9	0	0	1	0	0	0	1	8	0	697	0	0	664	
Valle d'Aosta	0	0	0	0	0	0	10	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0	26	0	0	
Veneto	1	0	0	0	2	8	7	4	1	6	0	0	6	1	2	5	0	0	2602	0	
non dichiarata	1	0	150	10	5	0	76	4	22	0	4	8	19	13	5	17	0	0	5	14	
Totale complessivo	874	1055	4581	9782	2039	561	10088	2222	5930	636	936	2007	6855	2827	6195	4475	66	957	26	2746	
																			67458		

Fonte: Elaborazione Retecanere su database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

Si nota subito che le imprese della Campania (n. 15.375) e della Sicilia (n. 7.676) sono quelle che hanno presentato il più alto numero di domande (tab. 11), di cui solo una parte destinate a progetti da realizzare all'interno delle proprie regioni (rispettivamente il 63,2% e l'80%). Tuttavia, le imprese più "mobili" all'interno del IV e V bando della legge 215/92 (tab. 11) risultano quelle dell'Umbria, delle Marche e del Friuli Venezia Giulia, che hanno destinato le domande all'interno solo tra il 50,3% e il 59,3% del totale delle presentate (i valori sono dati dal rapporto tra il N. domande interne e il N. domande di origine i cui valori sono presentati nella 7^a colonna della tab. 11). Al lato opposto si trovano le imprese della Sardegna, della Toscana e del Veneto che, invece, hanno presentato domande nelle rispettive regioni tra il 98,4% e il 98,9% del totale (stessa colonna della tab. 11). Leggermente diversa è la situazione delle "destinazioni", dove la principale regione risulta essere il Lazio (n. 10.008), ma seguita a stretto giro dalla Campania (n. 9.782). È interessante notare come questi risultati siano il frutto di due diverse dinamiche: da un lato, il Lazio costituisce una regione ad alta "attrattività" visto che sono più le domande "pervenute" di quelle "predisposte" dalle imprese locali (la differenza tra origine e destinazione, i cui valori sono presentati nella 4^a colonna della tab. 11 è di n. -3.922 domande, mentre è pari al 55,3% il rapporto tra le domande rimaste all'interno della regione e le domande complessivamente pervenute in regione, i cui valori sono presentati nell'ultima colonna della tab. 11); dall'altro lato, la Campania è una regione a bassa attrattività⁶⁵ di imprese visto le domande "pervenute" sono nettamente inferiori a quelle "predisposte" dalle imprese locali (la differenza tra origine e destinazione è di n. 5.593 domande, mentre è pari al 99,3% il rapporto tra le domande rimaste all'interno della regione e le domande complessivamente pervenute in regione).

Lasciando al lettore ogni ulteriore approfondimento e ferme restando tutte le differenze caratterizzate dal settore di attività economica, dalla tipologia di operazione, dalla forma giuridica e dalla dimensione d'impresa, si può concludere che gli effetti prodotti dal IV e V bando della legge 215/92 in termini di stimolo alla potenziale⁶⁶ "mobilità" delle imprese si sono manifestati solo in alcune regioni. Infatti, i dati sembrano indicare una sorta di divisione delle regioni in due gruppi: quelle nelle quali le imprese mostrano atteggiamenti "dinamici" - o perché vedono la regione come un territorio di potenziale investimento o perché dalla regione si muovono per investire altrove - e quelle nelle quali le imprese mostrano atteggiamenti "statici".

⁶⁵ In questi casi si utilizza la definizione di "generazione", intesa come opposto di "attrazione".

⁶⁶ Occorre adottare un atteggiamento prudente a causa dell'utilizzo di dati che si riferiscono a tutte le domande presentate dalle imprese e che, quindi, comprendono sia quelle approvate e finanziate sia quelle non approvate, nonché quelle che pur avendo avuto approvazione non hanno visto concretizzarsi l'operazione o per rinuncia o per revoca. Per questo motivo si ritiene corretto utilizzare i risultati in termini potenziali piuttosto che effettivi, rimandando ad eventuali successive analisi che altri soggetti riterranno opportuno svolgere.

Tab. 3.11 – Domande presentate per origine, destinazione e all'interno della regione originaria nei bandi IV e V della legge 215/92

Regioni	Origine	Destinazione	Differenza Origine - Destinazione	Interne	Differenza Origine - Interne	Interne/ Origine
Abruzzo	1.120	874	246	859	261	76,7%
Basilicata	1.514	1.055	459	1.014	500	67,0%
Calabria	4.622	4.581	41	4.389	233	95,0%
Campania	15.375	9.782	5.593	9.714	5.661	63,2%
Emilia Romagna	2.084	2.039	45	1.911	173	91,7%
Friuli Venezia Giulia	882	561	321	523	359	59,3%
Lazio	6.086	10.008	-3.922	5.539	547	91,0%
Liguria	2.251	2.222	29	2.172	79	96,5%
Lombardia	5.020	5.930	-910	4.895	125	97,5%
Marche	957	636	321	537	420	56,1%
Molise	947	956	-9	925	22	97,7%
Piemonte	1.980	2.007	-27	1.907	73	96,3%
Puglia	6.707	6.855	-148	6.347	360	94,6%
Sardegna	2.756	2.827	-71	2.726	30	98,9%
Sicilia	7.676	6.195	1.481	6.144	1.532	80,0%
Toscana	2.974	4.475	-1.501	2.927	47	98,4%
Trentino Alto Adige	85	66	19	65	20	76,5%
Umbria	1.385	957	428	697	688	50,3%
Valle d'Aosta	40	26	14	26	14	65,0%
Veneto	2.644	2.660	-16	2.602	42	98,4%
non dichiarata	353	2.746	-2.393	5	348	1,4%
Totale	67.458	67.458	0	55.924	11.534	82,9%

Fonte: Elaborazione Retecamere su database delle imprese partecipanti ai bandi IV e V della legge 215/92 del Ministero Sviluppo Economico

4. Approfondimenti progettuali

I risultati delle analisi realizzate forniscono molte informazioni utili a comprendere le principali caratteristiche, i connotati e i comportamenti delle imprese in un ottica di genere. Ma questa ricchezza di informazioni suggerisce e stimola riflessioni più approfondite su alcuni aspetti o fenomeni che possono risultare più interessanti in atto nel panorama dell'imprenditoria italiana.

Sulla base delle riflessioni emerse dalle analisi, d'intesa con i proponenti del presente Rapporto (Unioncamere, Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero delle Pari Opportunità) e le associazioni di categoria, i temi individuati sono:

- “Sviluppo del territorio tra città e ruralità”
- “Un nuovo modello di sostegno allo sviluppo di impresa”.

Nella elaborazione degli approfondimenti è stato fondamentale il contributo fornito direttamente da un panel di imprese⁶⁷, coinvolte attraverso specifici focus group, nonché il confronto tra i soggetti istituzionali e le associazioni di categoria.

I partecipanti hanno sottolineato diversi aspetti che sono stati fatti confluire negli approfondimenti e che sono stati, in una fase successiva, condivisi con il mondo istituzionale e associativo.

Ai focus group hanno partecipato e si ringraziano:

- Armani Cinzia, Casa Gaia Di Armani Cinzia (Verona)
- Bertuzzi Monia, Holly Travel Srl (Piacenza)
- Bianchi Giuliano, Lubian Moda Per Uomo Spa (Mantova)
- Busetti Erika, C&B International Di Busetti Erika &C. Snc (Udine)
- Carlo Casentino, Azienda Agrituristica Carrera Della Regina (Potenza)
- Di Noto William Daniele, Iopervoiperio Società Cooperativa a r.l. (Caltanissetta)
- Perrucci Alessia, Le Fabriche Società Agricola Srl (Taranto)

⁶⁷ Le imprese sono state individuate sulla base di criteri quali-quantitativi (n. ro di addetti, collocazione geografica, settore produttivo, gestione e organizzazione aziendale orientata all'innovazione e alla qualità, possesso di certificazioni, etc) tra quelle dell'elenco delle partecipanti al concorso “Maglia Rosa” lanciato da Unioncamere e dalla rete delle Camere di Commercio e dei Comitati Imprenditoria Femminile nel 2008.

4.1 Sviluppo del territorio tra ruralità e città

Il concetto di ruralità si è evoluto nel tempo come “risultante” delle dinamiche dello sviluppo produttivo e delle dinamiche socio-demografiche con una influenza importante della “cultura” che si è modificata in quantità (in considerazione dell'estensione dell'accesso all'istruzione, alla informazione e formazione) e qualità (in considerazione della crescente attenzione alla vita delle persone e all'ambiente).

L'elaborazione di strategie di sviluppo diversificate (e a volte contrapposte) tra modelli riferiti alle aree urbane e modelli riferiti alle aree rurali (in molti casi immediatamente contigue alle aree urbane) necessita di una rivisitazione che metta al centro il territorio come una struttura di relazioni che producono attività, come uno spazio (senza confini definiti) in cui si snodano iniziative che prevedono la connessione tra aree rurali e urbane.⁶⁸

Uno sviluppo del territorio così inteso, per mostrare tutta la sua innovatività necessita delle imprese e di quelle caratteristiche generali ma “differenti” che i numerosi studi hanno finora rilevato nelle imprese femminili.

L'impresa femminile è presente in tutti i settori con maggiore concentrazione in alcuni: con la multifunzionalità, dall'agricoltura, al manifatturiero, all'artigianato, al turismo e ai servizi; la connessione tra aree urbane e rurali può contare su tutte le espressioni imprenditoriali femminili e sulla capacità di relazione delle donne.

L'impresa femminile è molto radicata sul territorio e può avvalersi dell'aiuto di una fitta rete familiare e amicale per conciliare gli impegni della vita privata con quelli della vita lavorativa. Nella ruralità si ritrovano tradizioni, legami e relazioni, che nell'area urbana “si fatica” a mantenere.

A tal proposito è stato svolto uno studio sulla ruralità delle imprese analizzando il comportamento delle imprese e della popolazione residente nelle 14 aree metropolitane: Bari, Bologna, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Reggio di Calabria, Roma, Venezia, Cagliari, Catania, Messina, Trieste e Palermo.⁶⁹

L'analisi ha lo scopo di individuare gli spostamenti delle imprese e della popolazione residente che si sono verificati tra il dicembre 2003 e 2008.

Per quanto riguarda il comportamento delle imprese, in nove aree metropolitane (Milano Genova, Roma, Torino, Messina, Cagliari, Bari, Bologna e Catania), su 14 totali si è evidenziato un allontanamento delle imprese femminili da queste realtà; a Milano (-10%) nella modalità più evidente. Per le imprese maschili questo fenomeno si riscontra

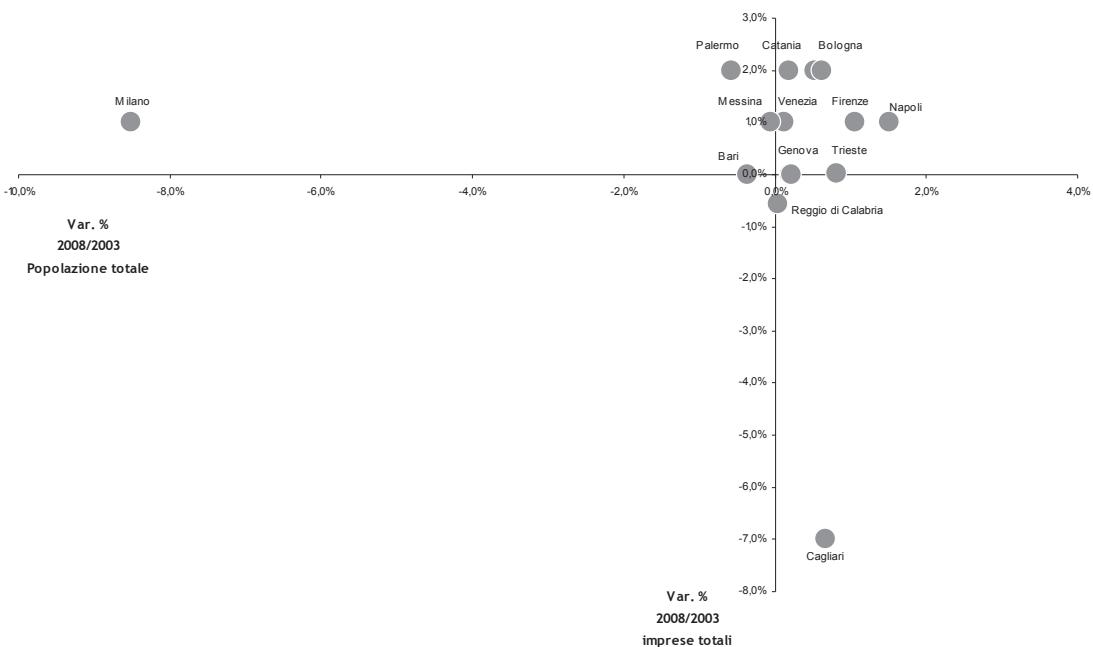
⁶⁸ L'applicazione all'Italia della metodologia OCSE di classificazione delle aree in rurali e urbane, elaborata su base comunale, nella prima fase, e provinciale, nella seconda, porta alla distribuzione delle aree prevalentemente urbane, prevalentemente rurali e significativamente rurali secondo quanto illustrato nella figura successiva.

In termini di superficie, le aree prevalentemente rurali e quelle significativamente rurali incidono per il 77,4% sul territorio nazionale e per quasi il 50% dal punto di vista della popolazione.

⁶⁹ Dati Osservatorio Imprenditoria Femminile e Istat

solamente in due aree: Milano e Palermo; mentre si riscontra in sei aree metropolitane (Napoli, Firenze, Trieste, Cagliari, Roma, Bologna) il fenomeno inverso, ovvero lo spostamento delle imprese da aree non rurali ad aree rurali. A Palermo si ha un situazione di “contro-tendenza”: un aumento di imprese femminili entrate a far parte di zone rurali, differentemente da quanto accade per le imprese totali che subiscono un lieve decremento. Per quanto riguarda invece, gli spostamenti che hanno coinvolto la popolazione residente, si riscontra un aumento nelle aree metropolitane di Bologna, Catania, Palermo, Roma, Venezia, Firenze, Messina, Milano e Trieste e una diminuzione della popolazione nelle aree metropolitane di Cagliari e di Reggio Calabria.

