



Area Ricerca Formaper

Le imprenditrici lombarde

I risultati di un'analisi campionaria



Lavoro autonomo e Impresa al femminile

Rapporto n° 5

Giugno 2003



COMUNE DI GALLARATE



Regione Lombardia



**Il rapporto è stato realizzato dall'Area Ricerca Formaper
nell'ambito del Progetto Fondo Sociale Europeo
Obiettivo 3 Anno 2001 Asse E Misura E1 n. 33053**

Impostazione e scrittura del rapporto di Anna Soru e Cristina Zanni

Indice

<u>1. INTRODUZIONE.....</u>	<u>3</u>
1.1. IL CAMPIONE.....	5
<u>2. ESITO DELLE INTERVISTE</u>	<u>9</u>
<u>3. IMPRENDITRICI E IMPRESE.....</u>	<u>11</u>
3.1. LE CARATTERISTICHE DELLE IMPRENDITRICI	11
3.2. CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE DEGLI INTERVISTATI	16
3.3. LA PERFORMANCE	21
3.4. LE FUNZIONI RICOPERTE DALLE IMPRENDITRICI.....	25
3.5. LE TIPOLOGIE DI IMPRENDITRICI	28
3.5.1. LEADER.....	30
3.5.2. FOLLOWER.....	31
3.5.3. ASSISTANT.....	31
<u>4. LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE: LA PROVINCIA DI MILANO</u>	<u>35</u>
<u>5. CONCLUSIONI.....</u>	<u>39</u>
<u>6. BIBLIOGRAFIA.....</u>	<u>40</u>

1. Introduzione

In questo primo anno dell'Osservatorio è stata avviata una ricerca qualitativa sul lavoro imprenditoriale femminile in Lombardia, a partire dagli archivi Infocamere, coordinata e realizzata dal Formaper.

Questo tema è stato ampiamente indagato, sia in Europa sia in Nord America, in ricerche basate su una grande varietà di approcci, che, con riferimento agli studi dell'area economica, possono essere raggruppati nel modo seguente:

- studi sui fattori individuali (scolarizzazione, esperienze, stato familiare, propensione al rischio, locus of control, achievement, e sulla loro influenza sulla scelta imprenditoriale);
- studi sull'influenza dell'ambito familiare, analizzato attraverso differenti elementi, quali la presenza di figli piccoli, le risorse finanziarie ed il capitale umano dei mariti e delle altre persone che intervengono nella vita familiare;
- studi sul contesto sociale ed istituzionale;
- studi sulle risorse: diversa disponibilità di risorse finanziarie, di relazioni, di risorse conoscitive ed esperienziali;
- studi sulle motivazioni;
- studi sulle attività ed imprese e sulle loro performance.

Tali singole aree non sono tra loro indipendenti, ma al contrario risultano fortemente legate, quindi naturalmente vi sono sovrapposizioni tra i diversi ambiti di indagine.

Gli approcci seguiti nell'approfondimento delle caratteristiche qualitative dell'imprenditorialità femminile sono generalmente riconducibili a due tipologie, che mirano alternativamente a:

- evidenziare le differenze tra donne e uomini che svolgono un'attività imprenditoriale;
- analizzare le caratteristiche che contraddistinguono le imprenditrici dalle non imprenditrici.

La scelta dell'approccio non è, di solito, totalmente indipendente dall'ambito di ricerca: le ricerche sulle performance e sui fattori che più le influenzano (risorse, motivazioni, caratteristiche individuali) tendono a confrontare donne e uomini; le ricerche che analizzano l'impatto della famiglia spesso si concentrano solo sulle donne o anche solo sulle donne imprenditrici; le ricerche sull'influenza delle strutture sociali in genere analizzano il ruolo delle donne in diversi contesti territoriali.

I risultati ottenuti da tutti questi studi sono molto diversi, in alcuni casi addirittura antitetici, per vari motivi:

- le ricerche disponibili utilizzano definizioni molto diverse di imprenditrice e di impresa femminile;
- i risultati sono fortemente influenzati dal contesto istituzionale: un'evidenza riscontrata in un Paese o in una Regione non necessariamente vengono confermati in altre realtà istituzionali e sociali;
- molte delle ricerche effettuate, in particolare molte delle ricerche realizzate in Italia e Lombardia, non si riferiscono a campioni rappresentativi della realtà, perché usano campioni troppo ridotti e/o perché estraggono campioni da popolazioni distorte (es. gli iscritti ad una data associazione).

In definitiva, disponiamo di una serie di dati frammentati, che molto spesso portano a conclusioni contraddittorie e che non possono essere accostati per costruire un quadro organico.

Per ovviare a questa carenza, con il progetto Osservatorio leI è stata realizzata una ricerca su un'area territoriale precisa, quella della Lombardia, utilizzando un campione significativo, estratto dalla totalità delle piccole imprese iscritte al registro imprese della Regione, nell'obiettivo di ricostruire un quadro qualitativo dell'imprenditorialità femminile nel territorio.

La ricerca è stata incentrata sulle imprenditrici (che sono state confrontate con un campione di controllo di imprenditori uomini per evidenziare le differenze), ma il punto di partenza sono stati i dati sulle imprese: la fonte dei dati infatti è il Registro Imprese delle CCIAA lombarde.

