

Le imprese femminili in Italia: i risultati di un'indagine esplorativa

Luisa De Vita, Michela Mari, Sara Poggesi

Sommario: 1. Introduzione – 2. Imprenditoria femminile: il contesto italiano – 3. Metodologia di ricerca – 4. Analisi descrittiva – 5. Discussione e conclusioni

Abstract:

The paper investigates the characteristics, the motivations and the main problems of 310 Italian female-owned firms. The decision to focus on these firms comes from the awareness that academic research on Italian female entrepreneurship is still very limited, even though Italy has, to date, the primacy in Europe in terms of number of female-owned firms. Moreover, Italy presents some peculiarities in its social context whose analysis can contribute to extend our understanding of the female entrepreneurship domain. Accordingly to previous works, mostly concentrated on US and other Anglo-Saxon countries, our sample is largely made up of small businesses in the service sector. Most interviewed (female) entrepreneurs are generally married and mothers, have a high level of education, have started the business to achieve greater professional fulfillment or, in many cases, in order to obtain greater independence, including economic independence. These women are not satisfied by the support received from their parents, from their partner, from their household workers and from the availability of public/private services to balance work and family responsibilities.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurship, Italy

1. Introduzione

L'imprenditoria viene tradizionalmente ritenuta, a livello internazionale, un'attività dalla forte connotazione maschile (Ogbor, 2000; Bird e Brush, 2002; Bruni *et al.*, 2004). Gli uomini, storicamente, sono ritenuti soggetti maggiormente propensi al rischio rispetto alle donne (Brindley, 2005; Langowitz e Minniti, 2007), più abili nell'interpretare e nel saper gestire i fattori di natura prettamente economica come quali l'andamento dei mercati o l'accesso al credito (Saridakis *et al.*, Marlow e Storey, 2013) e con abilità e competenze maggiormente in linea con quanto necessario per un corretto svolgimento dell'attività imprenditoriale (Hisrich e Brush, 1983; Chaganti, 1986; Aldrich, 1989; Hisrich, 1989; Brush, 1992; Fabowale *et al.*, 1995).

Ciononostante, gli studi più recenti ed autorevoli sul tema portano alla luce una realtà differente, in cui forte e ben delineato è il ruolo svolto dalle donne imprenditrici.

In particolare, a partire dagli anni Ottanta la popolazione di donne imprenditrici a livello mondiale è cresciuta sensibilmente (Brush e Cooper, 2012), tanto che nel 2012 circa il 47% degli imprenditori su scala mondiale – pari in valore assoluto a 224 milioni – è rappresentato da donne (GEM, 2012).

Il fenomeno dell'imprenditoria femminile, ovvero delle imprese create e/o governate da donne, risulta oggi estremamente importante in quanto in grado di stimolare non solamente lo sviluppo economico dei Paesi più svantaggiati (De Vita *et al.*, 2014), ma anche di incentivare il progresso delle economie più avanzate (Brush *et al.*, 2004).

Data la rilevanza del tema, al fine di condurre un'analisi approfondita, gli autori hanno impostato una collaborazione interdisciplinare e pluriennale finalizzata ad investigare le caratteristiche dell'imprenditoria femminile sia da un punto di vista teorico sia da un punto di vista empirico.

A tal fine, è stata in primo luogo condotta un'analisi puntuale dei più recenti orientamenti della relativa letteratura accademica internazionale e tra gli sviluppi più interessanti sono emersi:

- 1) Una crescente attenzione verso i temi dell'imprenditoria femminile nei Paesi in via di sviluppo e fra le donne immigrate (De Vita *et al.*, 2014). L'interesse per tali tematiche può essere giustificato sia da un punto di vista economico sia da un punto di vista sociale. Sotto il primo profilo, l'ingresso della donna nel mercato del lavoro dipendente risulta, in questi Paesi, ancora fortemente limitato dall'esistenza di rilevanti barriere all'entrata. La possibilità di intraprendere un'attività di tipo imprenditoriale può pertanto rappresentare, in particolar modo per donne sposate e con figli, un modo per rifuggire dalla disoccupazione e al tempo stesso può anche costituire un driver fondamentale per la crescita economica e lo sviluppo dell'intera comunità (Chirwa, 2008; Alam *et al.*, 2011); sotto il secondo profilo, la partecipazione della donna all'iniziativa imprenditoriale può contribuire sostanzialmente a scardinare

i radicati stereotipi di genere, che la vedono spesso relegata ad un ruolo secondario tanto nella famiglia quanto nella società (Yunus, 1998; Singh *et al.*, 2010; Aterido e Hallward-Driemeier, 2011).

2) Una recente attenzione verso tale tematica da parte di studiosi non anglosassoni. Tradizionalmente, infatti, la ricerca sull'imprenditoria femminile risulta fortemente ancorata a dati statunitensi e anglosassoni: sono questi, infatti, i Paesi in cui la ricerca sull'imprenditoria femminile ha inizio (e.g. Hisrich e O'Brien, 1981; Brush, 1992) e in cui le fondazioni e associazioni di categoria sono da sempre fortemente motivate a collaborare con i gruppi di ricerca universitari (si vedano, ad esempio, le esperienze della Kauffman Foundation o della U.S. Small Business Administration), agevolando, in questo modo, la possibilità di sviluppare tematiche di forte attualità ed interesse sociale (si pensi, ad esempio, al ruolo del *venture capital* e dei *business angels* per lo sviluppo dell'iniziativa femminile). Negli ultimi anni si è tuttavia assistito ad un lento spostamento del focus geografico della ricerca, che ha reso possibili pubblicazioni, anche su autorevoli riviste scientifiche internazionali, basate su evidenze derivanti dall'analisi di altre parti del mondo, quali, ad esempio, il Giappone (Welsh *et al.*, 2014), la Spagna (Akehurst *et al.*, 2012) o la Bulgaria (Manolova *et al.*, 2007).

Ciononostante, l'Italia risulta essere un Paese ancora pressoché assente nel dibattito internazionale.

Ciò sembra sorprendente per almeno due ragioni:

a) L'Italia detiene il primato, in Europa, per numero di imprese femminili. Alla fine del 2012, infatti, rispetto al totale delle imprese europee (EU27), le imprese italiane governate da donne sono il 15,37% contro il 13,51% della Germania, 12,17% del Regno Unito, 9,10% della Spagna e 8,34% della Francia (Eurostat, 2013).

b) L'Italia, diversamente dagli altri Paesi sviluppati, presenta delle peculiarità proprie del contesto economico-sociale – quali, ad esempio, una forte diffusione dell'impresa familiare (Corbetta, 2005; Compagno, 2008); una forte tradizione di lavoratori autonomi; una diseguale divisione del lavoro domestico fra uomini e donne (Saraceno 2003; Naldini, 2006; Orloff, 2006), una scarsa diffusione di servizi a supporto delle donne lavoratrici (Naldini e Saraceno, 2011) – la cui analisi può realmente contribuire a meglio comprendere il fenomeno generale dell'imprenditorialità femminile.

Con la precisa consapevolezza che l'ambiente socio-economico, così come gli stereotipi nazionali, le ideologie sulla questione "genere" e, più in generale, l'accettazione sociale della carriera imprenditoriale da parte delle donne possano influenzare la crescita di imprese femminili all'interno di un Paese nonché la loro operatività, il presente lavoro si pone come obiettivo quello di indagare le principali caratteristiche, le motivazioni, nonché i principali ostacoli incontrati dalle donne imprenditrici operanti in Italia, contribuendo così almeno in parte a colmare il gap conoscitivo che vi è nei confronti del nostro Paese.

L'analisi sviluppata è di tipo esplorativo ed è stata condotta per mezzo della predisposizione e somministrazione di un questionario ad un campione di 310 imprenditrici italiane. Il quadro che ne emerge è di assoluto interesse e mette in luce l'influenza delle specificità del contesto nazionale: la famiglia sembra influenzare fortemente la propensione ad intraprendere il percorso imprenditoriale, nonché il successo del business; il desiderio di svolgere l'attività imprenditoriale sembra, inoltre, essere così forte da non venire negativamente influenzato né dal poco supporto ricevuto tanto dal partner né dalla scarsità di servizi pubblici e privati presenti sul territorio.

Specificatamente, dopo aver ripreso alcuni aspetti salienti legati all'imprenditoria femminile in Italia (§ 2), il lavoro prosegue attraverso l'analisi della metodologia di ricerca adottata (§ 3), per fornire poi una panoramica dei principali risultati ottenuti (§ 4) e concludere, infine, con la discussione di tali risultati e le principali implicazioni per la ricerca futura (§ 5).

2. Imprenditoria femminile: il contesto italiano

Per meglio comprendere le attuali caratteristiche dell'imprenditoria femminile nell'economia italiana non si può prescindere dal considerare le condizioni del mercato del lavoro cui oggi sono soggette le donne in Italia.

Nonostante i dati nazionali mostrino una tendenziale crescita nel livello occupazionale femminile – con un tasso di occupazione delle donne pari circa il 50% nel 2011 – l'Italia sembra ancora in ritardo rispetto al trend europeo, il quale segna, per l'EU-27, un'occupazione femminile media pari al 62,3% (Eurostat, 2012). Il dato riferito all'Italia, inoltre, risulta particolarmente critico anche da una comparazione interna al Paese: analizzando i dati nazionali emerge, infatti, un forte divario tra nord e sud, con il nord che vede il livello occupazionale femminile attestarsi ad oltre il 60%, seguito a grande distanza dalle regioni del sud, nelle quali si riscontra un tasso medio di occupazione di poco superiore al 33%, con regioni quali Campania, Calabria e Sicilia in cui viene superato di poco il 28% (Istat, 2013).