Graf. 4.1 – Variazione della numerosità delle popolazione totale e della numerosità delle imprese totali
(Anni 2003-2008)

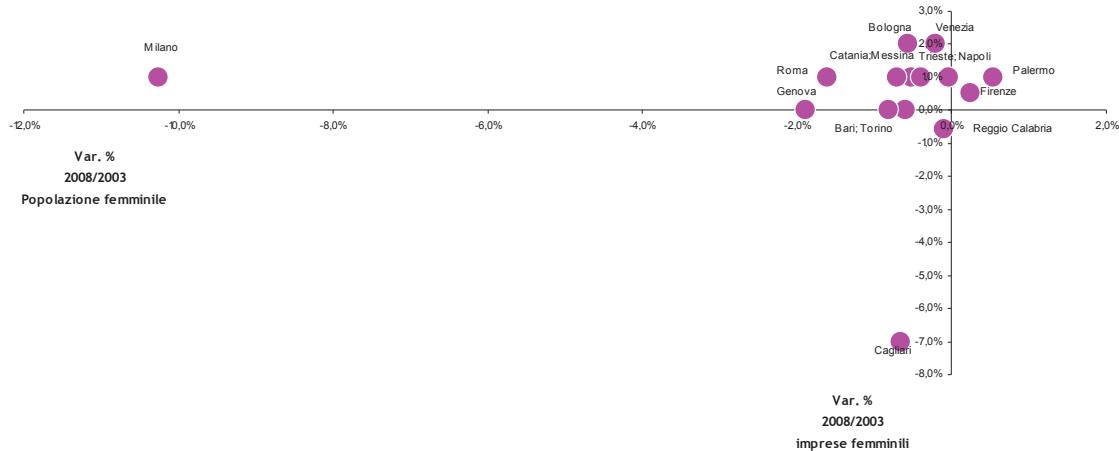


Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ISTAT

E' interessante evidenziare che le imprese femminili e totali tendono ad allontanarsi dall'area metropolitana di Milano mentre la popolazione residente femminile e totale tende a spostarsi verso questa zona. Una situazione analoga si riscontra nell'area di Roma, Bologna, Catania e Messina per le imprese e la popolazione residente femminile.

Graf. 4.2 – Variazione della numerosità delle popolazione femminile e della numerosità delle imprese femminili.

(Anni 2003-2008)



Fonte: *Elaborazione Retecamere su dati Osservatorio Imprenditorialità Femminile di Unioncamere-Infocamere e ISTAT*

La propensione a vivere in campagna - emersa negli ultimi decenni - sta ad indicare la caduta di una serie di pregiudizi culturali nei confronti delle aree rurali ma soprattutto il venir meno, in tali territori, di condizioni socio-economiche che rendevano in passato più attraente la città.

Ma è davvero superata la vecchia distinzione tra città e campagna, tra aree urbane e aree rurali?

E' possibile declinare positivamente l'idea di "campagne urbane" e di "città rurali"? Si può parlare di "un continuum urbano-rurale", che vede "il centro portarsi nella periferia" e "tessuti sociali dinamici diventare molteplicità dialettica di sistemi, reattiva e policentrica"?

A queste domande hanno provato a rispondere i partecipanti al focus group.

Anche se diverse ricerche - come ad esempio quelle dell' INSOR (Istituto Nazionale Sociologia Rurale) - sostengono che tra i due mondi, presi nel loro insieme, si sarebbe determinata ormai una sostanziale parità di condizioni a cui avrebbero contribuito la crescita del turismo gastronomico e l'evoluzione a comparto produttivo attraente, su cui soprattutto un'imprenditoria giovane e femminile avrebbe investito con fantasia e lungimiranza, i partecipanti al focus si sono soffermati ancora sulla distanza, tra le aree urbane e le aree rurali, ciò è particolarmente evidente per quanto riguarda i servizi e la loro fruibilità.

Per i servizi di istruzione, ad esempio, se per l'obbligo scolastico il fenomeno di mobilità tra aree rurali e urbane è scarsamente presente, nella scuola secondaria di II grado, esiste un pendolarismo, perché le scuole sono localizzate nei poli urbani.

Inoltre, in diverse aree rurali la copertura banda larga non è presente, particolarmente nelle più marginali; elevato risulta, quindi, il divario con i centri urbani, rispetto alle tecnologie di informazione e comunicazione più evolute, come ad es. l'ADSL 2 e 2+ che consentono un collegamento a Internet più veloce.

La dotazione di infrastrutture e servizi di telecomunicazione a banda larga “accorcia” le distanze fisiche e rappresenta una condizione essenziale per evitare l'isolamento e la distanza delle aree rurali e per consentirne lo sviluppo e la competitività. La diffusione di tali tecnologie⁷⁰ gioca, infatti, un ruolo chiave poiché favorisce il processo di diversificazione economica e mette a disposizione servizi indispensabili, tanto per le scuole (per l'avvio di processi di aggiornamento, formazione e informazione), che per le imprese (per evitarne l'isolamento) e per il turismo.

C'è, ancora poi, una forte disparità, per quel che concerne i servizi sanitari, tra aree urbane e rurali. La domanda è aumentata nell'ultimo decennio, parallelamente all'invecchiamento della popolazione e alla conseguente maggiore difficoltà a spostarsi.

Per il trasporto pubblico, la diversa accessibilità dipende dal fatto che la possibilità di organizzare efficienti sistemi di trasporto è direttamente correlata alla densità abitativa e alle modalità di organizzazione degli insediamenti sul territorio. L'offerta di servizi ferroviari è capillare sul territorio, sebbene risulti più debole in alcune province del meridione. Nelle aree a densità abitativa bassa non sono previsti servizi di trasporto pubblico e questo comporta l'uso frequente di macchine private, particolarmente evidente al sud e nelle isole. Chiaramente la distribuzione dei servizi di trasporto è anche in funzione dell'orografia e, ad esempio, le aree montane sono generalmente poco accessibili e raramente si prevedono investimenti aggiuntivi, rispetto a quelli di manutenzione ordinaria delle infrastrutture di base.

Tra gli imprenditori e le imprenditrici sembrerebbe avanzare l'idea di una ruralità nuova, le cui performance economiche e i connotati socio-culturali (il cui nucleo è costituito da donne e giovani) sarebbero espressione delle capacità innovative di una leva imprenditoriale, in linea con le tendenze positive dell'economia del turismo e dell'ambiente.

Sembra essere diffusa la sensazione che nel “rurale” la dimensione umana può esprimersi meglio, pur nella piena consapevolezza che non è possibile né auspicabile ritornare ad una sorta di età rurale, stante l'accelerazione del progresso tecnologico verso sempre nuovi traguardi.

⁷⁰ In tal senso va anche la Comunicazione della Commissione al consiglio e al Parlamento Europeo “Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle zone rurali” pubblicato il 3 marzo 2009 che insiste sull'uso delle telecomunicazioni che può contribuire considerevolmente a promuovere l'imprenditorialità ed il progresso economico nelle zone rurali e a migliorare la competitività del settore agricolo e forestale, la qualità della vita e la diversificazione dell'economia rurale.

In sintesi i partecipanti hanno auspicato:

- il miglioramento dell'attrattività dei territori rurali per le imprese e la popolazione con il recupero del patrimonio rurale in linea con quanto previsto dallo stesso Regolamento del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 che incentiva le tipologie di imprese inserite nel contesto dell'economia rurale (agriturismo, artigianato, turismo), gli interventi di contesto (miglioramento della qualità della vita, servizi per l'economia e la popolazione, formazione ed informazione, acquisizione di competenze e animazione per l'elaborazione e l'attuazione di strategie di sviluppo locale, ecc.).
- il mantenimento e la creazione di nuove opportunità occupazionali in aree rurali con la progettazione di iniziative integrate che comprendano la diversificazione, gli investimenti nel patrimonio culturale, le infrastrutture per i servizi sociali, lo sviluppo di microimprese e dell'artigianato sfruttando competenze tradizionali o introducendo competenze nuove⁷¹.

I partecipanti hanno formulato anche riflessioni sui seguenti due aspetti:

- a) **Fabbisogni/offerta di servizi**, valutati nella logica di servizi che agevolino la possibilità di conciliare in modo armonico le esigenze familiari con quelle dall'attività lavorativa;
- b) **Caratterizzazione dell'imprenditoria femminile** nell'ambito delle attività connesse ai servizi.

Relativamente ai fabbisogni/offerta dei servizi, esistono situazioni, anche se numericamente non molto diffuse, in cui sono state realizzate iniziative che tendono a facilitare il lavoro femminile (ad esempio, nidi aziendali), e che tra l'altro consentono un miglioramento del clima aziendale oltre che un miglior welfare della lavoratrice. Infatti, qualora il territorio/zona in cui la donna risiede non offra adeguati asili, sicuramente la presenza di una struttura aziendale agevola la possibilità di restare nel mondo del lavoro nella fase di vita in cui la cura dei figli è più pressante. Ma realtà aziendali che offrono servizi sono poche e per una migliore conciliazione lavoro-famiglia vari sono i fattori che entrano in gioco: la flessibilità lavorativa, sia per l'uomo che per la donna, e la facilitazione di reinserimento sono elementi cruciali.

Tra le aree rurali esistono due sottoinsiemi:

- **aree rurali auto - contenute**, in cui il gap di offerta di servizi rispetto alle aree urbane è totale e in cui l'offerta dovrebbe essere calibrata sui fabbisogni delle aree stesse e organizzata in un sistema di servizi alla persona. E' stato sottolineato che in queste aree sono carenti non solo i servizi pubblici, ma spesso anche quelli privati (supermercati, pranzi fuori casa, etc.);
- **aree rurali che gravitano su un centro urbano**, caratterizzate da elevata mobilità delle famiglie che si spostano prevalentemente in città per svolgere l'attività

⁷¹ In linea con la Risoluzione del Parlamento europeo del 12 marzo 2008 sulla situazione delle donne nelle zone rurali dell'Unione europea in particolare riferite ad attività artigianali e di turismo rurale come strategia chiave non soltanto per promuovere l'uguaglianza tra donne e uomini ma anche per la crescita economica e lo sviluppo rurale sostenibile.

lavorativa e per utilizzare i diversi servizi alla persona (da quelli per l'assistenza dei figli e l'istruzione, ai servizi commerciali). Data l'elevata mobilità lavorativa e l'integrazione in un contesto urbano il fabbisogno di servizi - indispensabile anche per una migliore qualità dello sviluppo - deve essere analizzato in una logica focalizzata su abitudini di vita più metropolitane (es. servizi commerciali strutturati con orari flessibili e più estesi, etc)

Relativamente all'imprenditoria femminile nell'ambito dei servizi la esperienze illustrate e le considerazioni emerse sottolineano che il consolidamento e lo sviluppo dei servizi alla persona sembra collegato ad attività in cui l'imprenditoria femminile può assumere un ruolo di rilievo. Da un lato, infatti, il fabbisogno di servizi di assistenza e cura dei bambini e dei ragazzi può chiamare in causa (sia sul fronte del pubblico che del privato) competenze tipicamente femminili, dall'altro lato, l'opportunità di sviluppo di servizi turistici e agro-turistici, riguarda attività dove già ora si riscontra una tendenza alla valorizzazione dell'imprenditoria femminile per la sua creatività e innovatività.

In estrema sintesi, è stato sostenuto che è opportuno promuovere iniziative che:

1. favoriscono lo sviluppo locale, con la valorizzazione delle risorse territoriali disponibili per valorizzare l'ambiente e migliorare la qualità della vita in città e in campagna;
2. rafforzano nelle aree rurali le reti di protezione sociale;
3. aprono le imprese ai consumatori e avvicinano la città alla campagna, anche attraverso iniziative con le scuole, gli istituti di formazione, il mondo della cultura; (es. fattorie didattiche ecc.). Sono anche necessarie iniziative che garantiscono il consumatore e la sua libertà di scelta (trasparenza delle etichettature, garanzie sull'origine, vigilanza sulla pubblicità dei prodotti, etc) con azioni di tutela dei prodotti;
4. tutelano il made in Italy. Questa è una linea di intervento fondamentale alla quale vanno affiancate azioni di sostegno alla qualificazione dei prodotti, attraverso la tracciabilità, un'adeguata strategia di comunicazione e la formazione che valorizzi i saperi del territorio e dia futuro alle produzioni di punta;
5. creano una spinta all'innovazione, portandola a sistema e facendo in modo che sia sostenuta dalle istituzioni e dalla pubblica amministrazione.

Il focus group ha, infatti, sottolineato che in questo processo il made in Italy ed il rapporto con i territori possono diventare lo strumento strategico del rilancio economico del nostro Paese, anche creando e commercializzando prodotti "nuovi" - basti pensare all'immenso filone dei prodotti biologici, che si rivolge ad un bacino di consumatori in rapida crescita - o "unici", come sono i prodotti caratterizzati da una forte incidenza di lavorazione artigianale e che si distinguono per la certificazione di origine. In questi casi, infatti, la ricerca è volta alla esplorazione di nuovi segmenti di mercato, alla riformulazione di un prodotto già esistente, alla valorizzazione della qualità e dell'immagine sul mercato del contenuto del prodotto .

Un made in Italy legato al territorio, alla cultura, ai valori storici della società italiana legata alla tradizione della campagna capace di esaltarsi nel rapporto imprescindibile con le aree urbane.

Questo *asset* deve combinare tre caratteristiche congiunte:

- **la qualità**,
- **l'insostituibilità** (derivante dal legame con territori ad alta riconoscibilità culturale),
- **la competitività** (derivante dalla formazione di un moderno e dinamico sistema di imprese che stanno sul mercato anche con piccoli volumi produttivi).

Per conquistare fasce di mercato più ampie ed andare incontro ad un modello di consumo più consapevole rispettoso dell'ambiente e del consumo energetico, le imprese stanno puntando sempre più a potenziare fattori di competitività di tipo immateriale, come l'innovazione, il design, il marchio aziendale. Questa spinta all'innovazione deve essere portata a sistema ed essere sostenuta dalle istituzioni e dalla pubblica amministrazione. La tutela e il rilancio del Made in Italy è una linea di intervento fondamentale alla quale vanno affiancate azioni di sostegno alla qualificazione dei prodotti, un'adeguata strategia di comunicazione e la formazione che valorizzi i saperi del territorio e dia futuro alle produzioni di punta.

La qualità dello sviluppo passa attraverso il protagonismo del territorio in una logica di sistema integrato di servizi, in cui è opportuno porre al centro dell'attenzione persone e territorio e travasare in modo sinergico gli aspetti positivi delle diverse aree o colmandone i gap. Le metropoli non potranno mai soddisfare pienamente i nuovi bisogni sociali, se non si apriranno ad un fecondo rapporto con le potenzialità delle aree rurali e, viceversa, l'agricoltura difficilmente potrà ricollocarsi nel nuovo scenario globale se non si attrezzerà in forme moderne per rispondere ai nuovi bisogni sociali della collettività sia rurale che urbana.