Occorre sottolineare che l'universo delle imprese iscritte al Registro Imprese include solo in parte gli imprenditori professionisti, ovvero coloro che hanno un'attività professionale organizzata con dipendenti, perché per molte di tali attività (es. studi associati) non è prevista l'iscrizione. Questa esclusione è significativa perché dai dati ISTAT che ricostruiscono il panorama e le evoluzioni delle tipologie lavorative sappiamo che il segmento più dinamico del lavoro autonomo e imprenditoriale femminile è proprio quello delle imprenditrici professioniste¹. Coerentemente con l'universo di riferimento (archivio del Registro Imprese) i dati del nostro campione sono rappresentativi dell'imprenditorialità più tradizionale, solo in parte anche dell'imprenditorialità legate alle attività di servizi consulenziali alle imprese.

Le interviste realizzate hanno dedicato attenzione soprattutto ai seguenti temi:

- caratteristiche dell'intervistato e struttura dell'impresa;
- stima della effettiva partecipazione delle donne all'attività di impresa;
- modelli di gestione;
- modalità di conciliazione degli impegni lavorativi con quelli personali e familiari;
- percorsi e risultati.

1.1. Il campione

L'universo è stato suddiviso in tre gruppi di imprese (totalmente femminili, totalmente maschili e miste) per cercare di verificare non solo l'eventuale esistenza di differenze tra donne e uomini imprenditori, ma anche le differenze tra donne che operano in imprese solo femminili e donne attive in imprese femminili e attive in imprese miste. Anche il campione di controllo maschile comprende due gruppi simmetrici, gli attivi in imprese totalmente maschili e gli attivi in imprese miste.

¹ Osservatorio LeI Rapporto N°1/33053 "Il lavoro autonomo e imprenditoriale femminile in Lombardia" – Area Ricerca Formaper

Il campione di imprenditori è stato segmentato per settore, per dimensione delle imprese e per aree territoriali. L'analisi ha interessato solo le imprese attive dal 2000 e con un numero di addetti compreso tra 3 e 99: le più piccole sono state escluse perché si voleva centrare l'attenzione sulle figure realmente imprenditoriali, escludendo quelle più vicine al self employment; le più grandi perché l'oggetto dell'indagine era la piccola impresa. E' stato escluso il settore della pubblica amministrazione che non è significativamente rappresentato nel Registro Imprese.

Il campione creato non è proporzionale, ma sono state sovrarappresentate le imprese più grandi, in quanto meno numerose e i settori più eterogenei e meno indagati, particolarmente servizi alle imprese e alle persone, mentre è stato sottostimato il commercio, settore molto numeroso e con tipologie di imprese meno differenziate.

Tavola 1-1 La distribuzione delle imprese nell'universo delle imprese 3-99 addetti in Lombardia

		Primario	Commer	Terziario	Terzia	Totale	Primari	Commer	Terzia	Terzia	Totale	Primari	Commer	Terzia	Terzia	Totale
		e seconda rio	cio e Alberghi	Imprese	rio Perso ne		o e second ario	cio e Alberghi	rio Impres e	rio Perso ne		o e second ario	cio e Alberghi	rio Impres e	rio Perso ne	
BG-BS	3-9	9.574	4.380	2.018	394	16.366	4.376	3.024	1.540	268	9.208	1.302	1.541	545	452	3.840
	10-99	3.307	596	449	107	4.459	3.109	668	403	116	4.296	773	123	117	61	1.074
	Totale	12.881	4.976	2.467	501	20.825	7.485	3.692	1.943	384	13.504	2.075	1.664	662	513	4.914
CO-LC-SO-VA	3-9	7.228	3.756	1.519	359	12.862	3.772	3.099	1.381	306	8.558	1.238	1.336	479	489	3.542
	10-99	2.343	455	376	59	3.233	2.701	656	367	83	3.807	535	130	77	52	794
	Totale	9.571	4.211	1.895	418	16.095	6.473	3.755	1.748	389	12.365	1.773	1.466	556	541	4.336
MI	3-9	9.529	7.251	4.426	920	22.126	5.746	5.326	4.022	663	15.757	1.466	2.222	1.322	754	5.764
	10-99	3.496	1.598	1.488	201	6.783	3.561	1.552	1.038	212	6.363	666	241	261	89	1.257
	Totale	13.025	8.849	5.914	1.121	28.909	9.307	6.878	5.060	875	22.120	2.132	2.463	1.583	843	7.021
CR-PV-MN-LO	3-9	5.498	2.892	1.003	246	9.639	3.001	1.905	748	199	5.853	965	1.178	300	348	2.791
	10-99	1.587	290	216	50	2.143	1.615	384	201	52	2.252	458	80	64	40	642
	Totale	7.085	3.182	1.219	296	11.782	4.616	2.289	949	251	8.105	1.423	1.258	364	388	3.433
Totale	3-9	31.829	18.279	8.966	1.919	60.993	16.895	13.354	7.691	1.436	39.376	4.971	6.277	2.646	2.043	15.937
	10-99	10.733	2.939	2.529	417	16.618	10.986	3.260	2.009	463	16.718	2.432	574	519	242	3.767
	Totale	42.562	21.218	11.495	2.336	77.611	27.881	16.614	9.700	1.899	56.094	7.403	6.851	3.165	2.285	19.704

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tavola 1-2 Il campione delle imprese contattate