I tassi di occupazione femminile presentano poi un'ulteriore segregazione legata al titolo di studio. Le donne con un livello di istruzione elevato hanno in media un tasso di occupazione del 40% più alto rispetto alle donne con un basso livello di istruzione (Istat, 2010).

Ciononostante, un forte *gap* nelle condizioni lavorative fra uomini e donne si rileva per quel che riguarda la tipologia di lavoro che le donne sono chiamate a svolgere: sebbene si assista, anche nel nostro Paese, ad una progressiva femminilizzazione di professioni tradizionalmente maschili (Vicarelli, 2003; Lipparini, 2005; Perra e Ruspini, 2014) le donne in Italia subiscono tuttora, rispetto agli uomini, una

sovraesposizione a forme contrattuali atipiche, caratterizzate da salari più bassi, nonché da una maggiore difficoltà di stabilizzazione rispetto agli uomini (Murgia e Poggio, 2011; Reyneri e Pintaldi, 2013). Anche a parità di condizione, posizione e titolo di studio, le donne sono inserite meno frequentemente nei percorsi di carriera, formazione e sviluppo. Se si confrontano donne e uomini con elevati titoli di studio, infatti, le prime hanno carriere più frammentate e adottano generalmente strategie con un maggiore dispendio di risorse, raggiungendo alla fine livelli professionali e di reddito comparativamente più bassi. Questo fenomeno è noto in letteratura come segregazione verticale o “soffitto di cristallo” (Pruna 2007; Scherer and Reyneri, 2008).

Parlando di occupazione femminile, un aspetto non secondario è quello connesso alla conciliazione tra lavoro ed attività di cura familiare. I dati relativi all'Italia evidenziano l'influenza non trascurabile che l'aver figli ha sulle probabilità di trovare un impiego. Le donne con figli in età pre-scolare hanno, secondo i più recenti dati Istat (2013), una probabilità di lavorare di oltre il 30% inferiore rispetto alle donne che non hanno figli. Se si guarda in dettaglio il numero di figli, emerge, inoltre, che il tasso di occupazione delle donne con un figlio è di circa il 4,5% inferiore a quello delle donne senza figli. Questa distanza aumenta per le donne con due figli (pari a circa il 10%) e raggiunge il picco del 22% per quelle donne con tre o più figli (Eurostat, 2012). Nello specifico caso italiano, due sembrano essere i fattori chiave nel determinare le citate difficoltà occupazionali per le donne con figli (Saraceno, 2011):

- 1) una limitata disponibilità di servizi a sostegno delle donne lavoratrici. Ad esempio, molto scarsa, nonché estremamente eterogenea, è la disponibilità, su scala nazionale, di servizi a sostegno della prima infanzia (quali asili nido, ecc.). La copertura nazionale per tali servizi varia infatti da regione a regione, passando da una copertura di circa il 30% in regioni del Nord Italia quali l'Emilia Romagna, a situazioni come quella della Campania in cui tali servizi sono garantiti a meno del 2% della popolazione (Istat, 2010).
- 2) Una ancora debole ed iniqua divisione del lavoro domestico tra uomo e donna (Paci e Pugliese, 2011; Ascoli e Pavolini, 2012), con conseguente sensibile riduzione delle ore di lavoro pagate per le donne con figli e, per contro, un aumento nelle ore di lavoro pagate per gli uomini (Anxo *et al.*, 2011).

Alla luce dei dati presentati e in linea con significative evidenze presenti nella letteratura internazionale sul tema (Schwartz, 1976; Hisrich e Brush, 1983; Buttner e Moore, 1997; Kelley *et al.*, 2011; Coleman e Robb, 2012), la vocazione imprenditoriale delle donne italiane, in special modo di quelle meridionali, sembra trovare le sue radici proprio nella difficoltà d'ingresso e permanenza nel mercato del lavoro. Oltre a questo le forti difficoltà di armonizzazione della vita lavorativa con quella familiare e la possibilità di gestire in maniera maggiormente flessibile i propri ritmi di lavoro potrebbe portare molte donne a considerare l'apertura di un'impresa come una scelta maggiormente adatta a conciliare vita lavorativa e vita familiare

(Hildebrand e Williams, 2003; Dini, 2009; Gray e Hughes, 2005; Gurley-Calvez et al., 2009; Bertolini e Goglio, 2011).

Quella di intraprendere il percorso imprenditoriale sembrerebbe, quindi, una scelta obbligata, dettata dalla necessità economica di lavorare e conciliare (cosiddetti fattori *push*), e non legata invece alla possibilità di realizzare una propria idea imprenditoriale o di raggiungere una maggiore indipendenza economica e personale (cosiddetti fattori *pull*).

Tutto ciò premesso, le imprese femminili rappresentano il 23,5% delle imprese nazionali (Osservatorio Unioncamere, 2013) e risultano caratterizzate da un trend di sviluppo crescente, contribuendo in modo determinante, come sottolinea il recente Rapporto Unioncamere (2013), all'ampliamento della base imprenditoriale nazionale.

Nello specifico, l'universo delle imprese femminili nel nostro Paese risulta composto da micro-imprese (per circa il 97,4% dei casi), prevalentemente concentrate nel settore terziario (70,3%, mentre il 17% è nell'agricoltura), le quali rappresentano un vero e proprio volano per l'economia nazionale per almeno tre ordini di motivi.

Il primo riguarda la capacità di tali imprese di contribuire a creare occupazione nel Paese: tra il 2003 e il 2008, infatti, il tasso di occupazione delle imprese femminili è aumentato di circa 15 punti percentuali, contro un incremento di solo il 3% nelle imprese maschili (Osservatorio Unioncamere, 2011).

Inoltre, come inizia ad emergere da indagini svolte da Camere di Commercio locali, quali quelle di Milano, Ravenna e Padova, particolarmente interessanti sembrano essere anche i dati sul fatturato delle imprese femminili, i quali, pur tenendo conto delle loro dimensioni generalmente contenute, riflettono spesso un andamento migliore rispetto a quello delle imprese maschili.

Infine, proprio perché le imprese femminili sono, ad oggi, ancora collocate principalmente nel settore dei servizi – e prevalentemente nell'ambito dei servizi alla persona – esse garantiscono la creazione di un solido indotto che, fornendo servizi di prossimità a forte radicamento territoriale, non corrono il rischio di essere dislocate altrove e sono con buona probabilità destinate ad espandersi in funzione della crescente domanda di servizi provenienti dalla complessità della società contemporanea (Ferrera, 2008).

Il quadro fin qui elaborato giustifica il presente studio finalizzato a comprendere le caratteristiche della realtà imprenditoriale femminile in Italia, dei punti di forza della stessa, nonché degli ostacoli che tali imprese si trovano a dover affrontare, al fine di individuare importanti spunti di riflessione in un'ottica tanto manageriale quanto sociologica.

Nello specifico, con il presente lavoro si vuole fornire una fotografia di un campione di imprese femminile italiane, analizzando quegli aspetti – le caratteristiche socio-demografiche, il ruolo della famiglia di origine, le problematiche inerenti la conciliazione fra lavoro e famiglia, il networking, le motivazioni e il

finanziamento dell'impresa – che meglio possono favorire la comprensione del fenomeno.

3. Metodologia di ricerca

Per raggiungere l'obiettivo sopra esplicitato è stato costruito un questionario *ad hoc*, la cui compilazione è stata resa possibile sia online che in forma cartacea.

I dati sono stati raccolti nel periodo compreso fra Maggio e Dicembre 2012 attraverso 54 domande a risposta chiusa, in parte a scelta unica e in parte a scelta multipla.

Il questionario si compone di 6 sezioni, di seguito brevemente illustrate.

La prima sezione investiga le caratteristiche demografiche delle imprenditrici.

La seconda analizza il capitale umano, attraverso domande già validate da studi internazionali sul tema, quali quelli Lerner et al. (1997), Carter et al. (2003) e Coleman (2007).

La terza sezione si focalizza sul tema della conciliazione fra lavoro e famiglia e le domande elaborate puntano a mettere in luce quali aspetti del dibattito attuale sul tema siano significativi per le imprenditrici italiane; a tal fine si è fatto riferimento alle ricerche di Crompton e Lyonette (2006), Lewis (2009) e McCarthy et al. (2010).

La quarta sezione indaga sull'attività di networking delle imprenditrici e le ricerche di Manolova et al. (2007) e McGregor e Tweed (2002) rappresentano le fonti principali per l'elaborazione delle domande.

La quinta sezione del questionario analizza le motivazioni principali che hanno spinto le imprenditrici ad iniziare questo percorso nonché i principali ostacoli incontrati. Le domande sono frutto dell'adattamento al contesto italiano delle ricerche condotte, fra gli altri, da Hughes (2006) e Kirkwood (2009).

