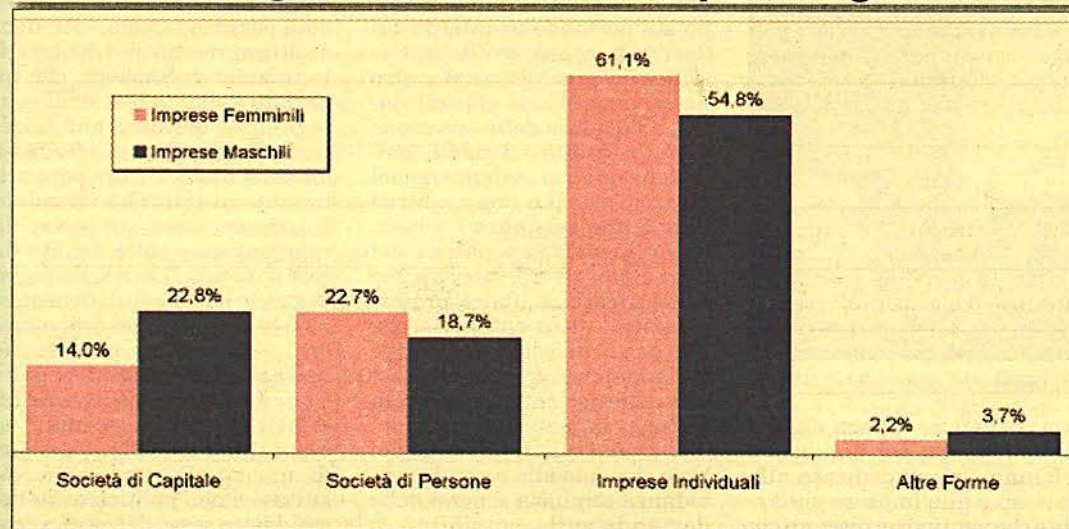


Lo spaccato dell'imprenditoria femminile in una ricerca della Cna. Si punta su qualità e innovazione

Nell'impresa rosa vince il fai-da-te

Più della metà delle aziende create dal nulla. E senza prestiti

Imprese registrate femminili e maschili per forma giuridica



Composizioni percentuali (anno 2008; fonte: elaborazioni Centro Studi CNA su dati Unioncamere)

Le imprenditrici delle piccole e medie imprese artigiane sono ben lontane dallo stereotipo collettivo che le vuole impegnate in mansioni tipicamente femminili o che le relega al ruolo di figlie e mogli che gestiscono l'azienda avuta in eredità. Nulla di tutto questo. Il quadro che emerge da una ricerca della Cna, effettuata su un campione di 101 piccole e medie imprenditrici associate, presentata nel corso del convegno «L'altra metà dell'economia, imprenditrici che crescono», volto a celebrare il ventennale di Cna Impresa Donna, infatti, ci fornisce un'immagine completamente diversa. Le donne imprenditrici fanno tutto o quasi da sole, hanno creato dal nulla la propria impresa, puntano sulla qualità, non ricorrono a prestiti e considerano assolutamente insoddisfacenti i servizi e le azioni politiche di sostegno. Ciò nonostante le loro imprese sono solide in termini di fatturato e occupazione e hanno resistito a due anni di pesantissima crisi in maniera migliore rispetto a quelle gestite dai loro colleghi uomini.

La maggioranza delle intervistate ha oltre 40 anni (70%), vanta un'esperienza di oltre dieci anni (73,3%), è diplomata (56,4%), risulta titolare della propria azienda (53,5%) e lavora soprattutto al Nord (51,5%).

Per quanto riguarda i settori di attività, le più rappresentate risultano essere coloro che si occupano dei servizi alla comunità (18,8%), moda (17,8%) e produzione (13,9%), cui seguono le imprese che operano nell'ambito artistico e tradizionale (11,9%), nella comunicazione e terziario avanzato (10,9%). Quote inferiori al 10% del campione appartengono al settore degli alimentari (8,9%), del benessere e sanità (7,9%), dell'installazione e impianti (6,9%) e soltanto tre intervistate risultano imprenditrici nell'ambito delle costruzioni. A causa anche del-

le piccole dimensioni un'ampia maggioranza delle imprese (il 62,4%) lavora prevalentemente in ambito locale o regionale, a fronte del 27,7% che presenta un mercato su scala nazionale e di un marginale 2% che lavora principalmente con l'estero. Un'indicazione particolarmente interessante riguarda la presenza di familiari occupati all'interno delle imprese gestite da donne, che evidenzia chiaramente un forte radicamento o comunque un forte coinvolgimento della sfera parentale (59,4%) nell'esperienza imprenditoriale femminile. Tra le intervistate che impiegano uno o più familiari all'interno delle proprie aziende, sono i fratelli le figure più citate (66,3% dei casi), seguiti dai genitori (63,4%), dal coniuge (62,4%) e dai figli (56,4%). È quindi il nucleo più ristretto a partecipare della vita e del sostegno dell'impresa, sottolineando indirettamente il ruolo sempre significativo dell'impre-



sa familiare nella tradizione della produzione artigianale.

Contrariamente a quanto si possa pensare, la ricerca della Cna ha evidenziato a sorpresa che ben il 54% delle intervistate ha creato dal nulla una nuova impresa e lo ha fatto contando

quasi esclusivamente sui propri capitali; soltanto il 12,1% delle intervistate ha infatti chiesto, e ottenuto, un prestito presso una banca per avviare l'impresa, a dimostrazione che il rapporto con il sistema creditizio resta particolarmente difficile per le pmi.