		Maschili					Misto					Femminile				
		Primario e secondario	Commercio e Alberghi	Terziario Imprese	Terziario Persone	Totale	Primario e secondario	Commercio e Alberghi	Terziario Imprese	Terziario Persone	Totale	Primario e secondario	Commercio e Alberghi	Terziario Imprese	Terziario Persone	Totale
BG-BS	3-9	15	6	2	7	30	88	37	59	5	189	28	30	22	16	96
	10-99	17	2	4	-	23	205	14	30	24	273	24	6	21	3	54
	Totale	32	8	6	7	53	293	51	89	29	462	52	36	43	19	150
CO-LC-SO-VA	3-9	12	5	4	2	23	43	37	36	9	125	38	22	17	18	95
	10-99	10	3	3	-	16	126	36	22	11	195	25	12	8	3	48
	Totale	22	8	7	2	39	169	73	58	20	320	63	34	25	21	143
Milano	3-9	6	8	26	4	44	101	39	90	8	238	26	50	55	26	157
	10-99	9	9	10	-	28	101	57	72	26	256	33	12	13	10	68
	Totale	15	17	36	4	72	202	96	162	34	494	59	62	68	36	225
CR-PV-MN-LO	3-9	17	8	5	-	30	85	29	18	5	137	23	21	17	10	71
	10-99	12	1	1	-	14	78	7	12	2	99	19	6	7	1	33
	Totale	29	9	6	-	44	163	36	30	7	236	42	27	24	11	104
Totale	3-9	50	27	37	13	127	317	142	203	27	689	115	123	111	70	419
	10-99	48	15	18	-	81	510	114	136	63	823	101	36	49	17	203
	Totale	98	42	55	13	208	827	256	339	90	1.512	216	159	160	87	622

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

2. Esito delle interviste

Sono state contattate 2.342 imprese, in 907 casi non è stato possibile portare il contatto a buon fine, perché l'imprenditore non è stato trovato, non ha risposto, non aveva le caratteristiche dimensionali richieste o non ha voluto concedere l'intervista. 1.891 contatti erano finalizzati ad intervistare una donna imprenditrice; in 509 casi tuttavia non c'era nessuna donna con un ruolo imprenditoriale attivo, ma solo proprietarie (shareholder) che non esercitavano alcuna funzione all'interno dell'impresa. Complessivamente sono state intervistate 701 donne e 225 uomini.

Riportando il campione all'universo abbiamo verificato che il Registro Imprese sovrastima il numero di imprenditrici di una percentuale compresa tra il 30 e il 40%. La presenza femminile è sovrastimata soprattutto nelle imprese più grandi, non nelle microimprese di 1-9 addetti, e quindi nelle società di capitali e in parte anche in quelle di persone, molto meno nelle imprese artigiane e raramente nelle ditte individuali. Nelle imprese della provincia di Milano la sovrastima è un po' più elevata, perché è più alta la presenza di società di capitale. Sono soprattutto le imprese a partecipazione paritaria, generalmente composte da un uomo e una donna (presumibilmente molti dei quali coniugi), quelle in cui la partecipazione femminile è solo proprietaria. Il riscontro di partecipazioni femminili cui non corrisponde un effettivo ruolo imprenditoriale interessa un po' tutti i settori, con una lieve prevalenza del settore primario.

Tabella 2-1 Distribuzione dei contatti per tipologia di struttura societaria

	maschile	misto maschile	misto femminile	femminile	totale
non risponde	105	121	407	274	907
non ci sono donne imprenditrici			454	55	509
intervista fatta	103	122	408	293	926
totale	208	243	1.269	622	2.342
			%		
non risponde	50,5	49,8	32,1	44,1	38,7
non ci sono donne imprenditrici	0,0	0,0	35,8	8,8	21,7
intervista fatta	49,5	50,2	32,2	47,1	39,5
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

3. Imprenditrici e imprese

3.1. Le caratteristiche delle imprenditrici

L'età media delle imprenditrici è abbastanza elevata, anche per le modalità di costruzione del campione, e più bassa rispetto alla media degli uomini: 46,7 anni, contro i 49,1 anni degli uomini.

Il confronto tra le fasce di età evidenzia una distribuzione delle donne spostata sulle fasce più basse, più numerose sotto i 45 anni.

Tabella 3-1 Età

	Uomo	Donna
<35 anni	9,7	13,8
35-44 anni	31,5	32,5
45-54 anni	27,2	26,7
55-64 anni	21,3	20,3
> 64 anni	10,3	6,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprenditrici con figli sono il 63%; dato non molto dissimile da quello medio delle donne occupate (sulla base dei dati ISTAT forze lavoro hanno figli il 66,9% delle occupate lombarde). A differenza della media delle occupate, le imprenditrici hanno molto più raramente figli minorenni (29,9% delle imprenditrici contro il 48,3% del totale delle occupate²) e figli con meno di 3 anni: (8,1% delle imprenditrici contro 14,9% delle occupate totali). Questo dato riflette certamente l'età media elevata delle imprenditrici, ma anche la maggiore difficoltà a conciliare un'attività particolarmente impegnativa come quella imprenditoriale con la presenza di figli minori³.

² Elaborazioni Area Ricerca Formaper su dati ISTAT forze lavoro, aprile 2002.

³ Questa difficoltà di conciliazione emerge da molte analisi di genere sia internazionali [Stoner C.R., Hartman R.I., Arora R. (1990) Breen, Calvert and Oliver, 1995], sia italiane (Di Bella, a cura di, 2002)].