Infine la sesta ed ultima sezione esamina il tema del finanziamento e gli studi, fra gli altri, di Coleman (2004) e Brush et al. (2006) hanno rappresentato dei punti di riferimento importanti nell'impostazione del questionario.

La scelta di utilizzare domande presenti in questionari elaborati da altri ricercatori deriva dal voler utilizzare domande validate e consentire avanzamenti futuri della ricerca basati su confronti internazionali. È importante precisare che i citati studi presi come riferimento sono stati opportunamente rielaborati, con puntuali integrazioni o modifiche, al fine di cogliere le peculiarità del contesto italiano (è questo il caso, ad esempio, delle domande incentrate sul ruolo svolto dalla famiglia).

Le imprese, per poter rientrare nella nostra analisi, devono presentare due caratteristiche:

- 1) la donna deve detenere una quota di capitale sociale superiore al 50%;

2) deve esservi almeno un dipendente. Tale criterio è stato scelto per escludere le libere professioniste e le titolari di partita iva individuale dall'analisi.

Non poche difficoltà si sono riscontrate nell'individuazione delle imprese cui poter somministrare il questionario. Non essendo, infatti, consultabili gli elenchi ufficiali nazionali e/o locali delle imprese femminili, ci si è avvalsi del supporto di tutti i Comitati provinciali per l'Imprenditoria Femminile istituiti presso le diverse Camere di Commercio. Il sostegno di tali Comitati è stato però poco significativo e quindi si è sentita l'esigenza di chiedere aiuto anche alle principali associazioni nazionali di donne imprenditrici, che si sono rese disponibili ad inviare direttamente alle proprie associate il questionario.

Attraverso la rete dei Comitati delle Camere di Commercio e soprattutto delle associazioni sono state raggiunte circa 3.000 imprenditrici, 490 delle quali hanno compilato il questionario. Escludendo, ai fini delle elaborazioni finali, i questionari incompleti o riportanti errori, si è raggiunto un campione finale di 310 imprese, che appare rappresentativo della realtà italiana, come illustrato nel paragrafo successivo.

Di seguito si riportano i principali risultati di ciascuna delle 6 sezioni del questionario al fine di fornire una "fotografia" del campione*; vengono poi commentati i principali risultati derivanti dall'analisi esplorativa effettuata.

4. Analisi descrittiva

4.1. Caratteristiche demografiche del campione

Con riferimento alla localizzazione geografica delle 310 imprenditrici che hanno risposto al questionario, i risultati mettono in luce come le attività delle intervistate risultino prevalentemente concentrate nel Nord Italia (71%); il 19% è invece localizzato nel Centro Italia, mentre solo il 10% nel Sud Italia.

Per quanto riguarda il settore di attività economica, come anticipato il campione risulta abbastanza rappresentativo del contesto italiano: il 68% delle imprese femminili analizzate appartiene, infatti, al settore terziario (contro una media italiana

*Si consideri che, in alcuni casi, la somma delle percentuali non è pari al 100%, bensì superiore. Ciò dipende dalla natura del questionario, in parte composto da domande a scelta multipla.

del 70%), seguono poi imprese operanti nella manifattura (17%) e nel settore primario (15%).

Coerenti con questi risultati e con quelli nazionali sono anche le informazioni legate alla dimensione delle imprese in analisi: nell'82,6% dei casi si può infatti parlare di micro imprese (da 1 a 9 dipendenti), con addirittura il 42,6% del campione con un unico dipendente.

In linea con quelli sopra citati sono anche i risultati relativi alla forma giuridica e al fatturato: il 35% del campione risulta costituito da ditte individuali; è tuttavia interessante notare come ben il 38% del campione sia composto da società di capitali (nel caso specifico, Srl e Spa), sinonimo di organizzazioni generalmente più complesse, sistemiche (Cafferata, 2014) e in grado di maggiormente tutelare l'imprenditrice. Per quanto concerne il fatturato, il 24% delle imprese intervistate dichiara un fatturato al 2012 inferiore a 50.000 €; il 14% fra 50.000 e 100.000€ e il 9% tra 100mila e 200mila €. Oltre questa soglia le percentuali diminuiscono progressivamente.

Considerando, invece, il profilo strettamente personale, gli studiosi del tema hanno sempre cercato di definire il profilo dell'imprenditrice "tipo". In generale, dagli studi di matrice statunitense, emerge che le imprenditrici hanno in genere fra i 35 e i 45 anni, sono sposate con figli e generalmente sono ben educate (Hisrich e Brush, 1984; Brodsky, 1993; Cowling e Taylor, 2001). In particolare, essere sposate e avere più di un figlio sembra aumentare la possibilità di diventare imprenditrice (Bruce, 1999), sebbene le più recenti evidenze empiriche mostrino come questo possa essere considerato veritiero per le sole donne meno qualificate (e.g. Burke *et al.*, 2000).

I nostri risultati sono abbastanza in linea con quelli d'oltre oceano: la maggioranza delle nostre imprenditrici si colloca nella fascia di età che va dai 36 ai 50 anni (51,3%) mentre solo il 17,4% del nostro campione è costituito da imprenditrici tra i 20 e i 35 anni d'età. Inoltre, il 73,2% del campione è formato da imprenditrici coniugate e nel 64% dei casi in analisi le intervistate hanno figli; specificatamente, 120 imprenditrici hanno figli ancora minorenni (38,7%) e quasi la metà di queste ha figli al di sotto dei 6 anni d'età (circa il 17% dell'intero campione). Questo dato risulta fortemente collegato con il tema, più avanti indagato, della conciliazione lavoro-famiglia.

4.2. Capitale umano

Attraverso questa sezione si è indagato: a) il livello di istruzione delle imprenditrici intervistate, nella consapevolezza, confermata ampiamente in letteratura, che un più alto livello di istruzione sia positivamente correlato al successo dell'impresa (e.g.

Brush e Hisrich, 1991; Box *et al.*, 1993); b) l'esperienza imprenditoriale delle intervistate; c) il ruolo della famiglia nella gestione dell'impresa.

Per quanto concerne il livello di istruzione relativo al nostro campione, esso risulta medio-alto: il 37,1% delle imprenditrici intervistate possiede infatti un diploma di laurea e il 12% circa ha una formazione post-laurea. Questo dato appare coerente con i più recenti studi focalizzati sul tema della *creazione di imprese* in Italia, i quali dimostrano una marcata propensione imprenditoriale da parte di studenti universitari (Cafferata e Dossena, 2012)

In linea con i risultati internazionali (Carter e Allen, 1997; Carter *et al.*, 2003), inoltre, il 39% circa del campione ha una formazione di natura umanistica, il 42% di natura tecnica (istituto tecnico commerciale, istituto tecnico per il turismo ecc.) e per il 19% è una formazione scientifica.

L'alta percentuale di donne formatesi in ambito umanistico e aventi poi scelto di intraprendere la strada del lavoro autonomo sembra giustificare l'importanza che viene attribuita, dalle imprenditrici analizzate, al tema della formazione: il 57,3% delle nostre imprenditrici dichiara, infatti, di aver frequentato specifici corsi di formazione professionale – su temi quali contabilità, finanza, marketing, gestione delle risorse umane ecc. – al fine di migliorare le proprie competenze.

Per quanto concerne l'esperienza imprenditoriale, la letteratura sul tema evidenzia come esista una relazione prevalentemente positiva fra l'esperienza pregressa e il successo della "nuova" impresa (Brüderl *et al.*, 1992; Box *et al.*, 1993; Cooper *et al.*, 1994; Carter *et al.*, 1997). L'esperienza acquisita sembra infatti aumentare le probabilità di identificare le opportunità nel mercato e di meglio comprendere l'ambiente in cui si andrà ad operare (Cooper e Park, 2008; Cromie e Hayes, 2011). La stessa relazione si verifica con l'incremento del numero di anni di esercizio dell'attività imprenditoriale (Cromie e Hayes, 2011).

Coerentemente, i dati da noi raccolti evidenziano che l'82% delle intervistate svolgeva un'attività lavorativa prima di iniziare l'attività imprenditoriale in analisi: il 25% era già imprenditrice, mentre il 57% svolgeva lavoro dipendente. Considerate nel loro complesso, le donne già occupate lavoravano, nel 48% dei casi, nello stesso settore della loro attuale impresa, dato, anche questo in linea con le evidenze teoriche sopra ricordate. Si tratta di donne che hanno un'età media di 47 anni e con una formazione medio alta: il 49% ha, infatti, un diploma di laurea e il 12% una formazione post-laurea.

Particolarmente interessante è l'evidenza riguardante le modalità con le quali le donne intervistate sono diventate imprenditrici; i risultati dimostrano che nel 64% dei casi l'impresa è stata creata *ex novo*, nel 27% dei casi la titolarità dell'impresa è stata ereditata mentre nel 9% dei casi l'impresa è stata acquisita. Tale dato può essere commentato alla luce del ruolo rivestito dalla famiglia.

A tal proposito, i risultati del nostro questionario mettono in luce le peculiarità del contesto italiano in merito al ruolo della famiglia e alla sua influenza sull'attività imprenditoriale; la scarsa legittimità attribuita alle donne nelle possibilità d'ingresso e

partecipazione al mercato del lavoro, unitamente alle bassissime dotazioni di welfare sostengono, ancora oggi in Italia, un modello in cui la famiglia rappresenta una preziosa fonte di risorse non solo in termini di cura ma anche e soprattutto in termini di supporto di tipo morale, relazionale, esperienziale e finanziario.