Per costruire una nuova relazione tra urbano e rurale che siano strettamente interdipendenti, va elaborato e gradualmente costruito un "nuovo sviluppo", un percorso di relazioni e di crescita per tutti i soggetti coinvolti a partire dalle donne e dalle imprese. È questo il modo per far emergere le potenzialità endogene dei territori, per attivare tutte le persone che in essi vivono, per liberare le energie dei diversi saperi, le competenze, le imprese verso un progetto condiviso e sostenibile dal punto di vista economico, sociale ed ambientale.

Si tratta di promuovere imprese economicamente sostenibili, che svolgano l'attività produttiva agricola proponendo i loro prodotti sul mercato e facciano questo - ecco la loro peculiarità - in modo integrato con l'offerta di servizi culturali, educativi, assistenziali, formativi e occupazionali.

4.2 Un nuovo modello di sostegno allo sviluppo di impresa

Le trasformazioni che hanno caratterizzato la nostra società, particolarmente nella composizione delle famiglie, nel mercato del lavoro, nella politica dell'occupazione e di welfare, presentano delle criticità che pesano in modo diverso sugli uomini e sulle donne. In momenti di crisi economico-sociale, le donne sono maggiormente esposte a rischi, a causa essenzialmente della diversa distribuzione di opportunità e del minor potere riconosciuto loro nei vari ambiti dell'organizzazione sociale.

Ad oggi permangono situazioni di disuguaglianza di genere sotto molti aspetti: ricadono soprattutto sulle donne disfunzioni e contraddizioni che rendono difficilmente conciliabili i compiti di gestione della famiglia con il lavoro extra-domestico, con gli stili di vita delle città e con l'organizzazione dei servizi chiamati a rispondere ai bisogni dei cittadini.

Colpisce - a tal proposito - quanto emerso in una recentissima indagine sulle imprenditrici condotta in Veneto. In merito al nodo cruciale della conciliazione tempi di vita- tempi di lavoro “Le imprenditrici dividono vita e lavoro, come se il lavoro non fosse vita” e sostengono essere soprattutto fattori che riguardano l’impresa, la burocrazia, le imposte e la mancanza di sostegno temporaneo all’impresa, ad impedire forme di conciliazione”.⁷²

L’indagine qualitativa del Rapporto nazionale Imprenditoria Femminile “Impresa in genere” dal titolo “Le imprese femminili e maschili e l’accessibilità alle risorse per competere” evidenzia che le imprese del campione - senza spiccate differenze tra le femminili e le maschili - utilizzano in bassa percentuale i servizi del territorio (assistenza all'avvio di impresa, formazione, assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità, ricerca e selezione di personale, strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, consulenza giuridica, supporto all'innovazione e alla ricerca, informazioni sul settore di attività e sulle opportunità di mercato, scelte strategiche aziendali, consulenza finanziaria,etc.). Inoltre le stesse imprese del campione segnalano un limitato fabbisogno dei servizi stessi.

Questi risultati si prestano ad una ipotesi interpretativa sulle caratteristiche generali dello sviluppo del sistema produttivo del nostro paese: le imprese piccole e piccolissime, motore dell'economia, e in particolare le imprese femminili, tendono a fare da sole e si costruiscono strategie di sviluppo e di resistenza nei momenti di crisi contando prevalentemente sulle proprie forze.

La bassa percentuale di utilizzo dei servizi per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per l'imprenditore / imprenditrice e per il proprio personale (con una evidente e maggiore sensibilità delle imprese femminili) conferma questa interpretazione “del fai da te”.

⁷² Ricerca “Straordinarie imprenditrici comuni” - Università di Verona - Regione Veneto - Fondazione Rumor - Centro Produttività Veneto

Se le imprese stanno subendo il contraccolpo di una grande e globalizzata crisi economica, le donne sono elemento decisivo non solo per uscire dalla crisi ma anche per declinare nuovi paradigmi per lo sviluppo economico - sociale e culturale (come si è venuti argomentando anche in questo lavoro).

E' necessario allora enfatizzare l'impegno strategico per un *welfare* fondato sul benessere delle persone (lavoro, incremento dell'occupazione, sostegno alla creazione e al consolidamento d'impresa, servizi socio assistenziali, culturali ecc.). Un *welfare* cardine di un nuovo modello di sviluppo sociale ed economico, di cui l'innovazione, la conoscenza - l'istruzione e la formazione - la pari dignità delle persone sono premesse indispensabili.

Un nuovo modello di welfare allora necessita di:

- un collegamento tra politiche sociali, politiche del lavoro e dell'impresa;
- una concezione delle politiche di sviluppo legate al territorio, alle sue risorse, alle sue potenzialità e vocazioni e capace di superare i "localismi" anche attraverso la costruzione di reti nazionali ed internazionali;
- uno sviluppo di "economia sociale" nei cosiddetti nuovi bacini d'impiego che fanno riferimento ai bisogni emergenti comprendenti i servizi della vita quotidiana, i servizi culturali e per il tempo libero, la salvaguardia e la valorizzazione dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico-culturale e alla sua fruibilità da parte di un numero sempre più esteso di cittadini;
- la creazione di una forte relazione tra pubblico e privato (profit e non profit e volontariato sociale, banche del tempo, etc) in una dimensione di rete in cui le reciproche utilità contribuiscono al raggiungimento del "bene comune".
- una nuova idea di servizi alle persone come garanzia di qualità della vita.

Dentro un tale modello come si può far in modo che le imprese costituiscano il luogo di incontro tra i valori dell'economia e quelli dell'individuo? Che il territorio divenga luogo di integrazione dei valori sociali, ambientali e culturali (oltre che economici) per uno sviluppo locale più consapevole?

Alcune riflessioni sono maturate nel corso del focus group aperto a imprenditori e imprenditrici.

Sono emerse, in primo luogo, considerazioni generali sull'oggettiva difficoltà per le donne in alcune fasi della vita di svolgere una attività lavorativa compresa quella imprenditoriale⁷³. In una impresa, infatti, l'assenza per un periodo relativamente prolungato dell'imprenditrice genera rilevanti problemi organizzativi e gestionali a causa della concentrazione nella sua figura di una varietà di ruoli e competenze ritenuti non facilmente trasferibili. Tutti i partecipanti hanno confermato il limitato utilizzo dei servizi (per l'impresa e per la famiglia) dovuto probabilmente a una loro insufficienza (quantitativa e/o qualitativa) sul territorio.

⁷³ In Italia oltre un quarto delle donne lascia il lavoro dopo la maternità: lo documenta un'indagine recente di Manageritalia, confermando quella ISTAT 2007.

E' emerso in modo condiviso che l'alleggerimento del carico di lavoro dell'imprenditore/imprenditrice e la possibilità di creare condizioni che sopperiscano alle assenze prolungate sia utile per la micro-imprenditoria femminile e per tutta la micro-impresa.

La crucialità di questo aspetto deve essere superata in un contesto culturale in cui la capacità di delegare sia affiancata alla possibilità di delegare che potrebbe essere offerta solo da una opportuna riorganizzazione dei servizi da intendersi in un'ottica molto più generale. Attualmente, invece, la carenza di servizi (in primis di politiche sociali) di supporto alla famiglia (asili, etc.) in varie realtà territoriali, non consente una facile conciliazione lavoro-famiglia. Queste difficoltà hanno messo in condizione soprattutto le donne imprenditrici di affrontare autonomamente il problema attraverso la creazione dei servizi di cui avevano maggiormente bisogno.

Ci sono esperienze interessanti dalle quali partire per far maturare un'idea di "reti tra donne" per sviluppare sinergie positive ed essere di supporto a chi lavora in proprio.

Si sono sottolineati i potenziali vantaggi di una imprenditoria femminile fatta di piccole imprese:

- capacità strategiche e relazionali sono vincenti per ottimizzare i tempi di lavoro e perseguire un sostanziale equilibrio tra l'attività lavorativa e la famiglia. Il senso del tempo "femminile" è basato sulla razionalità della responsabilità e della cura; una concezione del tempo naturale e sociale, più attenta ai risultati che non alla durata scolpisce la vita delle persone: la sua adozione nelle attività produttive ha, tra l'altro, il vantaggio di avviare "la conciliazione" tra lavoro e vita privata valorizzando le diversità di genere;
- contributo rilevante all'innovazione e alla creatività del sistema produttivo e alla sua competitività. L'economia sociale, ad esempio, nasce principalmente dalle donne con i loro saperi, secondo modalità che comprendono la sfera emozionale/affettiva, la passione, la ricerca della stabilità. Il tutto proiettato, in una dimensione etica e responsabile, verso la capacità di generare benessere, economia, cultura. Una buona parte delle imprese a titolarità femminile è attualmente caratterizzata da attività diversificate e orientate al rispetto dell'ambiente, all'ecologia e all'utilizzo di processi produttivi e di prodotti innovativi.

Si è messa a fuoco la complessità delle imprese femminili evidenziandone anche le differenze tra piccole e medie. Nella micro impresa l'imprenditrice ha ancora forte il ruolo di madre, di colei che si prende cura della famiglia e del luogo dove la famiglia vive; questo ruolo di "madre" viene esteso anche all'impresa costituendone un elemento di forza e di debolezza insieme (la forza deriva dal considerare l'impresa quasi come un figlio, la debolezza conseguente di non metterla mai a rischio). Nella medio-grande l'imprenditrice si prende cura dell'azienda e dell'"essere imprenditrice", raggiungendo talvolta anche traguardi di alto livello. Nella piccola impresa i bisogni sociali provengono dal basso: asili nido; tempi scolastici prolungati; spazi ricreativi; congedi per maternità

strutturali e sostanziali, con opportunità diversificate, mentre nella grande impresa si possono creare e predisporre questi luoghi e servizi, orari elastici, bonus e altro per le proprie lavoratrici. La piccola impresa ha una serie di difficoltà: non conosce adeguatamente i bandi e le opportunità di innovazione, non ha una diretta cultura dei servizi sul territorio sia nazionali che comunitari e la burocrazia assorbe una parte importante del suo funzionamento e della sua organizzazione, talvolta togliendo la possibilità di ricercare e ottenere informazioni sulle nuove opportunità; la necessità di sopravvivere dal punto di vista finanziario condiziona fortemente le modalità della gestione produttiva ed economica. Nell'impresa di più grandi dimensioni la situazione è leggermente diversa: la gestione amministrativa prevede uno "spazio per la burocrazia" e tutte le risorse tecniche, umane e finanziarie vengono destinate anche alla ricerca a 360° di tutti i canali di reperimento delle informazioni; obiettivo prioritario è l'ottimizzazione del profitto e della produzione.

Si è riflettuto su tutti gli elementi, evidenziati anche in questo rapporto, che fanno emergere quanto le donne siano una risorsa per lo sviluppo, un vantaggio competitivo.

Quando le donne subentrano in una impresa (la ereditano oppure la acquistano), si è detto, la reinterpretano, la innovano e così incidono nella qualità economica e sociale del territorio. Ma di questo valore aggiunto non c'è ancora piena consapevolezza da parte dei soggetti istituzionali economici e formativi, a partire dalla comunità locale, perché il valore del lavoro, come benessere della persona, manca ancora di quel *trait d'union* tra profitto e responsabilità sociale tipica delle donne.

Le donne imprenditrici propongono modelli di imprese "differenti" (che si potrebbero definire a "profitto bilanciato dall'attenzione alle problematiche etiche") per una migliore qualità della vita per tutti: valorizzarle, sostenerle significa avviare nuove politiche di welfare.

Per quanto riguarda un nuovo modello di sostegno alle imprese, esso passa attraverso:

- la semplificazione delle procedure per la creazione e la costituzione, in forme innovative, di servizi alle famiglie;
- la estensione di servizi pubblici (che prevedano anche nuovi mix di gestione pubblico/privato) di sostegno alle famiglie;
- la messa a disposizione di sportelli di informazione e di consulenza per aspiranti imprenditrici e/o imprese consolidate presso le associazioni di categoria e le camere di commercio. L'erogazione di servizi reali (soprattutto formazione) deve essere di qualità, di facile accesso per localizzazione, di facile fruibilità per orari e costi possibilmente gratuiti;
- la presenza - soprattutto per le micro-imprese - nelle città e nelle zone extraurbane di strutture (ad esempio palestre, piscine, attrezzature sportive etc) per bimbi ed adulti: orari, mezzi di trasporto e dislocazione sul territorio andrebbero studiati e tarati sulla base delle diverse realtà territoriali.

ALLEGATI

Allegato A.1 - Il nuovo algoritmo per il calcolo delle imprese femminili

I criteri di individuazione delle imprese femminili, utilizzati dall’Osservatorio Imprenditoria Femminile fino al 31 dicembre 2008, sono stati ispirati dalla legge 215/92 art. 2⁷⁴ e successiva circolare n° 1151489 del 2002⁷⁵ emanata dal Ministero delle Attività Produttive ora Ministero sviluppo Economico.

L’interpretazione di questa normativa ha portato all’esplicitazione di alcune regole per l’individuazione puntuale delle imprese femminili denominata appunto “Algoritmo per l’imprenditoria femminile” che, limitatamente alla parte sottoposta a revisione, quella legata alle società di capitale, prevedeva l’assegnazione dell’attributo di genere femminile nelle seguenti condizioni:

1. quota di proprietà femminile e quota di cariche femminili (Amministratori) superiori al 50%;
2. in assenza di informazioni sull’elenco soci è sufficiente che la quota di cariche femminili superi il 50%.

Come si può notare mentre la prima regola dell’algoritmo è una interpretazione coerente, seppure con una soglia minima inferiore (50% rispetto al 66%), rispetto alle disposizioni di legge, la seconda già rappresenta una sua interpretazione che, per quanto più o meno condivisibile, stabilisce una gerarchia implicita nelle informazioni disponibili⁷⁶ lasciando comunque aperto lo spiraglio ad ulteriori possibili interpretazioni.

Dal 1 gennaio 2009 l’entrata in vigore delle novità legislative riguardanti il libro soci⁷⁷ e l’aggiornamento della classificazione delle attività economiche attraverso l’ATECO 2007 hanno creato le condizioni per una possibile revisione dell’algoritmo utilizzato dall’Osservatorio dell’imprenditoria femminile precedentemente illustrato.