Come da tutte le indagini⁴, si conferma la maggiore scolarizzazione delle donne, più spesso in possesso di una laurea o di un diploma superiore. Naturalmente sono le più giovani ad aver conseguito titoli più elevati.

Tabella 3-2 Titolo di studio

	Uomo	Donna
licenza elementare	14,5	10,9
licenza media inferiore	32,2	21,6
qualifica professionale 2-3 anni	17,4	13,8
licenza media superiore 5 anni	28,1	41,7
Laurea	7,7	12,0
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tavola 3-1 Titolo di studio per classe di età (campione femminile)

	licenza elementare	licenza media inferiore	qualifica professionale 2-3 anni	licenza media superiore 5 anni	laurea	Totale
<35 anni	-	9,9	8,6	59,5	21,9	100,0
35-44 anni	1,6	19,1	10,9	50,0	18,4	100,0
45-54 anni	10,9	30,4	23,6	31,5	3,5	100,0
55-64 anni	27,0	18,2	12,1	34,5	8,2	100,0
>64 anni	30,1	32,2	4,9	25,4	7,3	100,0
Totale	10,9	21,5	13,8	41,6	12,1	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Ad un percorso scolastico più ricco corrisponde tuttavia un percorso lavorativo e di formazione professionale meno strutturato: più raramente degli uomini le donne hanno sperimentato stage (sia in Italia, sia all'estero) e percorsi di formazione professionale e imprenditoriale.

Tabella 3-3 Percentuale di imprenditori che hanno avuto esperienze di stage, di formazione professionale e imprenditoriale

	Stage		Formazione professionale		Formazione imprenditoriale	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
No	84,1	89,0	62,6	74,3	85,4	91,2
Sì	15,9	11,0	37,4	25,7	14,6	8,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

⁴ Osservatorio LeI Rapporto N°1/33053 ibidem.

Le attività di stage e di formazione professionale solo recentemente sono entrate a far parte dei percorsi femminili ed hanno interessato prevalentemente coloro che hanno titoli di studio più elevati; non si tratta quindi di tirocini professionali di base.

Tabella 3-4 Come si tiene aggiornato sulla sua attività

	Con riviste	Attraverso internet	Attraverso il commercialista	Partecipando alla vita associativa	Frequentando seminari
Uomo	4,8	3,6	5,6	4,5	3,7
Donna	5,2	3,2	6,1	4,5	3,4

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

L'attività di aggiornamento passa principalmente attraverso i contatti con il proprio commercialista, la lettura di riviste e anche la partecipazione alla vita associativa; tra gli uomini sono relativamente importanti anche la frequenza di seminari e la ricerca di informazioni via Internet. L'aggiornamento è più curato tra le donne con elevato titolo di studio; quando hanno bassa scolarizzazione le modalità di aggiornamento utilizzate sono solo il commercialista e in parte le associazioni.

Tabella 3-5 Modalità di aggiornamento per titolo di studio

	aggiornamento con internet	aggiornamento con commercialista	aggiornamento con associazioni.	aggiornamento con seminari
licenza elementare	1,3	4,9	3,5	2,2
licenza media inferiore	2,1	6,0	3,9	2,9
qualifica professionale 2-3 anni	2,4	6,9	4,2	3,2
licenza media superiore 5 anni	4,3	6,4	4,8	3,5
laurea	4,3	5,4	5,6	5,1
Totale	3,2	6,1	4,5	3,4

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Circa il 20% delle donne, contro il 28% degli uomini, non ha avuto precedenti esperienze lavorative, si tratta in prevalenza di imprenditori che sono subentrati o si sono affiancati in imprese familiari, più giovani e più scolarizzati della media. Per le donne l'inserimento in un'impresa familiare è spesso preceduta da altre attività lavorative, sia perché più volte degli uomini si affiancano ad attività del coniuge, sia perché il percorso di inserimento nell'impresa della famiglia di origine è per le figlie meno scontato. Anche se le consuetudini si stanno

velocemente evolvendo, i figli maschi, soprattutto in certi settori, tendono a restare gli eredi naturali di un'attività imprenditoriale.

Quasi sempre le precedenti esperienze lavorative esse sono anche di lavoro dipendente, soprattutto se donne. In particolare è più frequente tra i titolari, tra i più anziani e tra i soggetti meno scolarizzati.

Molto più rare le esperienze di lavoro autonomo e parasubordinato (co.co.co. e attività occasionali, che rientrano sempre nelle attività indipendenti), specialmente tra le donne. I parasubordinati sono in misura più rilevante tra i laureati, a conferma di indagini che evidenziano l'uso di questa tipologia contrattuale soprattutto per attività di tipo consulenziale. Il lavoro imprenditoriale è stato sperimentato circa dal 9% degli imprenditori, sia uomini sia donne. Infine il lavoro nero, sebbene raro, risulta decisamente più diffuso tra le donne e tra i più giovani.