Guardando alle sopracitate modalità di acquisizione della titolarità dell'impresa, sembra che la presenza di uno o più imprenditori in famiglia abbia un'influenza importante sulla predisposizione personale ad intraprendere un percorso imprenditoriale autonomo; a riguardo, infatti, più della metà delle imprenditrici del campione (57%) dichiara di avere una tradizione imprenditoriale familiare consolidata, data dalla presenza di almeno un imprenditore nella propria famiglia di origine.

Il coinvolgimento della famiglia appare rilevante anche guardando alla composizione del capitale sociale delle imprese analizzate. I risultati evidenziano che, considerando quelle realtà in cui l'imprenditrice detiene meno del 100% di capitale sociale, ben nel 60% dei casi la rimanente quota di capitale è di proprietà di soli membri della famiglia.

Se si analizzano, inoltre, le informazioni relative all'intero campione, emerge come non solo vi sia un'ampia percentuale di imprese in cui il capitale sociale sia detenuto da appartenenti al medesimo nucleo familiare, ma anche come la famiglia sia considerata punto di riferimento nell'adozione di decisioni strategiche, indipendentemente dal proprio coinvolgimento formale nell'impresa. Circa il 41% delle imprenditrici del nostro campione dichiara, infatti, di ricorrere ad un vero e proprio "supporto strategico" della famiglia, adottando quello che può essere definito a tutti gli effetti un processo di *co-decision making*.

4.3 Conciliazione lavoro-famiglia

Il tema della conciliazione tra vita familiare e vita lavorativa è particolarmente rilevante negli studi sull'imprenditoria femminile (Caputo e Dolinsky, 1998; Jurik, 1998; Boden, 1999). Sebbene da più parti si sostenga che l'imprenditoria rappresenti, in virtù della maggiore possibilità di gestire in maniera flessibile gli orari di lavoro, una scelta lavorativa più "conciliante" rispetto, ad esempio, ad una scelta di lavoro dipendente, le indagini più recenti sottolineano come, in realtà, gli orari di lavoro prolungati e la necessità di dover assicurare una continuità lavorativa, pena la perdita di quote consistenti in termini di network e di fatturato, comportino, al contrario, maggiori difficoltà nella possibilità di bilanciamento tra vita lavorativa e vita familiare (Jennings e McDougald, 2007; Kirkwood e Tootell, 2008).

L'intensità dei ritmi di lavoro è confermata dai dati del nostro campione: circa il 33% delle imprenditrici dichiara, infatti, di dedicare alla propria attività imprenditoriale

tra le 40 e le 50 ore settimanali. Quasi la metà del campione (44,5%) dichiara un coinvolgimento nell'impresa superiore alle 50 ore settimanali. Interessante è notare come l'orario lavorativo venga tuttavia considerato come elemento di insoddisfazione solo per il 3,8% di imprenditrici analizzate; il 45% del campione si dice, infatti, essere abbastanza soddisfatto, e addirittura il 28% si dichiara pienamente soddisfatto del proprio orario di lavoro.

Meno rassicuranti sono, invece, i risultati sulla soddisfazione connessa ai diversi dispositivi di conciliazione disponibili. I risultati della nostra indagine mettono in luce, infatti, tutte le carenze del sistema di welfare italiano; se da un lato le imprenditrici appaiono molto soddisfatte della flessibilità oraria (circa il 50% del campione), dall'altra sono invece negativi i risultati inerenti la soddisfazione connessa a tutti gli altri dispositivi, come illustrato in Tabella 1.

Tabella 1 – Livello di soddisfazione derivante dai dispositivi di conciliazione

<i>Strumento di conciliazione</i>	<i>Livello di soddisfazione</i>	<i>%</i>
Aiuto dei genitori	poco soddisfatta	55
	abbastanza soddisfatta	12
	molto soddisfatta	33
Aiuto del coniuge	poco soddisfatta	47
	abbastanza soddisfatta	15
	molto soddisfatta	38
Aiuto di collaboratori familiari	poco soddisfatta	69
	abbastanza soddisfatta	14
	molto soddisfatta	17
Aiuto legato ad orari lavorativi flessibili	poco soddisfatta	33
	abbastanza soddisfatta	17
	molto soddisfatta	51
Aiuto legato alla disponibilità servizi pubblici/privati	poco soddisfatta	76
	abbastanza soddisfatta	9
	molto soddisfatta	15

Fonte: nostra elaborazione

Circa la famiglia, in particolare, sebbene il supporto da essa derivante risulti fondamentale sia da un punto di vista economico che da un punto di vista più prettamente operativo, il livello di soddisfazione per quanto riguarda l'aiuto nello

svolgimento delle tradizionali attività di cura risulta essere nel complesso piuttosto modesto. I risultati evidenziano infatti come oltre la metà del campione sia poco soddisfatta del supporto ricevuto dai propri genitori. Si conferma quindi, in linea con i risultati di altri studi (Pescarolo, 2007; Bertolini e Goglio, 2011; Di Nicola, 2013), un progressivo ridimensionamento della disponibilità di tempo da parte delle generazioni precedenti in conseguenza sia della maggiore mobilità territoriale delle famiglie sia dell'innalzamento dell'età pensionabile. Nella ricomposizione dei tradizionali equilibri intergenerazionali assume quindi un ruolo più rilevante l'aiuto del partner il cui supporto è nel complesso giudicato abbastanza positivamente dalla maggioranza delle imprenditrici.

Particolare insoddisfazione è espressa nei confronti dei servizi pubblici e privati disponibili sul territorio. L'importanza e la necessità di tali servizi emerge chiaramente dalle risposte al nostro questionario, coerentemente con le più note ricerche sul tema (Bettio e Plantenga, 2004; Saraceno e Rusconi 2006; Bertolini e Goglio, 2011). Per poter, infatti, investire nella propria impresa, ampliando le reti formali ed informali, impegnandosi in percorsi di formazione e sviluppo mirati, fondamentale è che le donne siano messe nelle condizioni di liberare parte del tempo investito nelle tradizionali attività di cura della famiglia. Il contesto socio-culturale del nostro Paese ha spesso portato a sottovalutare l'importanza dell'investimento in tali servizi dato il tradizionale ruolo di sostegno attribuito alla famiglia, tuttavia delineando profonde disegualianze soprattutto per chi, su tali reti informali, non può di fatto contare.

4.4. Networking

L'importanza della partecipazione a network e di "mentori" è ampiamente dibattuta in letteratura (per tutti Manolova *et al.*, 2007). Per il successo dell'impresa appare, infatti, fondamentale essere inseriti in reti di relazioni professionali più o meno formalizzate basate su un mix costruttivo di legami forti e deboli. Coerentemente, il dato che emerge dai questionari raccolti è che il 77% delle intervistate è iscritto ad un'associazione (GammaDonna, AIDDA, APID; Terziario Donna, ecc.).

I dati raccolti confermano come si ricorra all'associazionismo in prevalenza al fine di favorire la trasmissione di esperienze tra imprenditrici (41%). A riguardo è interessante notare, però, come solamente nel 25% dei casi il far parte di un'associazione venga legato alla possibilità di costruzione di rapporti sinergici con imprenditori e altri professionisti e solo per il 20% delle intervistate l'associazione è di supporto nella risoluzione dei problemi.

Riguardo al supporto esterno, sebbene le imprese intervistate siano di piccole dimensioni, la burocrazia e i numerosi adempimenti fiscali impongono il ricorso a

competenze esterne; infatti, il 91% delle imprenditrici afferma di avvalersi, nella gestione ordinaria dell'impresa, del commercialista, il 48% del consulente del lavoro, il 37% dell'avvocato e di esperti informatici. Coerentemente con la dimensione d'impresa e con il fatturato, solo l'8% ricorre ad esperti di marketing e ricerche di mercato.

Per quanto concerne il ruolo dei "mentori" e, quindi, il supporto nelle decisioni strategiche, ben l'87% del campione afferma di ricorrere al supporto di terzi quando deve prendere decisioni strategiche; nel 46% dei casi le imprenditrici ricorrono ai propri soci, il 29% fa riferimento al commercialista e ben il 26% al coniuge.

Questi dati confermano quanto già emerso: le imprenditrici italiane trovano nella famiglia un'importante fonte di sostegno, non solo finanziario.

4.5 Motivazioni

La letteratura individua come motivazioni principali alla base della decisione di avviare un'attività imprenditoriale o fattori di tipo *pull* collegati al bisogno di affermazione personale o al desiderio di raggiungere una maggiore indipendenza professionale ed economica, oppure a fattori di tipo *push* collegati invece alle difficoltà sperimentate nell'accesso al mercato del lavoro o alla necessità di conciliare il lavoro con le attività domestiche e di cura (ad es. McClelland, 1961; Hisrich, 1984/1985; McGowan *et al.*, 2012).