Tale rivisitazione risulta opportuna in quanto l’allargamento delle informazioni riferite al Registro delle Imprese, a causa dell’abolizione del libro soci, ha generato come conseguenza diretta una maggiore copertura del dato legato alle proprietà delle quote societarie.

⁷⁴ La legge prevede che possano accedere ai benefici previsti le “società cooperative e le società di persone, costituite in misura non inferiore al 60 per cento da donne, le società di capitali le cui quote di partecipazione spettino in misura non inferiore ai due terzi a donne e i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno i due terzi da donne, nonché , le imprese individuali gestite da donne, che operino nei settori dell’industria, dell’artigianato, dell’agricoltura del commercio, del turismo e dei servizi”.

⁷⁵ [...] Possono beneficiare delle agevolazioni in questione le imprese rispondenti ai requisiti di “prevalente partecipazione femminile” [...].

[...] Le imprese a “prevalente partecipazione femminile” sono:

- a) le imprese individuali in cui il titolare sia una donna;
- b) le società di persone e le società cooperative in cui il numero di donne socie rappresenti almeno il 60% dei componenti la compagine sociale, indipendentemente dalle quote di capitale detenute;
- c) le società di capitali in cui le donne detengano almeno i due terzi delle quote di capitale e costituiscono almeno i due terzi del totale dei componenti dell’organo di amministrazione.

⁷⁶ In questo caso il valore dell’informazione delle cariche guida l’individuazione dell’impresa femminile in assenza delle quote societarie risultando quindi gerarchicamente superiore.

⁷⁷ La legge 28 gennaio 2009 n. 2 - di conversione del decreto-legge 29 novembre 2008 n. 185 - prevede l’abolizione del libro soci per le società a responsabilità limitata e per le società consortili a responsabilità limitata, attribuendo alla pubblicazione dei dati degli stessi attraverso il Registro Imprese pieno valore verso i terzi e nei riguardi della società.

In breve un certo numero di società che erano giudicate femminili in quanto prive dell'elenco soci, con la copertura di questa ultima informazione si trovavano in conflitto con la regola 1; ciò generava, da un certo momento in poi, un innaturale decremento delle imprese femminili più legato alla “disponibilità dell'informazione” che a questioni di natura economica.

Come si può ben comprendere tale problema è insanabile retroattivamente e da qui la decisione di verificare una “rottura” della serie storica per dar vita ad una nuova statistica basata su regole che, pur conservando in parte il passato, affinassero l'interpretazione della frase “partecipazione femminile” fissato dalla legge⁷⁸.

Nel formulare il nuovo algoritmo si è ritenuto fondamentale adottare i seguenti principi base:

1. **Maggioranza:** si deve escludere dal novero delle imprese femminili tutte quelle imprese che contemporaneamente presentano delle percentuali di minoranza sia per quanto riguarda le quote che per quanto riguarda le cariche;
2. **Non Gerarchia:** non si deve stabilire una gerarchia tra il valore delle quote detenute rispetto alle cariche esercitate;
3. **Equità:** poiché non esiste una prevalenza tra quote e cariche, in quanto sono due modi distinti e non contemporanei di esercitare una forma di controllo sull'impresa, dovrebbe esistere un trade-off unitario tra le due forme di “potere”, così che sia la combinazione di questi due valori a determinare il criterio che consente alle donne di condurre una impresa e che ogni coppia di valori sulla linea del trade-off sia giudicata in maniera equivalente;
4. **Conservazione:** in ogni caso si devono conservare tutti i casi già individuati dall'algoritmo precedente limitatamente al punto 1;
5. **Specularità:** le regole devono poter essere applicate specularmente all'universo maschile in modo tale che, in un ipotetico universo in cui le imprese maschili e femminili fossero uniformemente presenti e distribuite in termini di quote e cariche, l'applicazione dell'algoritmo possa spezzare questo insieme in due sottoinsiemi numericamente identici⁷⁹.

In base all'applicazione di questi principi è stata individuata la seguente regola per le sole società di capitale: *si definisce femminile un'impresa la cui partecipazione di genere risulta superiore al 50% mediando le composizioni quote di partecipazione e cariche attribuite.*

Come si può vedere tale regola corrisponde a tutti i principi guida:

1. affinché la media tra quote e cariche risulti superiore al 50% è necessario, ma non sufficiente, che almeno una delle due componenti presenti valori di maggioranza;
2. la mediazione tra quote e cariche attribuisce il medesimo peso alle due componenti;

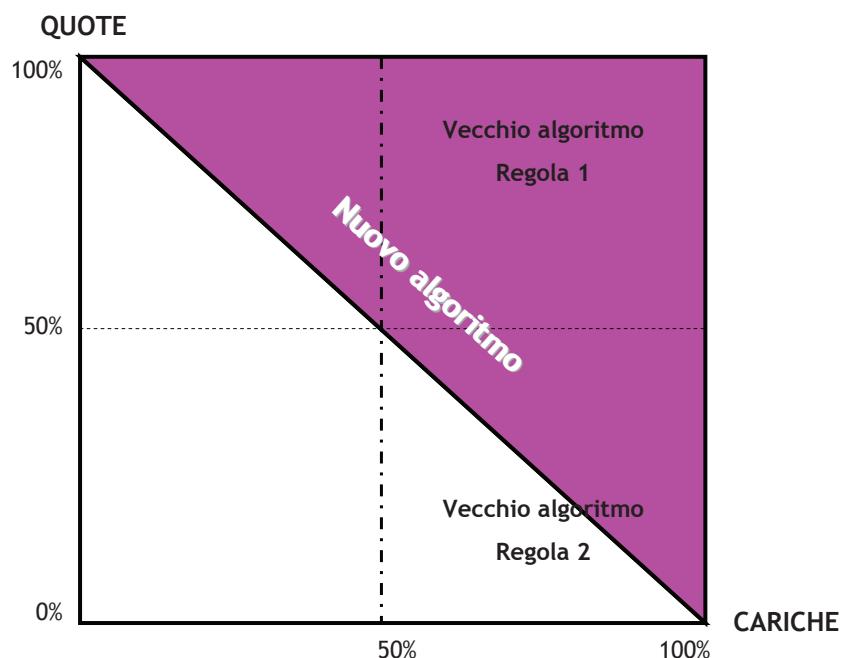
⁷⁸ Il 2008 costituisce l'ultimo anno delle osservazioni comparabili in serie storica dall'anno di avvio dell'Osservatorio (il 2003), mentre il 2009 costituisce il primo anno della nuova serie non comparabile con i dati degli anni precedenti.

⁷⁹ Fatta eccezione per le imprese che presentano quote e cariche equivalenti in termine di genere.

3. esiste un trade off unitario tra quote e cariche poiché in termini di aderenza alla regola, per esempio, la coppia di valori quote=81% cariche=20% è equivalente alla coppia quote=20% cariche=81%, questa impostazione presenta anche il vantaggio di eliminare un deficit del vecchio algoritmo che lasciava aperte tutta una serie di soluzioni intermedie;
4. tutte le imprese per cui i valori di quote e cariche risultano superiori al 50% sono un sottoinsieme del nuovo algoritmo;
5. l'applicazione è non penalizzante e valida anche per il genere maschile.

Schematicamente il nuovo algoritmo di calcolo può essere rappresentato come illustrato nella figura 4.3

Graf. 4.3 – L'algoritmo di calcolo delle imprese femminili



A latere, rispetto a questa nuova definizione si è voluto comunque tenere conto di 4 ulteriori potenziali insiemi:

1. le imprese con cariche femminili pari al 100% e quote di proprietà pari a 0 (n. 24979 unità al II semestre 2009);
2. le imprese con cariche femminili pari al 100% e quote di proprietà ignote (n. 16734 unità al II semestre 2009);
3. le imprese con quote femminili pari al 100% e cariche pari a 0 (n. 16696 unità al II semestre 2009);
4. le imprese con quote femminili pari al 100% e cariche missing (dato N.D.);

Ciascuno di loro può essere considerato aggiuntivo rispetto alla regola precedente, in termini probabilistici tuttavia è bene esplicitare che:

- gli insiemi 1 e 3, in una ipotetica uniformità di presenza dei generi, potrebbero essere considerati tanto maschili quanto femminili, nella pratica è molto probabile però un'attribuzione femminile in quanto non necessariamente il complemento delle quote femminili è maschile;
- gli insiemi 2 e 3, pur non contenendo tutte le informazioni necessarie per una netta classificazione, hanno una buona probabilità di entrare nel novero delle imprese femminili in quanto avendo alternativamente la totalità di quote e cariche basta una piccola quota di genere femminile attribuito alla variabile ignota per classificarle nelle imprese “rosa”.

Resta però il fatto che mentre nell'algoritmo la classificazione si basa sui dati noti, in questi insiemi aggiuntivi sarebbe basata su supposizioni su dati non noti e per questo motivo non sono presi in considerazione.

La nuova versione dell'algoritmo, articolato secondo l'impostazione suddetta, che è utilizzata dall'Osservatorio Imprenditoria Femminile a partire dal 1 gennaio 2009 è riportata nella seguente matrice:

Società di capitale	Società di persone e cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
Se l'elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: media [% del capitale sociale + %"Amministratori"] > 50% donne	> 50% "Soci" donne	Titolare donna	> 50% "Amministratori" donne

Tabella A.1 - Tasso di femminilizzazione per settore secondo la classificazione ATECO 2002, regione e ripartizione geografica
(Anno 2008)

Regioni e ripartizioni geografiche	A Agricoltura, caccia e silvicoltura	B Pesce e servizi pescolatori	C Estrazione di minerali	D Attività, manifattura, edilizia e acciaia	E Prod. e distib. negozi elettronici, gas e acqua	F Costruzioni	G Commercio, ristorazione, per la casa	H Alberghi e ristoranti	I trasporti, magazzini e comunicazioni	J imprese di finanza, assicurazioni, gestione immobiliare, noleggio, imprese di gestione della riserva naturale	K imprese di pubblica amministrazione, pubblica amministrazione, imprese pubbliche, imprese sociali, imprese famiglie e conn. conv.	L Pubb. amm. e imprese pubbliche, imprese sociali, imprese famiglie e conn. conv.	M Istruzione	N Attività, scuola e servizi sociali	O Pubblici servizi, imprese personali	P Servizi domestici	Q Attività, scuola e servizi sociali	R imprese non classificate	TOTALE			
Piemonte	29,6%	13,2%	10,6%	18,0%	5,8%	28,2%	32,6%	12,3%	24,3%	26,2%	0,0%	28,8%	41,3%	55,4%	-	-	-	-	22,7%	23,7%		
Valle D'Aosta	35,2%	50,0%	17,6%	15,5%	0,0%	5,2%	32,9%	35,0%	10,9%	22,6%	26,5%	-	19,1%	41,2%	54,1%	-	-	-	-	22,1%	25,1%	
Lombardia	22,1%	13,0%	11,0%	18,0%	7,7%	5,6%	23,3%	30,9%	12,0%	19,9%	23,0%	17,8%	29,6%	49,0%	0,0%	-	-	-	-	20,5%	20,5%	
Liguria	39,8%	6,2%	10,8%	19,5%	9,6%	5,3%	29,6%	34,8%	11,5%	23,0%	26,7%	0,0%	29,8%	41,9%	50,6%	33,3%	33,3%	33,3%	22,3%	25,0%		
Trentino-Alto Adige	17,1%	15,9%	11,3%	13,7%	5,8%	5,5%	24,3%	37,9%	11,8%	17,1%	21,5%	10,0%	24,8%	37,7%	52,7%	-	-	-	-	19,9%	20,3%	
Veneto	24,5%	7,1%	7,1%	17,7%	6,9%	5,1%	23,6%	33,2%	10,3%	19,6%	23,9%	25,0%	20,7%	39,8%	56,2%	33,3%	33,3%	33,3%	20,7%	21,2%		
Friuli-Venezia Giulia	34,0%	6,3%	10,4%	15,6%	10,0%	5,6%	26,0%	36,1%	9,9%	20,3%	22,9%	0,0%	26,8%	41,3%	54,6%	-	-	-	-	19,3%	23,7%	
Emilia-Romagna	22,2%	5,0%	8,7%	18,0%	6,1%	4,5%	25,0%	29,6%	8,4%	22,7%	22,9%	0,0%	25,5%	34,5%	46,7%	0,0%	0,0%	-	-	18,1%	20,2%	
Toscana	32,0%	9,3%	10,7%	21,6%	21,6%	5,6%	32,2%	27,1%	21,6%	22,6%	22,6%	16,7%	29,0%	42,7%	48,9%	0,0%	-	-	-	20,9%	23,4%	
Umbria	32,3%	5,6%	12,7%	23,1%	4,8%	5,5%	29,1%	34,6%	11,8%	25,5%	26,5%	0,0%	29,8%	51,4%	53,7%	-	-	-	-	22,2%	25,6%	
Marche	29,3%	7,2%	11,3%	22,6%	4,7%	5,1%	25,9%	32,9%	11,7%	22,8%	24,9%	0,0%	29,8%	44,8%	51,4%	-	-	-	-	22,3%	23,8%	
Lazio	34,9%	11,3%	12,9%	20,8%	11,3%	5,6%	27,1%	31,4%	14,7%	23,9%	23,9%	18,6%	32,4%	38,3%	37,0%	-	-	-	-	19,7%	21,2%	
Campania	37,7%	9,1%	10,8%	22,8%	12,7%	11,1%	29,9%	34,9%	18,5%	24,8%	25,5%	10,5%	44,5%	38,2%	34,1%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	25,1%	27,4%	
Abruzzo	35,3%	15,7%	11,8%	24,0%	14,4%	7,9%	29,5%	34,8%	13,0%	25,0%	26,7%	0,0%	35,0%	50,8%	53,0%	-	-	-	-	24,9%	27,7%	
Molise	40,6%	19,1%	12,0%	22,1%	6,6%	31,6%	37,4%	13,5%	22,3%	26,5%	0,0%	31,6%	50,6%	54,0%	-	-	-	-	23,3%	30,6%		
Puglia	29,0%	10,8%	10,3%	21,6%	13,7%	7,1%	25,7%	30,8%	13,0%	25,4%	23,4%	14,3%	36,8%	41,7%	43,0%	0,0%	0,0%	-	-	23,3%	24,1%	
Basilicata	36,1%	18,2%	7,1%	21,8%	4,8%	7,6%	30,9%	30,2%	13,7%	25,8%	24,9%	0,0%	20,2%	45,6%	45,7%	-	-	-	-	21,0%	28,1%	
Calabria	27,7%	8,7%	14,4%	22,4%	5,7%	8,4%	28,0%	33,1%	16,5%	26,8%	24,8%	16,7%	34,3%	32,1%	44,5%	0,0%	0,0%	-	-	22,8%	24,9%	
Sicilia	29,7%	8,1%	12,3%	20,0%	19,8%	8,7%	27,5%	31,5%	15,2%	27,4%	24,9%	20,0%	34,2%	43,6%	37,5%	0,0%	0,0%	-	-	24,9%	24,9%	
Sardegna	23,5%	5,9%	10,2%	22,7%	2,9%	8,2%	29,0%	30,8%	12,6%	29,7%	29,7%	12,6%	33,3%	32,2%	36,2%	48,3%	0,0%	0,0%	-	-	21,0%	24,0%
Italia Nord-Ovest	27,6%	8,1%	11,0%	18,1%	7,1%	5,4%	25,6%	32,2%	12,0%	21,5%	24,2%	7,5%	28,2%	38,3%	51,2%	16,7%	16,7%	21,7%	21,9%	21,9%	21,9%	
Italia Nord-Orientale	23,5%	17,8%	11,6%	21,6%	9,0%	4,9%	24,5%	33,0%	9,5%	23,5%	23,5%	18,2%	23,5%	37,4%	51,7%	25,0%	25,0%	18,3%	18,3%	20,9%	23,9%	
Italia Centrale	32,4%	8,9%	11,6%	21,6%	9,0%	7,2%	27,1%	32,1%	13,9%	22,8%	24,3%	11,1%	31,1%	40,5%	42,8%	-	-	-	-	20,9%	23,9%	
Italia Meridionale	33,2%	11,6%	11,3%	22,5%	12,3%	9,0%	28,6%	33,5%	15,9%	25,2%	24,9%	10,5%	38,8%	40,7%	41,5%	33,3%	33,3%	24,0%	26,3%	24,7%	24,7%	
Italia Insulare	28,0%	8,0%	11,6%	20,8%	16,8%	8,6%	27,9%	31,2%	14,4%	27,9%	28,8%	22,2%	33,9%	46,4%	40,4%	46,2%	46,2%	40,4%	22,0%	22,0%	23,4%	
media Italia	29,2%	12,9%	11,0%	19,7%	9,1%	6,6%	26,8%	32,5%	12,9%	22,9%	24,1%	15,9%	31,7%	40,4%	46,2%	20,0%	20,0%	22,0%	22,0%	23,4%	23,4%	