Tavola 3-2 Esperienze lavorative precedenti per titolo di studio (campione femminile)

Esperienze	Titolo di studio					
	elementare	media inferiore	professionale (2-3 anni)	media superiore (5 anni)	laurea	totale
Lavoro dipendente	79,4	81,5	84,0	64,3	55,5	71,4
Lavoro autonomo senza dipendenti	8,0	2,6	3,8	11,7	13,1	8,4
Lavoro imprenditoriale	3,1	10,7	5,5	10,7	5,8	8,5
Lavoro parasubordinato	4,3	9,8	9,9	9,6	23,4	10,7
Lavoro nero	16,3	11,4	8,9	10,3	5,1	10,4

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le donne hanno più frequentemente avuto esperienze lavorative eterodirette (lavoro dipendente e lavoro nero), mentre più raramente hanno sperimentato posizioni lavorative indipendenti, che più facilmente possono favorire l'acquisizione di organizzative e gestionali⁵. L'esperienza di precedenti attività autonome ha riguardato in misura maggiore le donne con più elevato titolo di studio.

⁵ La letteratura internazionale ha messo in evidenza che le donne imprenditrici possiedono competenze imprenditoriali più raramente dei colleghi uomini, sia perché hanno minori esperienze di lavoro autonomo, sia perché nelle precedenti esperienze di lavoro raramente hanno occupato posizioni dirigenziali (Srinivasan, Wood e Cooper 1994, Brush 1992)

Tabella 3-6 Esperienze lavorative precedenti*

	Uomo	Donna
esperienze lavoro dipendente	61,8	71,4
esperienze lavoro autonomo senza dipendenti	15,5	8,4
esperienze imprenditoriali	8,9	8,5
esperienze lavoro da collaboratori (co.co.co. e collaborazioni saltuarie)	15,1	10,7
esperienze lavoro nero	4,2	10,4
nessuna esperienza	28,1	19,9

* Il totale non dà 100 perché gli imprenditori possono aver avuto più esperienze di lavoro

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Emerge una modalità di ingresso in azienda molto diversa tra donne e uomini. Le donne sono entrate principalmente affiancando o subentrando a un familiare(49,9%, contro il 32,5% degli uomini), gli uomini fondando una nuova società (55,6%, contro il 39,1% delle donne). E' più raro l'acquisto di quote, ma comunque più frequente tra le donne.

Tabella 3-7 Come è iniziata l'attività imprenditoriale

	Uomo	Donna
è un socio fondatore	55,6	39,1
subentro o affiancamento a un familiare	37,5	49,9
ha acquistato una quota o tutta l'impresa dall'esterno	3,4	6,4
come dipendente collaboratore e poi ha acquisito quote dell'impresa	3,5	4,6
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Al crescere del titolo di studio aumenta la percentuale di imprenditori che sono subentrati o hanno affiancato un familiare e quindi i fondatori sono più numerosi tra coloro con un basso titolo di studio. Tra i possessori di una qualifica professionale emerge un comportamento diverso delle donne rispetto agli uomini: mentre gli uomini in netta prevalenza diventano imprenditori avviando un'impresa, le donne più spesso subentrano in un'azienda familiare o in un'azienda già esistente. Tra i laureati, invece, la percentuale di fondatori è più elevata tra le donne.

Tabella 3-8 Modalità di ingresso in azienda e titolo di studio

	licenza elementare	licenza media inferiore	qualifica professionale 2-3 anni	licenza media superiore 5 anni	laurea	totale
uomo						
è un socio fondatore	77,8	50,0	87,9	41,8	14,9	55,6
subentro-affiancamento a un familiare	21,6	41,3	11,1	47,2	75,6	37,5
ha acquistato	0,6	8,7	1,0	11,0	9,5	6,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
donna						
è un socio fondatore	58,8	51,4	37,3	32,8	22,7	39,1
subentro-affiancamento a un familiare	33,3	38,4	48,4	57,9	59,8	49,9
ha acquistato	7,8	10,1	14,3	9,3	17,5	11,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Al diminuire dell'età aumenta, particolarmente tra le donne, la percentuale di subentri in aziende di famiglia.

Tabella 3-9 Modalità di ingresso in azienda ed età

	<35 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	> 64 anni	Totale
uomo						
è un socio fondatore	35,0	32,8	69,0	85,1	48,8	55,6
subentro-affiancamento a un familiare	62,7	57,4	21,8	10,3	50,4	37,5
ha acquistato una quota o tutta l'impresa	2,3	9,9	9,1	4,6	0,8	6,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Donna						
è un socio fondatore	16,2	36,1	43,8	46,1	60,8	39,1
subentro-affiancamento a un familiare	72,3	52,4	41,3	46,7	35,4	49,9
ha acquistato una quota o tutta l'impresa	11,5	11,5	14,9	7,2	3,8	11,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

3.2. Caratteristiche delle imprese degli intervistati

Si tratta di imprese che coerentemente con l'impostazione del campione (tra i 3 e i 99 addetti), hanno dimensioni medie di 7,8 addetti, 6,8 addetti con riferimento alle imprese di sole donne e 9,3 per le imprese miste in cui abbiamo intervistato una donna

Tabella 3-10 Dimensioni medie delle imprese intervistate (numero medio di addetti)

Imprese	N° medio di addetti
Con sole donne	6,8
Con soli uomini	7,3
Miste	9,5
- intervistata una donna	9,3
- intervistato un uomo	10,1
Totale	7,8

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

I dati del campione confermano la maggiore predisposizione delle donne verso le forme societarie rispetto a quelle individuali. La differenza di genere è più accentuata rispetto a quanto emerge dai dati complessivi Infocamere dato che il campione esclude le imprese di soli 1-2 addetti, più frequentemente ditte individuali.