Contrariamente alle evidenze emerse nella letteratura classica sull'imprenditoria, secondo cui in Paesi in cui è bassa l'occupazione femminile la scelta di iniziare un'attività imprenditoriale sarebbe prevalentemente legata alla necessità di lavorare o di riuscire a superare gli ostacoli e gli stereotipi di genere (ad es. Woldie e Adersua, 2004), i risultati del nostro studio evidenziano come solamente il 14% del campione ha scelto la strada dell'imprenditorialità in quanto spinto da necessità e solo il 13,6% da desiderio di affermazione; nettamente predominante nella scelta del percorso imprenditoriale risulta essere, invece, il desiderio di indipendenza, motivazione principale per il 42,1% del campione. Questi dati portano il nostro Paese ad essere allineato con i Paesi a più alto reddito quali Canada, USA, Gran Bretagna, Israele (ad es. Kariv, 2011).

Oltre alla motivazione, si è indagato circa i principali problemi che le imprenditrici affrontano nella gestione ordinaria della propria impresa. Tra questi si evidenziano:

- Eccesso di burocrazia (48% delle intervistate).
- Ritardo negli incassi (40% delle intervistate).
- Insufficienza di risorse finanziarie (32% delle intervistate).
- Inadeguatezza del supporto/assistenza da parte delle Istituzioni (20% delle intervistate).

- Instabilità politica (18% delle intervistate).
- Difficoltà di reclutare forza lavoro qualificata (18% delle intervistate).

È interessante osservare che ben 208 imprenditrici su 310 dichiarano che i problemi individuati non sono legati al fatto di essere donna. Nel nostro campione, infatti, solo 33 imprenditrici collegano i problemi gestionali esclusivamente ad una questione di genere; la restante parte del campione si colloca in una posizione intermedia, affermando che l'essere donna è solo uno degli aspetti problematici nello svolgimento della propria attività.

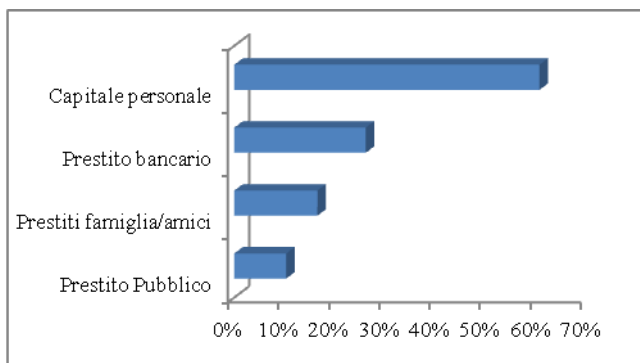
Piuttosto che essere un dato confortante, come evidenziato anche da altre ricerche (David, 2008; Bertolini e Goglio, 2011), questa percezione riguardo alla questione di genere potrebbe piuttosto essere il risultato di strategie che spingono le donne a scegliere di inserirsi in settori più "femminilizzati", con dimensioni di impresa più piccole, scarso utilizzo, ad esempio, del sistema creditizio, al fine proprio di evitare di dover affrontare mondi più tipicamente maschili e, quindi, potenzialmente più ostili.

4.6 Finanziamento all'impresa

La piccola dimensione delle imprese facenti parte del campione giustifica il forte ricorso a capitali personali non solo per finanziare l'impresa nel momento della sua creazione ma anche per la gestione corrente della stessa (ad es. Brush *et al.*, 2006).

Dalla Figura 1 si evince, infatti, che il 61% del campione ha utilizzato capitali personali per avviare la propria attività e solo il 26% ha fatto ricorso a prestiti bancari.

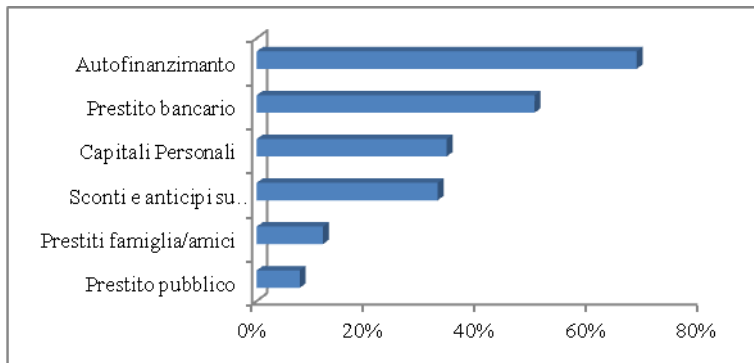
Figura 1 – Fonti di finanziamento per l'avvio dell'attività



Fonte: nostra elaborazione

Per quanto concerne, invece, la gestione ordinaria dell'attività d'impresa, il 68% delle intervistate ricorre all'autofinanziamento, il 50% utilizza il prestito bancario e il 34% i capitali personali. In linea con il trend nazionale e con le ricerche internazionali (Brush *et al.*, 2006; Neeley e Van Auken 2010) è il risultato relativo al ricorso a sconti e anticipi su fatture: ben il 33% del campione utilizza questo metodo come fonte di finanziamento ordinario (Figura 2).

Figura 2 – Fonti di finanziamento per la gestione ordinaria dell'attività



Fonte: nostra elaborazione

Il rapporto con gli istituti di credito risulta particolarmente delicato. Solo nel 29% dei casi le imprenditrici dichiarano, infatti, di non aver problemi nel relazionarsi con gli istituti di credito. In linea generale, le problematiche connesse a tale rapporto sembrano essere in prevalenza riconducibili a:

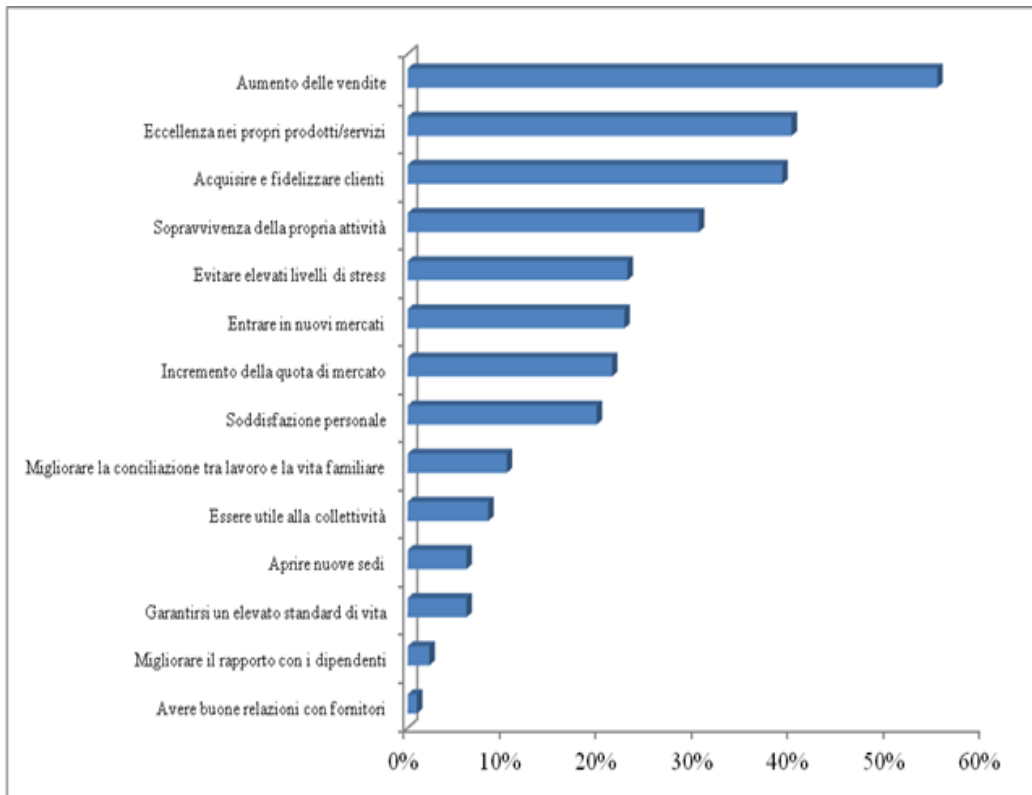
- Condizioni attuali del contesto economico-sociale (47% delle intervistate).
- Garanzie elevate richieste dalle banche per la concessione di finanziamenti (33% delle intervistate).

Questi dati sono in linea con i risultati della ricerca internazionale, dove si sottolinea, ormai da anni, la difficoltà di accesso al credito da parte delle imprenditrici (Hill *et al.*, 2006; Roper and Scott, 2009; Cavalluzzo *et al.*, 2002; Fielden *et al.*, 2003).

È inoltre interessante notare come solamente il 3,8% delle imprenditrici che valutano problematico il rapporto con le banche riconduca tale criticità al proprio essere donna.

L'assenza di problematiche di genere sembra emergere anche dagli obiettivi fissati dalle imprenditrici nei prossimi 5 anni (Figura 3).

Figura 3 – Obiettivi a 5 anni



Fonte: nostra elaborazione

L'aumento delle vendite, l'eccellenza nei servizi, la fidelizzazione dei clienti e la sopravvivenza della propria attività sono infatti gli obiettivi più ricorrenti fra le imprenditrici; meno rilevanti appaiono gli obiettivi che la letteratura riconduce alla natura femminile dell'imprenditore (Gurley-Calvez et al., 2009), quali ad esempio la conciliazione fra lavoro e vita familiare, l'essere utile alla collettività, il desiderio di migliorare il rapporto con i dipendenti.

4.7 Analisi di correlazione

Nel tentativo di fornire un quadro d'insieme del complesso delle variabili considerate è stata inoltre effettuata un'analisi delle correlazioni (tabella 2) tra le principali variabili incluse nel questionario.