Fonte: Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

Tabella A.2.1 - Vocazioni produttive per Regioni per il totale delle imprese
(Anno 2008)

Regioni	Agricoltura	Pesca	Estrazioni	Attività manif.re	Energia	Costruzioni	Commercio	Alberghi e ristoranti	Trasporti, imm. glio e Comun.zioni	Internazion.e monetaria e finanziaria	Attività imm.r.i, noleggio, informatica, ricerca	Pubblica amm. ne e difesa; ass.ne sociale obbligatoria	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Servizi domestici presso famiglie e conviventi
MARCHE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
VENETO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
ABRUZZO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
BASILICATA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
CALABRIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
CAMPANIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
EMILIA ROMAGNA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
FRIULI VENEZIA GIULIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LAZIO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LIGURIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LOMBARDIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
MOLISE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
PIEMONTE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
PUGLIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
SARDEGNA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
SICILIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
TRENTINO ALTO ADIGE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
TOSCANA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
UMBRIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
VALLE D'AOSTA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Fonte: Elaborazione ReteCamere su dati Registro Imprese e Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

“S”: indica che il settore costituisce una componente della specializzazione produttiva

“-”: indica l'assenza di specializzazione

Tabella A.2.2 - Vocazioni produttive per Regioni per il totale delle imprese
(Tendenza anni 2003-2008)

Regioni	Agricoltura	Pesca	Estrazioni	Attività manifatt.	Energia	Costruzioni	Commercio	Alberghi e ristoranti	Trasporti, Immagazz. e Convenzioni	Attività imm.ri, noleggio, informatica, finanziaria	Internaz. monetaria e finanziaria	Pubblica amm.ri, difesa; ass.ne sociale	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Servizi domestici presso famiglie e conviventi
MARCHE	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
VENETO	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
ABRUZZO	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
BASILICATA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
CALABRIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
CAMPANIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
EMILIA ROMAGNA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
FRIULI VENEZIA GIULIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
LAZIO	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
LIGURIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
LOMBARDIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
MOLISE	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
PIEMONTE	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
PUGLIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
SARDEGNA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
SICILIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
TRENTINO ALTO ADIGE	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
TOSCANA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
UMBRIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
VALLE D'AOSTA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑

Fonre: Elaborazione Retecamere su dati Registro Imprese e Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

↑: Indica la specializzazione in crescita dal 2003 al 2008

↓: Indica la specializzazione in decrescita dal 2003 al 2008

Tabella A.2.3 - Vocazioni produttive per Regioni per le imprese femminili
(Anno 2008)

Regioni	Agricoltura	Pesca	Estrazioni	Attività manif.re	Energia	Costruzioni	Commercio	Alberghi e ristoranti	Trasporti, Immag. e Comun.zioni	Intern. monetaria e finanziaria	Attività imm.ri, noleggio, informatica, ricerca	Pubblica ammin. e difesa; asse. sociale obbligatoria	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Servizi domestici presso famiglie e conviventi
MARCHE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
VENETO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
ABRUZZO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
BASILICATA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
CALABRIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
CAMPANIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
EMILIA ROMAGNA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
FRIULI VENEZIA GIULIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LAZIO	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LIGURIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
LOMBARDIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
MOLISE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
PIEMONTE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
PUGLIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
SARDEGNA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
SICILIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
TRENTINO ALTO ADIGE	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
TOSCANA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
UMBRIA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
VALLE D'AOSTA	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro Imprese e Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere

“S”: indica che il settore costituisce una componente della specializzazione produttiva

“-”: indica l'assenza di specializzazione

Tabella A.2.4 - Vocazioni produttive per Regioni per le imprese maschili
(Anno 2008)

Regioni	Agricoltura	Pesca	Estrazioni	Attività manif.re	Energia	Costruzioni	Commercio	Alberghi e ristoranti	Trasporti, Imm.ggio e Comun.zioni	Intern.zione monetaria e finanziaria	Attività imm.rti, noleggio, informatica, ricerca	Pubblica amm.ne e difesa: ass.ne obbligatoria	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Servizi domestici presso famiglie e conviventi
MARCHE	S	S	-	S	S	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VENETO	S	S	-	S	-	S	-	S	S	S	S	S	S	S	S
ABRUZZO	S	S	-	-	S	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BASILICATA	S	-	S	-	-	S	-	-	-	-	-	S	S	S	S
CALABRIA	S	-	S	-	-	-	-	S	-	-	S	S	S	S	S
CAMPANIA	-	-	-	-	-	-	-	S	-	-	-	-	-	-	-
EMILIA ROMAGNA	S	S	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
FRIULI VENEZIA GIULIA	S	S	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
LAZIO	-	-	-	-	-	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
LIGURIA	-	-	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
LOMBARDIA	S	-	-	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
MOLISE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PIEMONTE	-	-	-	-	-	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
PUGLIA	S	-	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
SARDEGNA	S	S	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
SICILIA	S	S	S	-	S	-	-	S	S	S	S	S	S	S	S
TRENTINO ALTO ADIGE	S	S	-	S	-	S	-	S	S	S	S	S	S	S	S
TOSCANA	-	S	-	S	-	S	-	S	S	S	S	S	S	S	S
UMBRIA	-	S	-	S	-	S	-	S	S	S	S	S	S	S	S
VALLE D'AOSTA	-	S	-	S	-	S	-	S	S	S	S	S	S	S	S

Fonte: Elaborazione ReteCamere su dati Registro Imprese e Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile, Unioncamere-Infocamere
 “S”: indica che il settore costituisce una componente della specializzazione produttiva
 “-”: indica l'assenza di specializzazione

Tabella A.3.1 - Numero imprese femminili sopravvissute tra quelle partecipanti al IV e V bando della legge 215/92
(Anni 2003 – 2008)

Periodo di sopravvivenza	IV bando				V bando			
	Avvio attività		Altre operazioni		Avvio attività		Altre operazioni	
	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate
Fino al 2003	8516	1051	7823	1507	12112	2150	10403	2036
Fino al 2004	8218	1004	7616	1446	11662	2030	10105	1972
Fino al 2005	7936	947	7427	1377	11056	1915	9760	1892
Fino al 2006	7679	909	7231	1307	10421	1797	9393	1811
Fino al 2007	7288	868	6995	1247	9777	1684	8982	1730
Fino al 2008	6888	828	6774	1178	9112	1572	8575	1626

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro Imprese

Tabella A.3.2 - Tassi di sopravvivenza delle imprese femminili tra quelle partecipanti al IV e V bando della legge 215/92

(Anni 2003 – 2008)

Periodo di sopravvivenza	IV bando				V bando			
	Avvio attività		Altre operazioni		Avvio attività		Altre operazioni	
	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate	Finanziate	Non finanziate
Fino al 2004	96,5	95,5	97,4	96,0	96,3	94,4	97,1	96,9
Fino al 2005	93,2	90,1	94,9	91,4	91,3	89,1	93,8	92,9
Fino al 2006	90,2	86,5	92,4	86,7	86,0	83,6	90,3	88,9
Fino al 2007	85,6	82,6	89,4	82,7	80,7	78,3	86,3	85,0
Fino al 2008	80,9	78,8	86,6	78,2	75,2	73,1	82,4	79,9

Fonte: Elaborazione Retecamere su dati Registro Imprese

Allegato A.2 - Le caratteristiche delle imprese femminili con tecnica C.A.R.T.

Di seguito sono esposte le principali caratteristiche delle imprese femminili così come emerge dalla elaborazione con tecnica C.A.R.T. dei risultati dell'indagine condotta nei mesi di maggio, giugno e luglio 2009 presso un campione di imprese femminili e maschili di pari numerosità. Lo scopo è valutare quali siano, se esistono naturalmente, le caratteristiche peculiari delle imprese femminili.

Le variabili (indipendenti) utilizzate come input delle analisi

Gruppo di appartenenza	domanda del questionario
Informazioni generali ed anagrafica d'impresa	Ripartizione territoriale
	Forma giuridica dell'azienda
	Modalità con cui è entrato in possesso dell'azienda
	Al momento della costituzione, aveva precedenti esperienze lavorative?
	Gli studi scolastici ed eventualmente universitari che ha effettuato sono stati utili a svolgere l'attività imprenditoriale attuale?
	Qual è stata la principale motivazione che l'ha spinta a fare impresa?
	Quante unità locali o sedi secondarie/operative aveva la sua impresa al 31/12/08?
	Al 31/12/08 la sua impresa operava nel settore
	Quanti addetti (dipendenti e indipendenti) aveva la sua impresa al 31/12/08?
	Quanti addetti stabilmente impegnati nell'impresa appartenevano alla famiglia al 31/12/08?
	Quanti addetti erano anche soci al 31/12/08?
Relazioni	Ha usato, nell'ultimo anno il servizio, assistenza alla fase d'avvio d'impresa?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio formazione per sé e per il suo personale?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio di assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio di ricerca e selezione di personale adeguato?
	Ha usato, nell'ultimo anno, servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per sé e per il suo personale?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio di consulenza giuridica?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio a supporto all'innovazione per l'impresa?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio di informazione sul settore e sulle opportunità di mercato?
	Ha usato, nell'ultimo anno, il servizio di consulenza sulle scelte strategiche aziendali?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di un'assistenza alla fase d'avvio d'impresa?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di formazione per sé e per il suo personale?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di un'assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di ricerca e selezione di personale adeguato?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro?

	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di consulenza giuridica?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di supporto all'innovazione per l'impresa?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di informazione sul settore e sulle opportunità di mercato?
	Per far competere la sua impresa, sente molto l'esigenza di consulenza sulle scelte strategiche aziendali?
	Utilizza i siti web della pubblica amministrazione?
	La sua impresa è associata ad un confidi?
	Di quante imprese del suo territorio conosce il titolare?
	Nell'ultimo anno, ha realizzato progetti o iniziative comuni con imprese di cui conosce il titolare?
Competenze	Nell'ultimo anno, ha acquistato macchinari e nuove tecnologie?
	Nell'ultimo anno, ha acquistato brevetti e licenze?
	Nell'ultimo anno, ha portato qualche innovazione nell'organizzazione aziendale?
	Nell'ultimo anno, ha realizzato progetti di ricerca di base?
	Nell'ultimo anno, ha sviluppato nuovi prodotti e servizi?
	Nell'ultimo anno, ha sviluppato nuove tecnologie produttive?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere ottimista?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere tenace?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere creativo/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere temerario/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere flessibile?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere fiducioso/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere perseverante?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere curioso/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere capace di assumersi dei rischi?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere adattabile?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere speranzoso/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere risoluto/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere sperimentatore?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere coraggioso/a?
	Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere capace di cambiare idea?
Autonomia	Considerato l'attuale momento di crisi economica, pensa che per la sua impresa
	Per avviare la sua attività, ha usato capitale personale e/o di familiari?
	Per avviare la sua attività, ha usato credito direttamente presso le banche?
	Per avviare la sua attività, ha usato credito agevolato attraverso i confidi?
	Per avviare la sua attività, ha usato fondi pubblici?
	Per avviare la sua attività, ha usato capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno capitale personale e/o di familiari?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno credito direttamente presso le banche?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno credito agevolato attraverso i confidi?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno fondi pubblici?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno risorse interne dell'impresa?
	Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale?
	Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato capitale personale e/o di familiari?
Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato credito direttamente presso le	

	banche?
	Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato credito agevolato attraverso i confidi?
	Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato fondi pubblici?
	Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato risorse interne dell'impresa?
	Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere dal proprio commercialista?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere dalla sua associazione di categoria?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere da un confidi?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere dalla camera di commercio?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere da consulenti?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere dal Comune, Provincia, Regione?
	Per ottenere risorse finanziarie esterne, si fa solitamente assistere da altre fonti?
	La sua impresa ha avuto affidamenti bancari nell'ultimo anno?
	Caratteristiche del rispondente
	Età del rispondente
	Qual è il massimo titolo di studio conseguito?