Anche nella realizzazione dell'impresa tra le donne prevale il «fai da te»: l'85,5% dei casi di coloro che hanno dato vita a una nuova attività, infatti, ha elaborato personalmente il progetto, e il 63,4% non ha utilizzato alcuno strumento di analisi di mercato, affidandosi soltanto alle proprie capacità e intuizioni. In compenso, però, diffusa e prevalente risulta la partecipazione a corsi di formazione sulla costituzione e gestione di impre-

una sostanziale staticità, mentre un'ampia maggioranza delle imprenditrici (il 55,4%) attesta un cambiamento «parziale».

Il 55% delle imprenditrici, inoltre, punta sulla qualità come marchio di riconoscimento; significativamente inferiori risultano le indicazioni che fanno riferimento agli altri ambiti di eccellenza, quali l'immagine e la reputazione (19,8%), l'originalità delle idee (14,9%), l'organizzazione del lavoro (9,9%) e la capacità innovativa (6,9%).

Un aspetto di particolare interesse ha riguardato l'applicazione, tra le imprese gestite da donne, di politiche aziendali attente all'occupazione femminile. I dati evidenziano una maggiore solidarietà di genere tra le intervistate con oltre 40 anni, associata a una maggiore consapevolezza della difficoltà delle donne di inserirsi nel mercato del lavoro e di conciliare i tempi di vita con quelli professionali. Soltanto fra le imprenditrici over 40 prevale infatti fortemente la tendenza ad assumere personale femminile nel 58,9% dei casi e ad adottare contratti e orari che favoriscano la conciliazione tra lavoro e famiglia.

Ultima importante annotazione. Le imprese femminili sembrano aver «tenuto» durante la crisi: nessuna imprenditrice ritiene infatti che la propria impresa abbia reagito in maniera «peggiore» di analoghe realtà presenti sul territorio; al contrario il 74,4% giudica l'impatto della crisi sulla propria attività meno negativo di quello prodotto in altre aziende. E questo nonostante il giudizio fortemente negativo riguardo le politiche di sostegno all'imprenditoria femminile. In particolare per quanto riguarda la normativa italiana soltanto il 7,9% ne promuove i contenuti, definendola «abbastanza adeguata», mentre il 92,1% delle imprenditrici esprime una valutazione negativa. Anche il livello di soddisfazione per le azioni a sostegno alle pmi e alle imprese artigiane femminili realizzate dai diversi soggetti istituzionali e privati si attesta su valori molto bassi, risultando fortemente critico il giudizio delle intervistate in relazione al governo, le cui azioni sono reputate insufficienti dalla quasi totalità del campione (91,8%).

Una severa bocciatura riguarda anche l'operato delle amministrazioni locali, giudicato insufficiente dall'84,7% del campione.

Più alto, infine, il grado di soddisfazione per l'operato delle banche, che soddisfa comunque una quota minoritaria del campione (pari al 40,2%), anche se soltanto l'1% ne reputa «elevata» l'efficacia dell'operato, che registra una prevalente bocciatura (nel 59,8% dei casi). Eppure tra mille difficoltà e senza alcun aiuto le piccole imprenditrici crescono, e lo fanno da sole.

I NUMERI

Un esercito di tre milioni

Al 30 settembre 2010 erano più di 3 milioni. È l'esercito di donne imprenditrici o che partecipano alla vita di impresa, in continua crescita anche in tempi di crisi, alla quale sembra abbiano fatto fronte resistendo meglio dei loro colleghi uomini. È la cifra che emerge da uno studio messo a punto dal Centro studi della Cna che ha rielaborato i dati di «Impresa in Genere», il rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, realizzato da Unioncamere con la collaborazione del ministero dello sviluppo economico e del dipartimento per le pari opportunità. I numeri contenuti nel rapporto, infatti, si riferiscono a tutte quelle realtà imprenditoriali dove le donne sono titolari d'impresa o hanno una presenza preponderante in termini di compagne societaria e numero di amministratori: impostazione corretta, ma che rischia di sottostimare l'impegno complessivo delle donne. In base a quelle cifre al 30 giugno 2010 le imprese femminili risultavano essere complessivamente 1.421.085 con un peso sul totale (il così detto tasso di femminilizzazione)

del 23,3%.

Se invece si quantificano le donne che partecipano alla vita delle imprese anche in posizioni non predominanti si arriva a 3.036.397. Un numero di tutto rilievo che getta nuova luce sulla propensione delle donne a partecipare alla vita delle imprese: esso segna infatti un incremento di quasi cinque punti rispetto allo stock rilevato nel 2005 e dell'1,2% rispetto al 2009.

Meno dinamica appare la crescita del numero di donne che a diverso titolo si impegnano nelle imprese artigiane: il dato 2010 segna infatti un incremento dell'1,8% rispetto al 2005 mentre rispetto al 2009 la variazione annuale risulta pari zero.

L'imprenditoria femminile, considerata nell'accezione più ampia di numero di donne che in un modo o in un altro fanno impresa, infine, ha saputo resistere alla crisi del biennio 2008-2009 (vedi tabella) e superata la crisi, il numero di donne che svolgono un ruolo nelle imprese italiane tornata a crescere.