Dall'analisi dei risultati emergono alcune interessanti correlazioni tra i diversi cluster, meritevoli di futuri approfondimenti empirici più elaborati.

Una prima relazione emerge confrontando il cluster relativo alle variabili demografiche con le variabili di conciliazione. Più nel dettaglio, esiste una relazione negativa tra l'età dell'imprenditrice e la valutazione del supporto ricevuto dal partner, dai parenti e dai servizi pubblici e privati mentre una relazione positiva e significativa emerge tra l'aver figli e la rilevanza attribuita al sostegno offerto dai servizi pubblici e privati.

Risultati degni di nota sono quelli che derivano dal confronto tra il cluster legato al capitale umano e i dati relativi al settore e alla famiglia. Da una parte si evidenzia una relazione significativa e positiva tra la variabile "ha fondato l'impresa" e il settore di attività dei servizi. Dall'altra invece il fatto di aver fondato l'impresa ha una relazione significativa ma di segno negativo sia con la presenza di imprenditori nella famiglia di origine sia con la presenza di soci membri della famiglia. In particolare, aver ereditato l'impresa correla positivamente con il settore manifatturiero e con la presenza di una tradizione familiare di imprenditorialità oltre che con la presenza di soci membri della famiglia. Il ruolo della famiglia, coerentemente con quanto precedentemente argomentato, sembra tornare centrale tra l'altro nel supporto offerto in termini economici, anche per le donne che hanno fondato l'impresa. Aver creato la propria attività è infatti positivamente correlato con il ricorso, per la creazione d'impresa, a capitali personali e ai prestiti erogati da familiari e amici.

Altro dato interessante, e in linea con gli studi internazionali, riguarda il risultato relativo al ricorso agli istituti di credito per finanziare l'avvio dell'impresa; esso è negativamente correlato con l'aver fondato l'impresa mentre ha una relazione positiva e significativa con l'averla ereditata. È inoltre interessante notare come l'unica variabile positivamente correlata con il ricorso alle banche come fonte di finanziamento è quella relativa alle donne che avevano già una precedente esperienza lavorativa come imprenditrici. Questi dati sembrano sottolineare quanto importante sia, ai fini di valutare la credibilità dell'imprenditrice da parte della banca, l'esperienza maturata nel tempo.

Infine guardando alle relazioni tra il cluster *motivazione* e quello relativo al *capitale umano* emerge una correlazione negativa tra il desiderio di realizzazione personale e l'esperienza imprenditoriale.

Tabella 2 – Tabella di correlazione

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
1 N. di dipendenti	1,000																																					
2 Fatturato	,606**	1,000																																				
3 Età dell'impresa	-,300**	-,373**	1,000																																			
4 Età imprenditrice	,075	,105*	-,242**	1,000																																		
5 Stato civile	-,014	-,009	-,063	,262**	1,000																																	
6 Presenza figli	,065	,103	-,116*	,225**	-,377**	1,000																																
7 Livello di istruzione	,091*	,060	,124*	-,159*	-,186**	-,127**	1,000																															
8 Ha creato l'impresa	-,119*	-,144**	,200**	-,094*	-,077	-,129*	,047	1,000																														
9 Ha ereditato l'impresa	,127**	,110*	-,149*	,071	,092	,177**	-,026	-,823**	1,000																													
10 Ha acquistato l'impresa	,002	,074	-,106*	,047	-,015	-,060	-,039	-,405**	-,186**	1,000																												
11 Lav preced: dipendente	-,033	-,039	-,011	,010	,023	,006	-,028	,042	-,104	,094	1,000																											
12 Lav preced: autonomo	,009	,013	-,013	,036	,019	-,004	,028	,125*	-,143*	,013	-,608**	1,000																										
13 Imprenditori fam. origine	,113*	,071	-,032	-,037	-,144**	-,077	,074	-,294**	,357**	-,067	-,055	-,027*	1,000																									
14 Soci membri famiglia	,162*	,123	-,101*	,039	,148*	,151*	-,037	-,382**	,431*	-,032	-,042	-,078	,284**	1,000																								
15 Freq. corsi professionali	,015	,075	-,060	,037	-,042	,074	,016	-,005	,019	-,021	,053	-,011	,155**	,070	1,000																							
16 Esperienza imprenditoriale	,225**	,311**	-,757**	,382**	,098*	,170**	-,187**	-,158**	,111*	,095	,048	-,018	-,027*	,079	,004	1,000																						
17 Capitale sociale	-,282**	-,351**	,243**	-,001	,027	-,126*	-,004	,099	-,140*	,053	,090	-,049	-,001	-,132*	-,059	-,151*	1,000																					
18 Agricoltura	,052	,051	,023	,085	,051	-,019	,047	-,078	,133	-,079	-,068	-,008	,068	-,039	,068	-,008	,106	1,000																				
19 Industria	,144*	,122*	-,087*	-,021	,082	,142*	-,071	-,349**	,346**	,046	-,024	-,076	,130*	,311**	,004	,033	-,040	-,163**	1,000																			
20 Servizi	-,163**	-,142**	,070	-,024	-,104	-,124*	,043	,369**	-,395**	-,003	,058	,076	-,158**	-,273**	-,039	-,027*	-,018	-,364**	-,860**	1,000																		
21 CFI Capitali personali	-,031	-,082	,046	,078	,018	-,045	,015	,500**	-,423**	-,185**	-,007	,161*	-,271**	-,256**	-,009	-,016	,030	,023	-,312**	,282**	1,000																	
22 CFI Prestito Famiglia	-,112*	-,063	,080	-,039	,063	,048	,028	,241**	-,195**	-,103	,063	-,039	-,055	-,066	,045	-,044	-,069	,025	-,061	,045	-,034	1,000																
23 CFI Prestito banca	-,039	,026	,031	-,052	-,048	-,006	,030	,092	-,152**	,085	-,086	,121	-,019	-,012	,098	-,027*	,037	,023	,074	-,082	,043	-,066	1,000															
24 CFI Finanziamenti pubblici	,036	,048	,008	-,027	,034	,170**	-,014	,121*	-,090	-,064	,011	,108	-,091	-,104	,014	,001	-,050	,084	,027	-,068	,100	,078	,136*	1,000														
25 FFA** Autofinanziamento	-,005	-,002	-,022	,023	-,101	-,114*	,022	,163**	-,134*	-,065	,020	,011	-,022	-,099	,081	-,077	,019	-,044	-,103	,120*	,142*	-,029	,002	-,084	1,000													
26 FFA** Capitali personali	-,029	-,012	-,004	-,033	-,022	-,022	,023	,014	,014	-,047	-,012	,036	,071	-,004	,094	,005	,069	,144*	,014	-,088	,146*	-,046	,051	,114*	-,134*	1,000												
27 FFA** Prestito Famiglia	-,174**	-,137**	,097*	-,021	,053	,025	,060	,148**	-,112*	-,075	,044	-,087	-,113*	-,062	,048	-,026	,057	,068	-,067	,028	-,079	,401**	,057	,074	-,052	,143**	1,000											
28 FFA** Prestito banca	,091	,096	-,087	-,065	,021	,073	,022	-,289**	,267**	,069	,009	-,018	,174**	,247**	,036	,082	-,042	-,106	,296**	-,224**	-,204**	-,127*	,257**	,020	-,270**	,018	-,062	1,000										
29 FFA** Finanziamenti pubblici	,056	,083	-,053	,057	,120*	,088	,068	-,069	,073	,002	,017	-,024	,072	,017	,145*	,035	,019	,176**	,073	-,160**	-,049	,082	,082	,267**	-,148**	,134*	,012	,110	1,000									
30 FFA** Sconti e dilazioni	,000	-,016	-,037	,005	,031	,061	-,077	-,113*	,114	,013	-,056	,122*	,042	,230**	,009	,034	-,003	-,014	,098	-,085	-,122*	-,031	,057	-,010	-,190**	,026	,049	,248**	,172**	1,000								
31 Realizzazione personale	-,041	-,021	,138**	-,017	-,067	-,129*	,020	,070	-,107	,052	,027*	,039	,011	-,118*	-,075	-,147**	,033	,022	,048	-,057	,023	-,037	,040	,011	,000	,042	,085	-,055	,026	,002	1,000							
32 Indipendenza	-,030	-,018	,120*	-,018	-,023	-,043	,132*	,030	,018	-,060	-,080	,003	,107	,075	-,055	-,090	,101	-,100	,039	-,069	,059	,116*	,062	-,014	,021	,083	,059	-,013	,021	,024	,129*	1,000						
33 Necessità	-,069	-,112	-,006	-,023	,016	,097	-,033	-,034	,021	,026	,005	-,051	-,094	,007	,161**	,001	,040	,029	-,089	,068	,012	-,004	,013	,046	-,068	,005	,002	,026	-,035	,089	-,355**	-,265**	1,000					
34 C*** Supporto parenti	,070	,062	-,060	-,339**	-,148**	,051	,047	-,007	,038	-,048	-,030	,026	-,022	,028	,038	-,033	-,092	-,070	,096	-,054	-,075	,047	,078	-,014	-,018	-,090	,071	,014	,061	-,066	-,093	,054	1,000					
35 C*** Supporto partner	-,135**	-,134**	,073	-,126**	-,007	,006	-,006	,016	-,079	,099	,075	-,002	-,001	,027	,067	-,104	,020	-,010	,021	-,015	,007	-,025	-,064	,029	-,050	,052	-,071	-,003	-,006	,036	-,015	,012	,084	,101*	1,000			
36 C*** Supporto coll. domestici	,146**	,153**	-,058	,062	,069	,037	,136**	-,010	-,010	,033	-,018	,114*	-,015	-,027	-,111*	,002	,072	-,030	,011	,005	,014	-,105*	-,005	,064	,006	,101	-,045	,003	,018	-,034	,083	,018	-,153**	,010	,048	1,000		
37 C*** Orari flessibili	-,017	-,065	,090*	-,020	,055	,071	,106*	,024	-,052	,042	,140**	-,026	-,017	-,048	,044	-,107*	-,042	-,025	-,024	,036	,063	-,013	,105*	,060	-,021	,035	,018	,066	,010	-,146**	,051	,065	,007	-,022	,058	,025	1,000	
38 C*** Servizi pubbl/priv	,030	,046	,074	-,193**	,009	,260**	,067	-,051	,031	,038	,016	-,062	-,030	,012	,036	-,082	-,034	-,035	,144*	-,118*	-,117*	-,031	,046	,196**	-,175**	,031	-,026	,109*	,084	,025	-,050	,076	,069	,190**	,029	,042	,140**	1,000