Tabella 3-11 Le forme giuridiche delle imprese

	Uomo	Donna
Società di capitale	16,3	20,5
Società di persone	44,7	57,9
Ditte individuali	37,3	18,4
Cooperative	1,7	3,2
Altre forme		0,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

La grande maggioranza delle imprese sono nate negli anni '80 e '90. Pochissime, per costruzione del campione, sono nate negli ultimi anni. Le imprese in cui sono attive le donne sono più recenti, anche questo coerentemente con i dati dell'universo di riferimento.

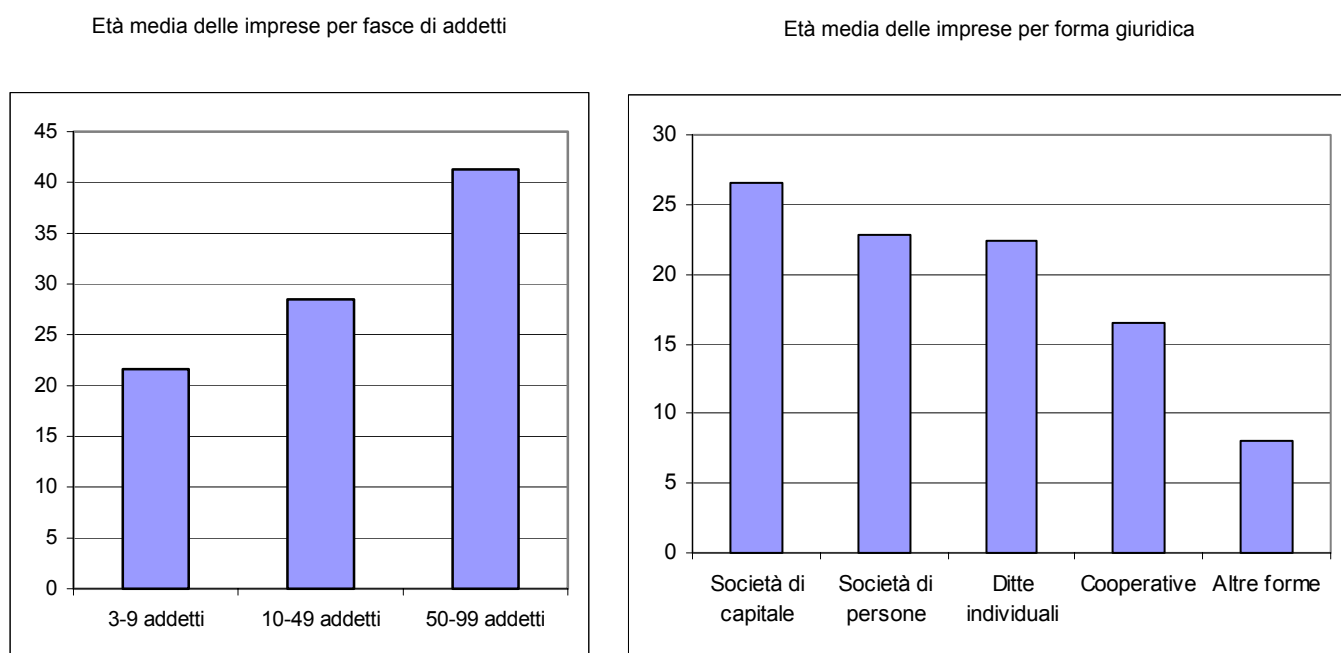
Tabella 3-12 L'anno di nascita delle imprese

	Uomo	Donna
<1970	15,6	10,3
1970 - 1979	24,5	13,8
1980 - 1989	34,4	33,0
1990 - 1999	22,3	37,2
>=2000	3,3	5,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

L'età media delle imprese è più elevata per le imprese più grandi e strutturate.

Grafico 3-1 Età media delle imprese per fasce di addetti e per forma giuridica (campione femminile)



Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprese sono attive in misura elevata nella manifattura e nel commercio. L'esclusione delle imprese di 1-2 addetti determina una maggiore presenza della manifattura e una minore presenza delle attività terziarie, rispetto all'universo del totale delle imprese lombarde. Le imprese in cui operano le donne sono più frequentemente nei servizi alle imprese e alle persone e nel settore alberghi e ristoranti.