Visto che la numerosità del campione lo ha consentito, si è suddiviso il campione in due sottoinsiemi: uno usato per stimare il modello (campione di training) e l'altro per valutarlo (campione di test).

Rispetto al questionario originale, si sono aggregate alcune modalità della variabile *massimo titolo di studio conseguito*; in particolare *diploma di istituto professionale* e *diploma superiore* sono confluite nella modalità *diploma superiore* e *laurea o diploma di laurea* e *Scuola di perfezionamento post-laurea, master o scuola di specializzazione post-laurea o dottorato di ricerca* sono confluite nella modalità *Laurea o superiore*.

I risultati

La tabella seguente riporta le prime quindici variabili esplicative graduate in ordine di importanza, come risultato dell'applicazione della tecnica C.A.R.T. con il software SPSS ver. 17.

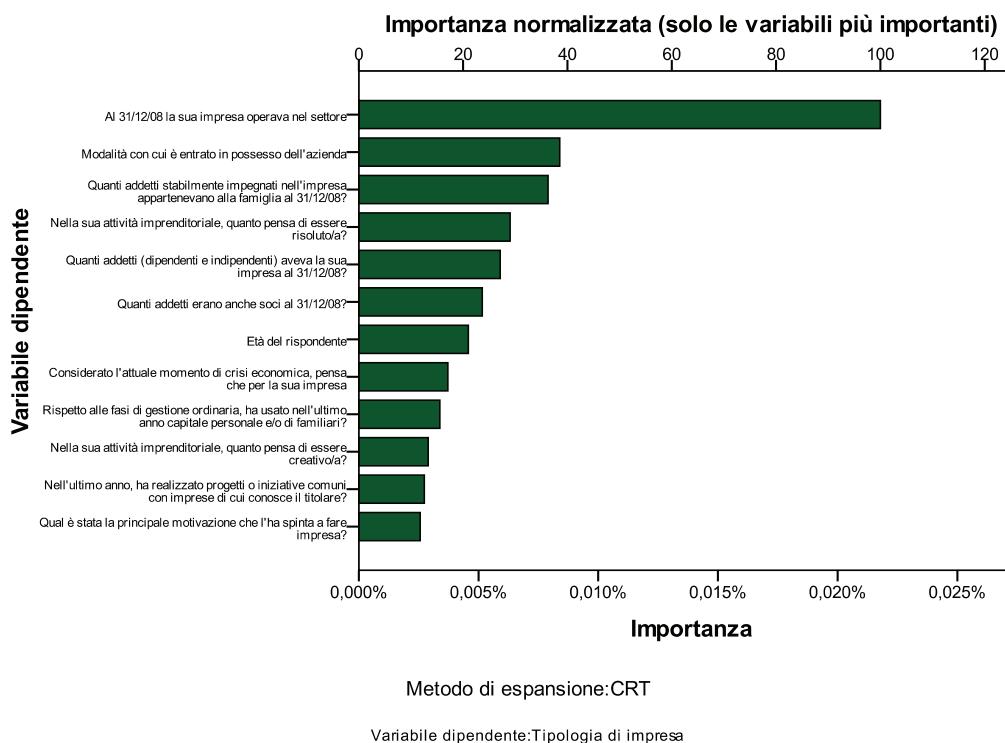
Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Variabili indipendenti selezionate: prime 15 in ordine di importanza

Variabili indipendenti	Importanza normalizzata
Al 31/12/08 la sua impresa operava nel settore	100,0%
Modalità con cui è entrato in possesso dell'azienda	38,5%
Quanti addetti stabilmente impegnati nell'impresa appartenevano alla famiglia al 31/12/08?	36,3%
Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere risoluto/a?	29,0%
Quanti addetti (dipendenti e indipendenti) aveva la sua impresa al 31/12/08?	27,1%
Quanti addetti erano anche soci al 31/12/08?	23,7%
Età del rispondente	21,0%
Considerato l'attuale momento di crisi economica, pensa che per la sua impresa	17,1%
Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, ha usato nell'ultimo anno capitale personale e/o di familiari?	15,5%
Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere creativo/a?	13,3%
Nell'ultimo anno, ha realizzato progetti o iniziative comuni con imprese di cui conosce il titolare?	12,6%
Qual è stata la principale motivazione che l'ha spinta a fare impresa?	11,8%
Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, ha usato capitale personale e/o di familiari?	10,1%
Quante unità locali o sedi secondarie/operative aveva la sua impresa al 31/12/08?	8,8%
Nella sua attività imprenditoriale, quanto pensa di essere perseverante?	8,7%

Metodo di espansione: CRT

Visualizzazione grafica delle prime 15 variabili indipendenti per ordine di importanza



La classificazione delle variabili in sintesi e la probabilità di previsione del modello

Il modello prevede meglio la modalità *impresa femminile* (il 69,5% delle imprese sono correttamente classificate dal modello); la tabella seguente è la matrice di classificazione del modello e da una misura della capacità predittiva dello stesso:

Campione	Osservato	Previsto			Percentuale corretta
		Maschile	Femminile		
Training	Maschile	443	360		55,2%
	Femminile	224	548		71,0%
	Percentuale globale	42,3%	57,7%		62,9%
Test	Maschile	160	154		51,0%
	Femminile	95	216		69,5%
	Percentuale globale	40,8%	59,2%		60,2%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Approfondimento sulle caratteristiche imprenditoriali

Seguendo lo stesso procedimento e individuando a priori le variabili ritenute più coerenti con la “dimensione” della professionalità dell’imprenditore/imprenditrice secondo la teoria della casualità pianificata si sono ottenuti i seguenti risultati:

A) Competenze

Variabili indipendenti	Importanza normalizzata
Risolutezza	100,0%
Impresa creata ex novo	93,9%
Al momento della costituzione, aveva precedenti esperienze lavorative	79,9%
Gli studi scolastici ed eventualmente universitari che ha effettuato sono stati utili a svolgere l’attività imprenditoriale attuale	78,2%
Utilizza i siti internet della P.A. per partecipare a blog, forum, community, ecc	53,9%
Capacità di assumersi dei rischi	52,3%
Sperimentatore	43,1%
Curiosità	41,4%
Capacità di cambiare idea	39,5%
Coraggio	39,1%
Adattabilità	38,8%
Utilizzo dei siti web della pubblica amministrazione (in generale)	31,3%
Temerarietà	24,4%
Perseveranza	23,3%
Creatività	23,2%
Fiducia	20,9%
Flessibilità	18,1%
Non utilizza i siti web della P.A. perché non li ritiene facili da utilizzare	17,6%
Tenacia	17,4%
Ottimismo	15,8%
Speranza	14,7%
Non usa internet (in generale)	14,3%
Ha realizzato attività di innovazione nell’organizzazione aziendale	3,5%
Ha attuato attività di sviluppo di nuovi prodotti e servizi	0,5%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Classificazione

Osservato	Previsto		
	Femminile	Maschile	Percentuale corretta
Femminile	640	443	59,1%
Maschile	446	671	60,1%
Percentuale globale	49,4%	50,6%	59,6%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

B) Autonomia

Variabili indipendenti	Importanza normalizzata
Nell'ultimo anno, sono state richieste all'impresa maggiori garanzie per le richieste di fido	100,0%
Nell'ultimo anno, l'impresa ha avuto restrizioni nel fido bancario	60,2%
Credito direttamente presso le banche per realizzare le operazioni aziendali	34,6%
Servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per me e per il mio personale	33,0%
Capitale personale e/o di familiari per realizzare le operazioni aziendali	31,6%
L'impresa ha avuto affidamenti bancari nell'ultimo anno	26,2%
Credito direttamente presso le banche	20,8%
Utilizzo dei siti web della pubblica amministrazione	20,8%
Intenzione di chiedere affidamenti nei prossimi mesi	15,2%
Che abbiano un unico accesso da un portare unitario e integrato	6,4%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	6,3%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	3,4%
Fondi pubblici	3,3%
Fondi pubblici	3,3%
Credito agevolato attraverso i confidi	2,2%
Risorse interne dell'impresa	2,1%
Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale	2,1%
Risorse interne dell'impresa	1,8%
Qual è il massimo titolo di studio conseguito?	1,1%
Fondi pubblici	0,4%
Capitale personale e/o di familiari	0,2%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Classificazione

Osservato	Previsione		
	Femminile	Maschile	Percentuale corretta
Femminile	931	152	86,0%
Maschile	809	308	27,6%
Percentuale globale	79,1%	20,9%	56,3%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

C) Relazioni

Variabili indipendenti	Importanza normalizzata
Progetti di collaborazione con imprese di cui si conosce il/la titolare andati a buon fine	100,0%
Conoscenza di titolari donne di imprese del territorio	40,6%
Collaborazioni in progetti di innovazione con Associazioni di categoria	25,6%
Collaborazioni in progetti di innovazione con le Camere di commercio o loro aziende speciali	19,2%
Conosce del/della titolare di altre imprese del territorio (a prescindere dal genere)	13,8%
Collaborazioni in progetti di innovazione con Università ed Enti di ricerca	12,4%
Fabbisogno di servizi di consulenza giuridica	4,8%
Nell'ultimo anno, l'impresa ha avuto rapporti con banche in egual misura locali e non locali	3,4%
Collaborazioni in progetti di innovazione con altre imprese	2,4%
Età del rispondente	2,3%
Utilizza i siti web della P.A. per partecipare a blog, forum, community, ecc	2,2%
Utilizzo dei servizi di assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità	0,9%
Si fa assistere solitamente per ottenere le risorse finanziarie esterne da Comune, Provincia, Regione	0,9%
Fabbisogno di servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per me e per il mio personale	0,9%
Adesione ai confidi	0,6%
Si fa assistere solitamente per ottenere le risorse finanziarie esterne da consulenti	0,2%
Collabora con qualcuno (in generale) per introdurre innovazioni	0,1%
Utilizzo servizi di assistenza alla fase d'avvio d'impresa	0,1%
Utilizzo servizi di consulenza sulle scelte strategiche aziendali	0,1%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Classificazione

Osservato	Previsione		
	Femminile	Maschile	Percentuale corretta
Femminile	947	136	87,4%
Maschile	750	367	32,9%
Percentuale globale	77,1%	22,9%	59,7%

Metodo di espansione: CRT

Variabile dipendente: Tipologia di impresa

Allegato A.3 - I campioni di indagine

La prima fase ha visto l'individuazione dell'universo di riferimento sulla base del quale determinare la numerosità campionaria. In particolare, viste le differenti tipologie di indagine oggetto di studio, l'attenzione è stata concentrata su universi considerati separatamente:

- il primo relativo al complesso delle imprese registrate e distinte tra femminili e non;
- il secondo concernente esclusivamente quelle imprese femminili che, avendo effettuato domanda per l'ottenimento dei fondi previsti dalla Legge 215 nei bandi IV e V, sono state giudicate come ammissibili.

Nel complesso, per la stima della numerosità campionaria, sono stati presi in esame quattro differenti universi di studio. I criteri adottati per la stratificazione dell'universo sono riportati di seguito e separatamente per le due tipologie di analisi.

Disegno del campione di indagine riferito all'universo delle imprese registrate maschili (M) e delle imprese registrate femminili (F) alla data del 31 dicembre 2008

Sono state prese in considerazione tutte le imprese registrate appartenenti all'universo delle maschili e all'universo delle femminili, aggregando i settori secondo il criterio adottato nei bandi IV e V della legge 215/92, con l'aggiunta del settore "Altri servizi" nel quale si raggruppano le imprese con codice ISTAT da "L" in poi (Pubblica Amministrazione, Istruzione, Sanità, Difesa e Altri servizi pubblici sociali e personali):

- Agricoltura;
- Manifatturiero e assimilati;
- Commercio, turismo e servizi;
- Altri servizi.

Inoltre, ogni universo è stato disaggregato per forma giuridica in:

- Imprese individuali;
- Società di persone;
- Società di capitale;
- Altre forme;

e per territorio in:

- Nord Ovest;
- Nord Est;
- Centro;
- Sud e Isole.

La scelta della numerosità campionaria ha visto l'applicazione dei seguenti criteri:

- Intervallo di confidenza: 0,3%
- Livello di confidenza: 95%
- Errore relativo ammesso: < 14% per fenomeni rari oltre il 5%

Il disegno finale del campione, seguendo i criteri su esposti, è quello illustrato nelle tabelle seguenti:

**Tab. C.1.a – Campione di indagine presso le imprese femminili e maschili.
Stratificazione per settore**

Imprese		Settori di attività economica				Totale
		Agricoltura	Manifatturiero e assimilati	Commercio, turismo e servizi	Altri servizi	
Femminili	Val. ass.	364	93	487	139	1083
	%	33,60%	8,60%	45,00%	12,80%	100,00%
Maschili	Val. ass.	219	204	592	101	1117
	%	19,60%	18,30%	53,00%	9,10%	100,00%
Totale per settore		583	297	1079	240	2200
	%	26,50%	13,50%	49,10%	10,90%	100,00%

Fonte: Retecamere

**Tab. C.1.b – Campione di indagine presso le imprese femminili e maschili.
Stratificazione per forma giuridica**

Imprese		Forma giuridica				Totale
		Impresa individuale	Società di persone	Società di capitale	Altre forme	
Femminili	Val. ass.	930	125	20	8	1083
	%	85,90%	11,50%	1,80%	0,70%	100,00%
Maschili	Val. ass.	868	159	72	17	1117
	%	77,80%	14,20%	6,50%	1,50%	100,00%
Totale per forma giuridica		1798	284	92	25	2200
	%	81,80%	12,90%	4,20%	1,10%	100,00%

Fonte: Retecamere

**Tab. C.1.c – Campione di indagine presso le imprese femminili e maschili.
Stratificazione per territorio**

Imprese		Territorio				Totale
		nord ovest	nord est	centro	sud e isole	
Femminili	Val. ass.	281	195	222	385	1.083
	%	25,90%	18,00%	20,50%	35,50%	100,00%
Maschili	Val. ass.	292	240	247	338	1.117
	%	26,10%	21,50%	22,10%	30,30%	100,00%
Totale per territorio		573	435	469	723	2.200
	%	26,00%	19,80%	21,30%	32,90%	100,00%

Fonte: Retecamere

Le liste delle imprese da intervistare sono state estratte casualmente dal Registro Imprese secondo i criteri definiti nel disegno di campionamento. La numerosità totale delle imprese estratte è stata 10 volte superiore a quella del campione per garantire la possibilità di sostituzioni nei casi di rifiuto a rilasciare l'intervista o non reperibilità delle imprese.