Nota: ** = .10, *** = .05, **** = .01 livelli di significatività.

* CFI Capitali fondazione
 ** FFA Fonti finanz. Attuali
 *** C. Conciliazione

Fonte: nostra elaborazione

Discussione e conclusioni

Obiettivo del presente lavoro è stato quello di fornire una fotografia, per mezzo di un'analisi descrittiva campionaria, delle caratteristiche, motivazioni nonché dei principali ostacoli delle imprese femminili in Italia.

La decisione di concentrare l'attenzione sulle imprese femminili italiane si fonda su due diverse, seppur fortemente interrelate, motivazioni: da un lato, il nostro Paese si caratterizza per il più alto numero di imprese femminili in Europa; ciononostante, l'evidenza di tale fenomeno non ha ancora trovato una giusta *enfasi* né a livello accademico né, tantomeno, a livello politico-istituzionale. Dall'altro lato, l'Italia presenta alcune peculiarità legate al contesto socio-economico e culturale tali da influenzare profondamente l'esperienza delle imprenditrici e la cui analisi può contribuire ad arricchire il dibattito sul fenomeno, ancora oggi poco esplorato al di fuori dei confini anglosassoni e statunitensi.

Il quadro che emerge dalla ricerca qui presentata è di seguito brevemente sintetizzato.

Coerentemente con gli studi finora condotti in materia, la maggioranza delle imprese nel nostro campione è concentrata nel settore terziario; presenta dimensioni molto ridotte e produce un livello di fatturato generalmente ritenuto insoddisfacente dalle intervistate. I capitali personali risultano esser stati la fonte principale per dare avvio all'attività e, ancora oggi, rappresentano la fonte principale per gestirla in via ordinaria. Le imprenditrici, nella maggioranza dei casi sposate e con figli, possiedono un livello di istruzione medio-alto e risultano esser state guidate prevalentemente da un desiderio di indipendenza nell'avviare il progetto imprenditoriale. Sono, quelle analizzate, imprenditrici che credono nell'associazionismo, in particolare come strumento atto a favorire la trasmissione di esperienze e la creazione di rapporti sinergici con altre imprenditrici. Mostrano, inoltre, una diffusa insoddisfazione legata ai meccanismi di conciliazione al momento a loro disposizione.

In merito alle peculiarità del contesto nazionale, meritevole di richiamo perché in grado di influenzare fortemente la propensione ad intraprendere il percorso imprenditoriale nonché il successo del business è il ruolo della famiglia.

Dall'indagine effettuata, la famiglia di origine appare una fonte inesauribile di risorse, finanziarie ma non solo. Il dato che il 32% delle imprese nel nostro campione con un solo addetto abbia un socio appartenente alla famiglia può, ad esempio, essere proprio interpretato come effettiva necessità di un contributo da parte della famiglia di origine a causa della scarsa legittimità di cui godono le imprenditrici nel nostro Paese. Inoltre, è interessante osservare che, sebbene molte delle donne del nostro campione dichiarino di avere una tradizione imprenditoriale familiare consolidata, esse non hanno ereditato l'impresa bensì ne hanno fondata una propria. Sembrerebbe quindi che la tradizione familiare sia in qualche misura in grado di influenzare la scelta consapevole di diventare imprenditrice.

Ancora, la decisione di iniziare un'attività imprenditoriale propria sembra essere strettamente collegata al desiderio della donna di ottenere maggior *indipendenza e soddisfazione personale*. Questo desiderio sembra essere così forte da non venire negativamente influenzato dagli scarsi servizi pubblici e privati presenti sul territorio. Questo dato è peculiare del contesto italiano dato anche il legame fra le motivazioni e il livello di educazione. Le donne che hanno un alto livello di istruzione hanno purtroppo nel nostro Paese ancora enormi difficoltà ad ottenere posizioni elevate in azienda; pertanto l'imprenditoria è vista come strumento per realizzarsi pienamente ed ottenere indipendenza.

I risultati ottenuti permettono di sviluppare almeno tre possibili *implicazioni di policy*:

Primo: è tempo che le istituzioni politiche prendano consapevolezza del ruolo propulsivo e trainante rivestito dalle imprese femminili nel nostro Paese e che si sviluppino strumenti di sostegno adeguati; gli interventi finora realizzati (si pensi alla Legge n. 215 del 1992) sono stati dedicati pressoché unicamente a sostenere il lavoro femminile, senza tuttavia puntare sull'accrescimento delle capacità e competenze delle donne per la creazione di impresa.

Secondo: emerge la necessità che in Italia si rafforzi la presenza di servizi capaci di aiutare le donne nel bilanciare lavoro e famiglia. Ciò che appare cruciale è, in particolare, poter garantire che tali servizi siano erogati in modo omogeneo sull'intero territorio nazionale, al fine di ridurre, se non addirittura, eliminare la doppia velocità di crescita del fenomeno nel sud e nel nord del Paese.

Terzo: dall'analisi effettuata emerge una forte attenzione delle nostre imprenditrici alla formazione. Questo dovrebbe stimolare il policy maker a rendere accessibili, sull'intero territorio, programmi di formazione dedicati alle donne per svilupparne, in particolare, le capacità e competenze di natura finanziaria. Questo tema sembra essere poi connesso a quello più ampio del rapporto fra donna imprenditrice e banca. La possibilità di migliorare le proprie competenze finanziarie potrebbe infatti aiutare le imprenditrici ad essere più sicure e meno riluttanti ad interfacciarsi con gli istituti di credito.

In conclusione, non possono non essere richiamati i principali limiti del lavoro – che rappresentano, tuttavia, stimolanti spunti per la ricerca futura.

Primo. Sebbene il campione sia significativo, un maggior numero di imprenditrici intervistate potrebbe garantire una migliore generalizzazione dei risultati. Inoltre, nostra scelta specifica è stata quella di concentrarsi sulle sole imprese femminili. In un possibile sviluppo della ricerca si potrebbero coinvolgere anche gli imprenditori per meglio comprendere se differenze peculiari fra uomini e donne imprenditori effettivamente esistono.

Secondo. Le differenze geografiche fra il Nord e il Sud Italia, seppur estremamente rilevanti, non sono state considerate in questa prima analisi dei dati raccolti. Sicuramente, aumentando il numero dei rispondenti tale tipo di approfondimento potrebbe contribuire a meglio fotografare il fenomeno in analisi,

favorendo la possibilità di individuazione di *policy ad hoc*, in grado di sostenere e valorizzare la donna imprenditrice anche sulla base delle specificità di natura squisitamente locale.

Bibliografia

- Akehurst G., Simarro E., Mas-Tur A. (2012), "Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance", *The Service Industries Journal*, vol. 32, n. 15, p. 2489-2505.
- Anxo D., Mencarini L., Pailhé A., Solaz A., Tanturi M.L., Flood L. (2011), "Gender Differences in Time-use Over the Life Course: A Comparative Analysis of France, Italy, Sweden, and the United States", *Feminist Economics*, vol. 17, n. 3, p. 159-195.
- Bertolini S., Goglio V. (2011), "L'imprenditoria femminile come strumento d'innovazione per lo sviluppo locale", *Sociologia del Lavoro*, vol. 122, p. 206-217.
- Bettio F., Plantenga J. (2004), "Comparing Care Regimes in Europe", *Feminist Economics*, vol. 10, n. 1.
- Boden R. (1999), "Flexible Working Hours, Family Responsibilities, and Female Self-Employment", *American Journal of Economics Sociology*, vol. 58, n. 1, p. 71-83.
- Box T.M., White M.A., Barr S.H. (1993), "A Contingency Model of New Manufacturing Firm Performance", *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 18, n. 2, p. 31-45.
- Brodsky M.A. (1993), "Successful female corporate managers and entrepreneurs", *Group & Organization Management*, vol. 18, p. 366-378.
- Brüderl J., Preisendörfer P., Ziegler R. (1992), "Survival chances of newly founded business organizations", *American Sociological Review*, vol. 57, n. 2, p. 227-242.
- Brush C. (1992), "Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective, and Future Directions", *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 16, n. 4, p. 5-30.
- Brush C., Carter N., Gatewood E., Greene P., Hart M. (2004), *Gatekeepers of venture growth*. Kansas City, MI: Kauffman Foundation.
- Brush C., Carter N., Greene P., Gatewood E., Hart M. (2006), "The use of bootstrapping by women entrepreneurs in positioning for growth", *Venture Capital*, vol. 8, n. 1, p. 15-31.
- Brush C., Cooper S. (2012), "Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 24, n. 1/2, p. 1-6.
- Brush C., Hisrich R. (1991), "Antecedent Influences on Women-owned Businesses", *Journal of Management Psychology*, vol. 6, n. 2, p. 9-16.