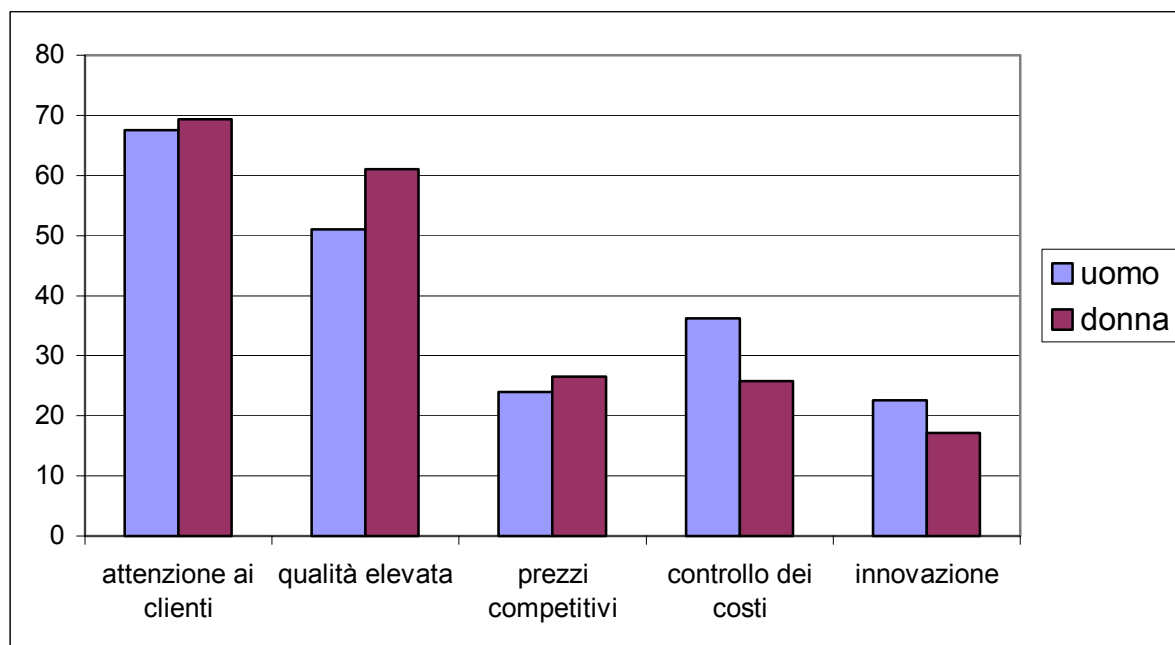
Tabella 3-13 I settori di attività

	Uomo	Donna
agricoltura e manifattura	49,7	44,5
costruzioni	13,4	3,4
commercio	21,4	22,5
alberghi e ristoranti	2,2	8,9
servizi alle imprese	10,2	13,9
servizi alle persone	3,1	6,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

L'attenzione delle imprese è fortemente orientata ai clienti ed alla qualità, soprattutto tra le donne. Gli uomini nelle loro attività sono relativamente più impegnati nell'innovazione e nel controllo dei costi.

Grafico 3-2 Gli aspetti che meglio sintetizzano la strategia dell'azienda

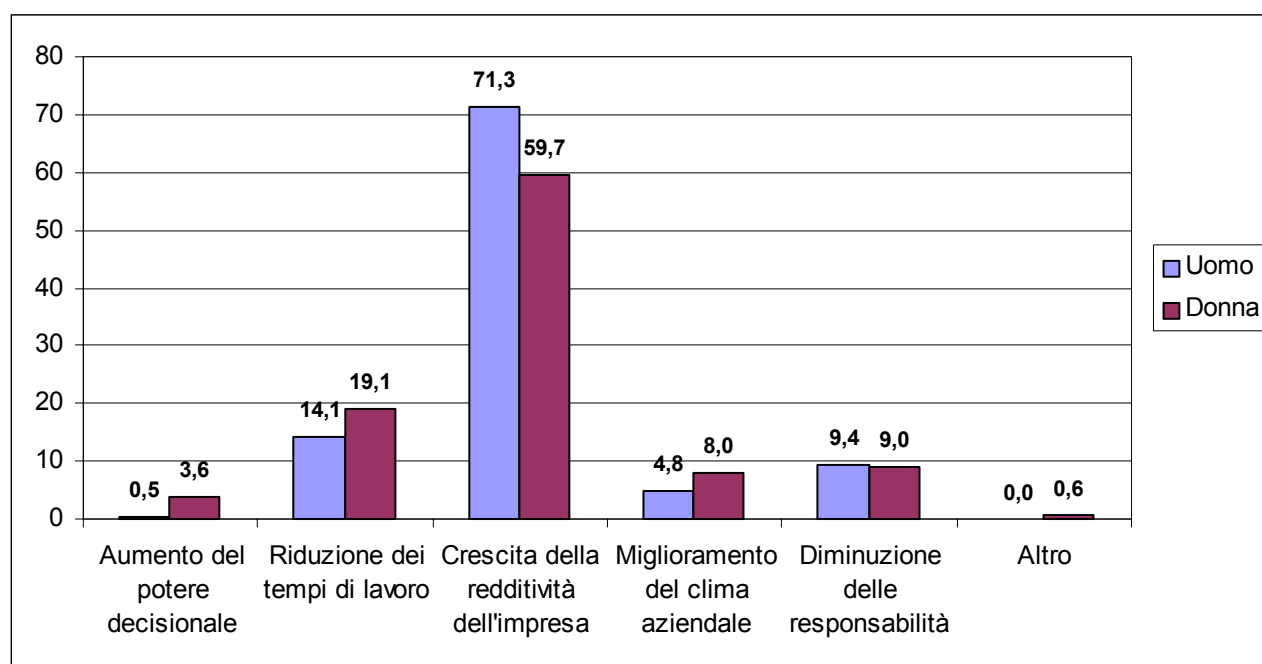


Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Per le donne imprenditrici il principale obiettivo è la crescita di redditività dell'impresa, seguono distanziati obiettivi di contenimento degli impegni (riduzione dei tempi di lavoro, soprattutto per le donne con figli minori) e delle responsabilità e quindi il miglioramento del clima aziendale.

Rispetto agli uomini è meno rilevante la crescita della redditività a vantaggio degli altri obiettivi di diminuzione dei tempi di lavoro, di aumento del potere decisionale (e non di riduzione delle responsabilità) e di miglioramento del clima aziendale.