Per la individuazione delle singole imprese da intervistare all'interno della lista estratta è stato applicato il passo di campionamento sulla base del rapporto k=N/n.

Disegno del campione di indagine riferito all'universo delle imprese che hanno partecipato al IV e V bando della legge 215/92

Sono prese in considerazione tutte le imprese femminili le cui domande di finanziamento di progetti di investimento sono state valutate come “ammesse” ai bandi IV e V della legge 215/92, con l’esclusione di quelle parzialmente finanziate⁸⁰, perché considerate “distorsive” rispetto ai fini dell’indagine (l’aver ricevuto un finanziamento ridotto rispetto a quanto richiesto non fornisce utili indicazioni in merito ai benefici che lo stesso finanziamento è in grado di produrre).

La stratificazione per settori, come previsto dai bandi IV e V della legge 215, è stata:

- Agricoltura;
- Manifatturiero e assimilati;
- Commercio, turismo e servizi;

mentre quella per forma giuridica in:

- Imprese individuali;
- Società di persone;
- Società di capitale;
- Altre forme.

Unitamente ai criteri sopra citati, è stata effettuata una ulteriore disaggregazione, che ha tenuto conto della tipologia di investimento (per il quale ogni impresa ha richiesto il finanziamento) in:

- investimenti di imprese esistenti;
- investimenti per avvio nuove attività.

Limitatamente a questa ultima variabile, il campione è stato stratificato non attraverso una proporzionale ripartizione tra i due elementi, ma attraverso una equa ripartizione della numerosità campionaria. Questa decisione è necessaria per rispondere alla metodologia della analisi controfattuale. A tal fine per la determinazione del campione sono stati normalizzati i risultati della graduatoria delle domande di finanziamento per individuare la lista delle imprese da estrarre casualmente dall’archivio fornito dal Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso la definizione del *range* con limiti superiori e inferiori equidistanti rispetto al punteggio della ultima impresa ammessa a finanziamento e della prima esclusa dal finanziamento. In questo modo si è ottenuto un *panel* di imprese caratterizzate da un discreto livello di omogeneità in termini di qualità dell’operazione (oltre alla rispondenza ai requisiti dei bandi) per la quale è stato richiesto il finanziamento⁸¹.

I criteri di determinazione della numerosità campionaria sono stati:

- Intervallo di confidenza: 0,5%
- Livello di confidenza: 95%
- Errore relativo ammesso: < 20% per fenomeni rari oltre il 5%

⁸⁰ La numerosità di queste imprese è marginale rispetto alla totale della popolazione (0,21%).

⁸¹ Nel seguire questa metodologia si è posta la pre-condizione della validità ed esaustività della valutazione di merito e della qualità delle domande di finanziamento effettuata dagli organi competenti.

Il disegno finale del campione, seguendo i criteri su esposti, è quello illustrato nelle tabelle seguenti:

Tab. C.2.a – Campione di indagine presso il panel di imprese femminili (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) con i bandi IV e V della legge 215/92. Stratificazione per settore

Imprese femminili partecipanti al IV e V bando legge 215/92	Settori di attività economica				Totale
	Agricoltura	Manifatturiero e assimilati	Commercio, turismo e servizi	Altri servizi	
Imprese ammesse e finanziate	Val. ass.	13	65	322	1 401
	%	3,20%	16,20%	80,30%	0,20% 100,00%
Imprese ammesse e non finanziate	Val. ass.	23	62	315	0 400
	%	5,80%	15,50%	78,80%	0,00% 100,00%
Totale per settore	Val. ass.	36	127	637	1 801
	%	4,50%	15,90%	79,50%	0,10% 100,00%

Fonte: Retecamere

Tab. C.2.b – Campione di indagine presso il panel di imprese femminili (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) con i bandi IV e V della legge 215/92. Stratificazione per forma giuridica

Imprese femminili partecipanti al IV e V bando legge 215/92	Forma giuridica				Totale
	Impresa individuale	Società di persone	Società di capitale	Altre forme	
Imprese ammesse e finanziate	Val. ass.	244	78	45	34 401
	%	60,80%	19,50%	11,20%	8,50% 100,00%
Imprese ammesse e non finanziate	Val. ass.	311	42	29	18 400
	%	77,80%	10,50%	7,30%	4,50% 100,00%
Totale per forma giuridica	Val. ass.	555	120	74	52 801
	%	69,30%	15,00%	9,20%	6,50% 100,00%

Fonte: Retecamere

Tab. C.2.c – Campione di indagine presso il panel di imprese femminili (ammesse e finanziate, ammesse e non finanziate) con i bandi IV e V della legge 215/92. Stratificazione per tipologia di operazione

Imprese femminili partecipanti al IV e V bando legge 215/92	Tipologia Operazione		Totale
	Investimenti di imprese esistenti	Investimenti per avvio nuove attività	
Imprese ammesse e finanziate	Val. ass.	258	143 401
	%	64,3%	35,7% 100,00%
Imprese ammesse e non finanziate	Val. ass.	239	261 400
	%	59,8%	65,3% 100,00%
Totale per territorio	Val. ass.	497	404 801
	%	14,60%	9,50% 100,00%

Fonte: Retecamere

Allegato A.4 - Questionario utilizzato per l'indagine campionaria

SEZIONE A – Informazioni generali

A.1 – Campo impresa

- 1= Imprese
- 2= Imprese 215 finanziate
- 3= Imprese 215 non finanziate

A.2 – Numero di telefono dell'azienda

[DATO AUTOMATICO]

A.3 – Denominazione dell'azienda

[DATO AUTOMATICO] [Verificare la corrispondenza con il dato fornito nella lista campionaria]

A.4 – Codice fiscale dell'impresa

A.5 – Comune di appartenenza della sede legale dell'azienda

[DATO AUTOMATICO] [Verificare la corrispondenza con il dato fornito nella lista campionaria]

A.6 – Provincia di appartenenza della sede legale dell'azienda

[DATO AUTOMATICO] [Verificare la corrispondenza con il dato fornito nella lista campionaria]

A.7 – Data intervista

[DATO AUTOMATICO]

A.8 – Durata dell'intervista in minuti

[DATO AUTOMATICO]

A.9 – Ripartizione territoriale

- Nord Est
- Nord Ovest
- Centro
- Sud e Isole

[DATO AUTOMATICO]

A.10 – Settore merceologico dell'azienda

[DATO AUTOMATICO]

A.11 – Settore produttivo dell'azienda

- Agricoltura
- Manifatturiero e assimilati
- Commercio, turismo e servizi
- Altri servizi

[DATO AUTOMATICO]

A.12 – Forma giuridica dell'azienda

- Impresa individuale
- Società di persone
- Società di capitale
- Cooperativa

[DATO AUTOMATICO] [Verificare la corrispondenza con il dato fornito nella lista campionaria]

SEZIONE B – Soggetti ammessi legge 215/92 che non hanno ricevuto il finanziamento

<FILTRO >

Se Campo Impresa=3**B.1** – Pur non avendo ottenuto il finanziamento, ha comunque realizzato il progetto?

- Si
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **No** passare alla **sez. C**Se ha risposto **Si**:**B.1.1** – Rispetto ai tempi, il progetto è stato: [Max 1 risposta]

- Anticipato
 Ritardato
 Invariato

B.1.2 – La dimensione economica del progetto è stata: [Max 1 risposta]

- Ridotta
 Aumentata
 Invariata

B.1.3 – I contenuti tecnici del progetto sono stati: [Max 1 risposta]

- Modificati
 Invariati

B.1.4 – Rispetto al progetto originario, l'occupazione è stata: [Max 1 risposta]

- Ridotta
 Aumentata
 Invariata

SEZIONE C – Persone che non hanno realizzato il progetto

<FILTRO >

Se ha risposto **No** alla **domanda B.1**:**C.1** – Ha seguito altri percorsi lavorativi? [Max 1 SI]

	Si	No
C.1.1 Nessuno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.1.2 Da libera professionista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.1.3 Da dipendente/collaboratrice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.1.4 Da imprenditrice in altro settore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.1.5 Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[ISTRUZIONI PER CATI: per le persone che rispondono a questa sezione passare a **Identificazione del rispondente (sezione L)** e terminare l'intervista]**SEZIONE D– Anagrafica imprese****D.1** – Lei è il titolare dell'impresa/socio di cooperativa?

- Si
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **No** alla **domanda D.1**:**D.1.1** – Quale ruolo ricopre all'interno dell'impresa?

- Responsabile o direttore amministrativo
 Direttore generale
 Familiare coadiuvante di impresa familiare

<FILTRO >

Se chi risponde non corrisponde a queste figure o non è stato espressamente indicato dal/la titolare terminare qui l'intervista.

Se l'intervistato è stato indicato come delegato dal/la titolare continuare l'intervista e specificare:

D.1.2 – Quale ruolo ricopre all'interno dell'impresa?

.....
D.1.3 – Lei è un familiare diretto del titolare?

- Si
 No

<FILTRO>

Se ha risposto **Si** alla **domanda D.1**:

D.2 – La sua impresa è: [Max 1 SI]

	Si	No
D.2.1 Stata creata ex novo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D.2.2 Acquistata/Rilevata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D.2.3 Ereditata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D.3 – Al momento della costituzione, aveva precedenti esperienze lavorative?

- Si
 No

<FILTRO>

Se ha risposto **Si** alla **domanda D.3**:

D.3.1 – L'esperienza a cui si riferisce è stata:

- Da imprenditore/lavoratore autonomo
 Da dipendente collaboratore

D.3.2 – L'esperienza a cui si riferisce è stata:

- Nello stesso settore
 In altro settore

<FILTRO>

Se ha risposto **No** alla **domanda D.3**:

D.3.3 – Non ha avuto precedenti esperienze lavorative perché: [Max 1 risposta]

- Era studente
 Impegni personali e familiari non le permettevano di lavorare
 Era disoccupato/inoccupato

D.4 – Gli studi scolastici ed eventualmente universitari che ha effettuato sono stati utili a svolgere l'attività imprenditoriale attuale? [Max 1 risposta]

- Molto
 Parzialmente
 Per niente

D.5 – Qual è stata la principale motivazione che l'ha spinta a fare impresa? [Max 1 risposta]

- Voglia di esprimere capacità imprenditoriali
 Tradizioni familiari
 Difficoltà a trovare altro lavoro
 Difficoltà ad adattarsi al lavoro subordinato
 Altro (specificare)

D.6 – Dal registro delle Camere di Commercio risulta che ha iscritto l'impresa nel

In quale anno è diventata concretamente operativa con la sua titolarità?

.....

D.7 – Quante unità locali o sedi secondarie/operative aveva la sua impresa al 31/12/08?

.....

D.8 – Dal registro delle Camere di Commercio risulta che al 31/12/08 la sua impresa operava nel settore

[fare riferimento ad **A.10**]

Se era diverso, quale era? [ISTRUZIONI PER CATI: specificare soltanto il codice primario]

.....

D.9 – Qual è il vostro principale prodotto o servizio?

.....

D.10 – Quanti addetti (dipendenti e indipendenti) aveva la sua impresa al 31/12/08?

.....

D.11 – Quanti addetti stabilmente impegnati nell'impresa appartenevano alla famiglia al 31/12/08?

.....

D.12 – Quanti addetti erano anche soci al 31/12/08?

.....

SEZIONE E – Relazioni

E.1 – Le proponiamo un elenco di servizi, non obbligatori, a supporto della sua impresa. Per ciascuno di essi indichi quali, nel suo territorio, ha utilizzato nell'ultimo anno?

[ISTRUZIONI PER CATI: elencare in ordine casuale]

	Si	No
E.1.1 Assistenza alla fase d'avvio d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.2 Formazione per sé e per il suo personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.3 Assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.4 Ricerca e selezione di personale adeguato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.5 Servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per se e per il suo personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.6 Consulenza giuridica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.7 Supporto all'innovazione per l'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.7 Informazione sul settore e sulle opportunità di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.9 Consulenza sulle scelte strategiche aziendali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.1.10 Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E.2 – Di quali servizi sente maggiormente esigenza per far competere la sua impresa?

[ISTRUZIONI PER CATI: elencare in ordine casuale]

	Si	No
E.2.1 Assistenza alla fase d'avvio d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.2 Formazione per sé e per il suo personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.3 Assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative e di contabilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.4 Ricerca e selezione di personale adeguato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.5 Servizi e strumenti per rendere compatibili gli impegni familiari e personali con quelli del lavoro, per me e per il mio personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.6 Consulenza giuridica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.7 Supporto all'innovazione per l'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.8 Informazione sul settore e sulle opportunità di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.9 Consulenza sulle scelte strategiche aziendali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.2.10 Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E.3. Utilizza i siti web della pubblica amministrazione?

- SI
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **Si** alla **domanda E.3**:**E.3.1** - Per quali motivi:

- per aggiornarsi sui servizi e le attività
- per la richiesta di informazioni (e-mail, compilazione moduli online)
- per partecipare a blog, forum, community, ecc
- per utilizzare i servizi online invece di quelli a sportello

<FILTRO >

Se ha risposto **No** alla **domanda E.3**:**E.3.2** - Per quali motivi:

- Non uso internet
- Non li trovo utili
- Non sono facili da utilizzare
- Preferisco andare allo sportello

E.4 - Come vorrebbe che fossero i servizi online della Pubblica amministrazione?

- Che consentissero di svolgere tutte le pratiche via internet
- Che abbiano un unico accesso da un portale unitario e integrato
- Che prevedano assistenza all'utilizzo dei servizi stessi (help desk)
- Altro

E.5 – La sua impresa è associata ad un confidi:

- Si
- No

E.6 – Oltre alla garanzia, quali pensa debbano essere le attività dei confidi per aiutare la sua impresa: [Max 3 SI per ordine d'importanza]

	Si	No
E.6.1 Consulenza finanziaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.6.2 Erogazione diretta di credito garantito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.6.3 Svolgere un ruolo più incisivo nell'istruttoria bancaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.6.4 Essere un punto di riferimento anche per le informazioni sui prodotti e gli strumenti finanziari per le imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.6.5 Assistere nelle pratiche di accesso ai fondi pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.6.6 Nessuna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E.7 – Le chiediamo ora di pensare ai suoi rapporti con altre imprese. Di quante imprese del suo territorio conosce il titolare?