- Burke A.E., Fitzroy F.R., Nolan M.A. (2000), "When Less is More: Distinguishing Between Entrepreneurial Choice and Performance". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 62, n. 5, p. 565-587.
- Cafferata R. e Dossena G. (a cura di) (2012). *Spirito imprenditoriale e formazione d'impresa*, Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Bologna, Il Mulino.
- Cafferata R., (2014), *Management in adattamento*, Il Mulino, Bologna.
- Caputo R.K., Dolinsky A. (1998), "Women's Choice to Pursue Self-Employment: The Role of Financial and Human Capital of Household Members", *Journal of Small Business Management*, vol. 36, n. 3, p. 8-17.
- Carter N., Allen K. (1997), "Size Determinants of Women-owned Businesses: Choice or Barriers to Resources?", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 9, n. 3, p. 211-220.
- Carter N., Brush C., Greene P., Gatewood E., Hart M. (2003). "Women entrepreneurs who break through to equity financing: The influence of human, social and financial capital", *Venture Capital*, vol. 5, n. 1, p. 1-28.
- Carter N., Williams M., Reynolds P.D. (1997), "Discontinuance among New Firms in Retail: The Influence of Initial Resources, Strategy, and Gender", *Journal of Business Venturing*, vol. 12, n. 2, p. 125-145.
- Cavalluzzo K., Cavalluzzo L., Wolken J. (2002), "Competition, small business financing, and discrimination: Evidence from a new survey", *Journal of Business*, vol. 75, n. 4, p. 641-680.
- Compagno C. (2008). La ricerca sull'impresa familiare. Stato dell'arte e problemi aperti, in Devecchi C. e Fraquelli G. (2008) (a cura di), *Dinamiche di sviluppo e internazionalizzazione del family business*, Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Bologna, Il Mulino.
- Cooper A.C., Gimeno-Gascon F.J., Woo C.Y. (1994), "Initial human and financial capital as predictors of new venture performance", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, n. 5, p. 371-395.
- Cooper S.Y., Park J.S. (2008). "The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation in New, Entrepreneurial High-Technology Ventures", *International Small Business Journal*, vol. 26, n. 1, p. 27-56.
- Corbetta G. (a cura di) (2005). *Capaci di crescere. L'impresa italiana e la sfida della dimensione*. Milano, Egea.
- Cowling M., Taylor M. (2001), "Entrepreneurial Women and Men: Two different species?", *Small Business Economics*, vol. 6, n. 3, p. 167-175.
- Cromie S., Hayes J. (2011), "Towards a typology of female entrepreneurs", *The Sociological Review*, vol. 36, n.1, p.87-113.
- Kariv D. (2011), "Entrepreneurial Orientations of Women Business Founders from a Push/Pull Perspective: Canadians versus non-Canadians - A Multinational

- Assessment", *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, vol. 24, n. 3, p. 397-425.
- David P. (2006). *Il Valore della Differenza. La risorsa femminile nella creazione d'impresa*. Carrocci, Firenze.
- De Vita L., Mari M., Poggese S. (2013), "Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature", *European Management Journal*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>.
- Di Nicola P. (2013), *Il lavoro di cura tra defamiliarizzazione e mercificazione*. Sociologia e Politiche sociali.
- Eurostat. 2012. *Eurostat, Labour Force Survey*.
- Fielden S., Davidson M., Dawe A., Makin, P. (2003), "Factors inhibiting the growth of female owned small businesses in North West England". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 10, n. 2, p. 152-166.
- Global Entrepreneurship Monitor, (2012), *2010 Women's report*.
- Gurley-Calvez T., Harper K., Biehl A. (2009), *Self-employed women and time use*. Washington, DC.: Office of Advocacy.
- Hill F., Leitch C., Harrison R. (2006), "Desperately seeking finance? The demand for finance by women-owned and -led businesses". *Venture Capital*, vol. 8, n. 2, p. 159-182.
- Hisrich R., Brush C. (1984), "The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems", *Journal of Small Business Management*, vol. 22, n. 1, p. 30-37.
- Hisrich R.D. (1984-1985), *The Woman Entrepreneur: Minding Her Own Business*, Annual, p. 52-58.
- Hisrich R.D., O'Brien M. (1981), "The woman entrepreneur from a business and sociological perspective", In *Frontiers in Entrepreneurship Research*, edited by K. H. Vesper, 21-39.
- Istat RCFL. (2012), *Italian Labour Force Survey*.
- Istat. (2010), *Esame sui disegni di legge nn. 784-1405-1718 in tema di partecipazione delle donne alla vita economica e sociale*, Roma, Istat.
- Istat. (2012). *I laureati e il lavoro*, Roma, Istat.
- Jennings J.E., McDougald M.S. (2007), "Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice", *Academy of Management Review*, vol. 32, n. 3, p. 747-760.
- Jurik N.C. (1998), "Getting away and getting by: the experiences of self-employed homeworkers", *Work and Occupations*, vol. 25, n. 1, p. 7-35.
- Kirkwood J., Tootell B. (2008), "Is entrepreneurship the answer to achieving work-family balance?", *Journal of Management & Organization*, vol. 14, n. 3, p. 285-302.
- Lipparini, F. (2005), *Genere e professioni contabili. Studi di teoria e prassi professionale*. Bologna, Collana della Fondazione dei Dottori Commercialisti.

- Manolova T., Carter N., Manev I., Gyoshev B. (2007), "The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol.31, n. 3, p. 407-426.
- McClelland D.C. (1961). *The Achieving Society*. Free Press, New York.
- McGowan P., Lewis C., Cooper S., Greenan K. (2012), "Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities", *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, vol. 24, n. 1-2, p. 53-72.
- Naldini M., Saraceno C. (2011), *Conciliare famiglia e lavoro*. Icon, vol. 39, n. 51.
- Osservatorio Unioncamere (2013), Rapporto sull'imprenditoria femminile, Roma.
- Perra M.S., Ruspini E., a cura di, (2014). *Trasformazioni del lavoro nella contemporaneità*. Milano, Franco Angeli.
- Pescarolo, A. (2007). *Lavoro femminile e scelte di vita*. Bologna, Il Mulino, vol. 56, n. 2, p. 276-285.
- Pruna M.L. (2007). *Donne al lavoro*. Bologna, Il Mulino.
- Rapporto Unioncamere (2013), *L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di commercio*, Roma.
- Roper S., Scott J. (2009). "Perceived financial barriers and the start-up decision. An econometric analysis of gender differences using GEM data", *International Small Business Journal*, vol. 27, n.2, p. 149-171.
- Saraceno C. (2011), "Childcare Needs and Childcare Policies. A Multidimensional Issue", *Current Sociology*, vol. 59, n. 1, p.78-96.
- Saraceno C., Rusconi M (2006), "Usi ad abusi del termine 'conciliazione'", *Economia & Lavoro*, vol. XL, n. 1, p. 31-34.
- Scherer S., Reyneri E. (2008), "Come è cresciuta l'occupazione femminile in Italia: fattori strutturali e culturali a confronto", *Stato e Mercato*, vol. 2, p. 183-216.
- Vicarelli G. (2003), *Identità e percorsi professionali delle donne medico in Italia*, *Polis*, n. 1, p. 93-124.
- Welsh D.H.B., Memili E., Kaciak E., Ochi M. (2014), "Japanese Women Entrepreneurs: Implications for Family Firms", *Journal of Small Business Management*, Vol. 52, n. 2, p. 286-305.
- Woldie A., Adersua A. (2004), "Female entrepreneurs in a transitional economy: Business women in Nigeria", *International Journal of Social Economics*, vol. 31, n. 1, p. 78-93.
- Yunus M. (1998), *Il banchiere dei poveri*, Milano, Feltrinelli.

Luisa De Vita

Ricercatore in Sociologia Economica
Dipartimento di Scienze Sociali ed Economiche
"La Sapienza" Università di Roma
Via Salaria, 113
00198 Roma
E-mail: luisa.devita@uniroma1.it

Michela Mari

Assegnista di Ricerca in Economia e Gestione delle Imprese
Dipartimento di Studi di Impresa Governo Filosofia
Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"
Via Columbia, 2
00133 Roma
E-mail: michela.mari@uniroma2.it

Sara Poggese

Ricercatrice in Economia e Gestione delle Imprese
Dipartimento di Studi di Impresa Governo Filosofia
Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"
Via Columbia, 2
00133 Roma
E-mail: sara.poggese@uniroma2.it