..... (Valore assoluto)

E.8 – Quante sono donne

..... (Valore assoluto)

<FILTRO >

Se ha risposto diversamente da **Nessuna o zero** alla domanda **E.7**:**E.8** – Questi titolari appartengono: [Max 1 SI]

	Si	No
E.8.1 Prevalentemente a familiari e amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.8.2 Prevalentemente a colleghi dell'associazione di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.8.3 Prevalentemente a colleghi di altri settori e/o fornitori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E.8.4 Indifferentemente a tutte le categorie precedenti **E.9** – Nell’ultimo anno, ha realizzato dei progetti o iniziative comuni con queste imprese?

- Si
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **Si** alla domanda **E.9**:**E.10** – Quante sono andate a buon fine?
..... (Valore assoluto)**SEZIONE F – Competenze****F.1** – Le proponiamo un elenco di possibili innovazioni per un’impresa. Per ciascuna indichi se, nell’ultimo anno, è stata introdotta nella sua azienda:

[ISTRUZIONI PER CATI: elencare in ordine casuale]

	Si	No
F.1.1 Acquisto di macchinari e nuove tecnologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.1.2 Acquisto di brevetti e licenze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.1.3 Innovazione nell’organizzazione aziendale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.1.4 Realizzazione di progetti di Ricerca di base	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.1.5 Sviluppo di nuovi prodotti e servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.1.6 Sviluppo di nuove tecnologie produttive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<FILTRO >

Se ha risposto **Si ad almeno una**:**F.2** – Per introdurre tali innovazioni ha collaborato con qualcuno?

- Si
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **Si** alla domanda **F.2**:**F.3** – Con chi ha collaborato?

	Si	No
F.3.1 Con altre imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.3.2 Con Università ed Enti di ricerca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.3.3 Società di consulenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.3.4 Associazioni di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.3.5 Camere di commercio o loro aziende speciali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.3.6 Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F.4 – Le chiediamo di pensare alla sua attività d’imprenditore: su un scala da per nulla, poco, molto o del tutto, quanto pensa di essere:

[ISTRUZIONI PER CATI: elencare in ordine casuale]

	Per nulla	Poco	Molto	Del tutto
1 Ottimista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Tenace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Creativo/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Temerario/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Flessibile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Fiducioso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Perseverante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Curioso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Capace di assumersi dei rischi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10	Adattabile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Speranzoso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Risoluto/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Sperimentatore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Coraggioso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Capace di cambiare idea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F.5 – Considerato l'attuale momento di crisi economica pensa che per la sua impresa: [Max 1 risposta]

- Non ci sono condizioni eccessivamente sfavorevoli
- È il momento di rilanciarsi sul mercato per adattarsi al cambiamento
- Non ci sono le condizioni per continuare ancora l'attività
- Si sta avviando una fase di adattamento progressivo al cambiamento
- Soltanto una riorganizzazione dell'impresa può consentire il proseguimento dell'attività

SEZIONE G – Autonomia

G.1 – Per avviare la sua attività, quali risorse finanziarie ha utilizzato?

		Si	No
G.1.1	Capitale personale e/o di familiari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.1.2	Credito direttamente presso le banche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.1.3	Credito agevolato attraverso i confidi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.1.4	Fondi pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.1.5	Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale		

G.2 – Rispetto alle fasi di gestione ordinaria, quali risorse finanziarie ha utilizzato nell'ultimo anno?

		Si	No
G.2.1	Capitale personale e/o di familiari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.2.2	Credito direttamente presso le banche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.2.3	Credito agevolato attraverso i confidi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.2.4	Fondi pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.2.5	Risorse interne dell'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.2.6	Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale		

G.3 – Rispetto agli ultimi investimenti effettuati, quali risorse finanziarie ha utilizzato?

		Si	No
G.3.1	Capitale personale e/o di familiari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.3.2	Credito direttamente presso le banche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.3.3	Credito agevolato attraverso i confidi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.3.4	Fondi pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.3.5	Risorse interne dell'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.3.6	Capitale di soci finanziatori/sovventori e prestito sociale		

G.4 – Da chi si fa assistere solitamente per ottenere le risorse finanziarie esterne?

		Si	No
G.4.1	Proprio commercialista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.2	Associazione di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.3	Confidi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.4	Camera di commercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.5	Consulenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.6	Comune, Provincia, Regione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.7	Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.4.8	Nessuno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G.5 – Quali pensa che siano i provvedimenti pubblici che potrebbero sostenere più efficacemente la sua impresa? [Max 3 risposte per ordine d'importanza]

- Maggiori contributi pubblici
- Offerta di servizi di assistenza
- Riduzione delle tasse
- Facilitazioni nell'accesso al credito attraverso fondi garanzia
- Facilitazioni per l'assunzione di personale
- Riduzione degli adempimenti amministrativi e burocratici

G.6 – La sua impresa ha avuto affidamenti bancari nell'ultimo anno?

- Si
- No

<FILTRO >

Se ha risposto **Si** alla domanda **G.6**:

G.6.1– Nell'ultimo anno, con che tipo di banche ha avuto rapporti la sua impresa?

[Max 1 risposta]

- Prevalentemente locali (ad esempio banche di credito cooperativo)
- Prevalentemente non locali (ad esempio banche di gruppi bancari nazionali o internazionali)
- In egual misura locali e non locali

G.6.2– Nell'ultimo anno, la sua impresa ha avuto restrizioni nel fido bancario?

- Si
- No

G.6.3– Nell'ultimo anno, sono state richieste alla sua impresa maggiori garanzie per le richieste di fido?

- Si
- No

G.6.4– Pensa che le banche con le quali ha rapporti potrebbero ampliare il fido bancario alla sua impresa?

- Si
- No

<FILTRO >

Se ha risposto **No** alla domanda **G.6**:

G.6.5– Ha intenzione di chiedere affidamenti per la sua impresa nei prossimi mesi?

- Si
- No

SEZIONE H – Soggetti ammessi Legge 215/92

<FILTRO >

Se Campo Impresa=1 salta

H.1 – Ha compilato autonomamente la domanda di finanziamento?

- Si
- No

<FILTRO >

Se ha risposto **No** alla domanda **H.1**:

H.2 – Da chi è stato aiutato?

	Si	No
H.2.1 Camere di Commercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H.2.2 Associazioni di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H.2.3 Proprio commercialista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

H.2.4 Consulenti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
H.2.5 Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

H.3 – La sua idea progettuale era già nata prima di venire a conoscenza della possibilità di finanziamento indicata dal bando?

- Si
 No

<FILTRO >

Se ha risposto **Si**:

H.3.1 – Rispetto ai tempi, il progetto è stato: [Max 1 risposta]

- Anticipato
 Ritardato
 Invariato

H.3.2 – La dimensione economica del progetto è stata: [Max 1 risposta]

- Ridotta
 Aumentata
 Invariata

H.3.3 – I contenuti tecnici del progetto sono stati: [Max 1 risposta]

- Modificati
 Invariati

H.3.4 – Rispetto al progetto originario, l'occupazione prevista è stata: [Max 1 risposta]

- Ridotta
 Aumentata
 Invariata

SEZIONE I – Soggetti ammessi Legge 215/92 che hanno ricevuto il finanziamento

<FILTRO >

Se **Campo Impresa=2**

I.1 – A parte l'occupazione e il fatturato, quali sono stati gli effetti positivi avuti dalla sua impresa con la realizzazione dell'operazione?

	Si	No
I.1.1 Più profitto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I.1.2 Più Innovazione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I.1.3 Più Efficienza dell'organizzazione aziendale	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I.1.4 Più Qualità dei prodotti/servizi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I.1.5 Nessun altro effetto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

I.2 – Per quanto tempo questi effetti sono restati o resteranno anche dopo la conclusione del progetto? [Max 1 risposta]

Da 0 a 6 mesi	<input type="checkbox"/>
1 anno	<input type="checkbox"/>
2 anni	<input type="checkbox"/>
Più di 2 anni	<input type="checkbox"/>

SEZIONE L – Identificazione del rispondente

[Istruzioni per il CATI: intervistare una figura apicale dell'impresa]

L.1 – Genere [Non chiedere, inserire in automatico]

Uomo	<input type="checkbox"/>
Donna	<input type="checkbox"/>

L.2– Paese di nascita

.....

L.3– Paese di cittadinanza

.....

L.4 – Età del rispondente

.....

L.5 – Qual è il massimo titolo di studio conseguito? [Leggere le alternative, tranne “altro”]

- | | |
|---|--------------------------|
| Nessun titolo di studio | <input type="checkbox"/> |
| Licenza elementare | <input type="checkbox"/> |
| Diploma Scuola Media Inferiore | <input type="checkbox"/> |
| Diploma di Istituto Professionale | <input type="checkbox"/> |
| Diploma Superiore | <input type="checkbox"/> |
| Laurea o diploma di Laurea | <input type="checkbox"/> |
| Scuola di perfezionamento post-laurea, master o scuola di specializzazione post-laurea o dottorato di ricerca | <input type="checkbox"/> |
| Altro | <input type="checkbox"/> |

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

“EUROPEAN INNOVATION SCOREBOARD 2009. COMPARATIVE ANALYSIS OF INNOVATION PERFORMANCE” Maastricht Economic and social Research and training centre on Innovation and Technology (UNU-MERIT), with contributions from the Joint Research Centre (Institute for the Protection and Security of the Citizen), the Science Policy Research Unit (SPRU) from the University of Sussex, Birkbeck from the University of London, the University of Urbino, and the Centre for Science and Technology Studies (CWTS) from Leiden University

“Regional Innovation Scoreboard (RIS) 2009”, MERIT, Maastricht Economic and social Research and training centre on Innovation and Technology, Maastricht University; Joint Research Centre, Institute for the Protection and Security of the Citizen (IPSC), Econometrics and Applied Statistics (EAS) Unit, Ispra, Italy

43° Rapporto sulla situazione sociale nel paese, Censis, Roma, 2009

Acocella N., “Politica economica e strategie aziendali”, Carocci Editore, Roma, 1999

Agostinelli C., Poli I., “Evolving classification and regression trees”, Convegno Proceedings of the 18th International Conference on Statistical Modelling, Leuven, Belgio, 7-11 Luglio 2003

Alesina A., Ichino A., “L’Italia fatta in casa”, Mondadori, Milano, 2009

Amatori F., Colli A., “Impresa e industria in Italia. Dall’unità ad oggi”, Marsilio, Venezia, 2003

Balcet G., “L’economia italiana. Evoluzione, problemi, paradossi”, Feltrinelli, Milano, 1997

Becattini G. (a cura di), “Mercato e forze locali: il distretto industriale”, Il Mulino, 1987, Bologna

Berta G., “L’imprenditore. Un enigma tra economia e storia”, Edizioni Marsilio, Venezia, 2001

Borghi E. (a cura di), “La sfida dei territori nella green economy”, Il Mulino, Bologna, 2009

Breiman L., Friedman J.H., Olshen R.A., Stone C.J., “Classification and Regression Trees”, Chapman & Hall, New York – London, 1984

Caroli M. G. (a cura di), “I cluster urbani. Modelli internazionali, dinamiche economiche, politiche di sviluppo”, Il Sole 24 Ore Pirola, Roma, 2004

Cipolletta I., “Capitalismo familiare e piccola impresa”, in Economia Italiana n. 2/2004

Cnel, Secondo rapporto sul ruolo delle donne nello sviluppo socio-economico, Roma, 2000.

Colli A., “Il quarto capitalismo. Un profilo italiano”, Marsilio Editore, Venezia, 2002

Corbetta G., “Le imprese familiari. Caratteri originali, varietà e condizioni di sviluppo”, Egea, Milano, 1995

De Blasio G., Lotti F. (a cura di), “La valutazione degli aiuti alle imprese”, Il Mulino, Bologna, 2008

De Siano R., D’Uva M., Messina G., “Sentieri di specializzazione e di crescita delle regioni europee durante l’integrazione economica”, Working Paper N. 3/2004, Università degli Studi di Napoli “PARTENOPE” Istituto di studi economici

Faramondi A., "Un nuovo approccio all'analisi delle componenti locali e strutturali", Rivista di statistica ufficiale, N. 3/2006, ISTAT

Garofoli G., Modelli locali di sviluppo, F. Angeli, Milano, 1991

Istud (a cura di Attila Bruni, Silvia Gerardi, Barbara Poggio), All'ombra della maschilità. Storie di imprese e di genere, Guerini e associati, 2000.

Istud, (a cura di) Serafino Negrelli, Istituzioni e imprenditoria femminile, Guerini e associati, 1999.

Mafai M., Pane nero. Donne e vita quotidiana nella seconda guerra mondiale, Milano, Mondadori, 1987

Magagnoli U., Cantaluppi G., "Problemi e ruolo dei metodi statistici per la valutazione dei servizi collegati ai sistemi di produzione di beni", Rivista di Economia e Statistica del Territorio n. 3/2007, Franco Angeli

Martini A., Sisti M., "Valutare il successo delle politiche pubbliche", Il Mulino, Bologna, 2009

Mitchell, K. E., Levin, A. S., & Krumboltz, J. D., "Un modello di orientamento alternative: La casualità pianificata", in Claudia Montedoro and Giacomo Zagardo (Eds.), Maturare per orientarsi (pp. 317-335), Milano, 2003, FrancoAngeli.

Mussati G. (a cura di), "Alle origini dell'imprenditorialità. La nascita di nuove imprese: analisi teorica e verifiche empiriche", ETAS, Milano, 1990.

Onida F., "Se il piccolo non cresce", Il Mulino, Bologna, 2004

Pagnini M., "Misura e determinanti dell'agglomerazione spaziale nei comparti industriali in Italia", Banca d'Italia, Tema di discussione n. 452, ottobre 2002

Pinuccia Barbieri, Maria Benvenuti, Lia Cigarini, Giordana Masotto, Silvia Motta, Anna M. Ponzellini, Loredana Zanardo, Lorenza Zanuso "Sottosopra: immagina che il lavoro", Mantova, Libreria delle donne di Milano, 2009

Riannetti R. e M. Vasta (a cura di) "L'impresa italiana nel novecento", Il Mulino, Bologna, 2003

Rullani E., "Lo sviluppo del territorio: l'evoluzione dei distretti industriali e il nuovo ruolo delle reti di città", Economia Italiana n. 2/2009, Unicredit Group

Schillaci C. E., "I collegamenti interpersonali e la loro rilevanza nella nascita di una nuova impresa", in Sinergie n. 28/1992, CUEIM

Thomas A., Mancino A., Passaro R., "Primi risultati di un'indagine empirica sui profili degli imprenditori della Campania", in Rivista Economica del Mezzogiorno, Trimestrale della SVIMEZ, N. 4/2005