Grafico 3-3 Obiettivi degli imprenditori



Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Nelle imprese più piccole (3-9 addetti) acquistano maggiore rilevanza gli obiettivi di riduzione del lavoro e delle responsabilità, soprattutto se si tratta di ditte individuali, ovvero di società che accentrano su un solo imprenditorie tutte le principali responsabilità aziendali. Laddove le responsabilità sono più frammentate (società di capitale e cooperative), sono invece numerosi coloro che desiderano accrescere le proprie responsabilità. Nelle imprese più grandi anche il miglioramento del clima aziendale è un obiettivo importante. Nelle cooperative è particolarmente ricercato un miglioramento della redditività e del clima aziendale. Come atteso, sono soprattutto le imprenditrici che dichiarano di avere problemi di redditività a desiderare un suo miglioramento.

Tabella 3-14 Obiettivi per numero di addetti (campione femminile)

	3-9 addetti	10-49 addetti	50-99 addetti	Totale
Aumento del potere decisionale	3,4	4,2	13,6	3,7
Riduzione dei tempi di lavoro	20,1	15,7	16,3	19,2
Crescita della redditività dell'impresa	59,5	61,8	39,3	59,7
Miglioramento del clima aziendale	7,0	10,9	24,8	8,0
Diminuzione delle responsabilità	9,5	6,7	6,0	8,9
Altro	0,5	0,7	0,0	0,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 3-15 Obiettivi per forme giuridiche (campione femminile)

	Società di capitale	Società di persone	Ditte individuali	Cooperative	Altre forme	Totale
Aumento del potere decisionale	8,8	2,6	0,6	6,4	0,0	3,6
Riduzione dei tempi di lavoro	16,3	20,6	19,5	7,9	0,0	19,1
Crescita della redditività dell'impresa	61,7	60,3	54,2	65,6	100,0	59,7
Miglioramento del clima aziendale	7,5	7,9	7,2	17,5	0,0	8,0
Diminuzione delle responsabilità	5,3	8,4	16,2	2,6	0,0	9,0
Altro	0,4	0,1	2,2	0,0	0,0	0,6
Totale	100	100	100	100	100	100

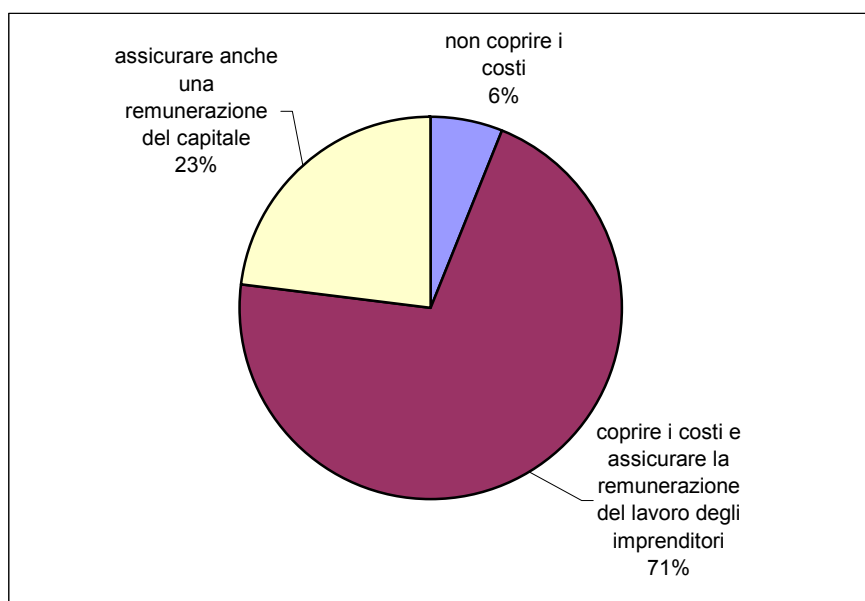
Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Un ulteriore approfondimento delle imprese di donne segnala che il 19,9% opera su mercati internazionali, ma sono più numerose quelle attive solo sui mercati locali (48,2%), il 34,4% ha un sito Web e il 23,6% ha un sistema intranet.

3.3. La performance

Nella maggior parte delle attività imprenditoriali delle donne, la redditività dell'impresa al più assicura la copertura dei costi e la remunerazione del lavoro degli imprenditori, solo nel 23% dei casi permette anche una remunerazione del capitale.

Grafico 3-4 La redditività delle imprese (campione femminile)

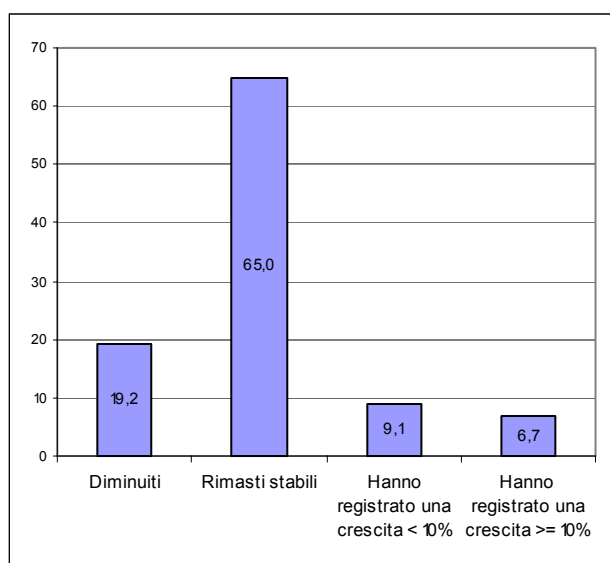


Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

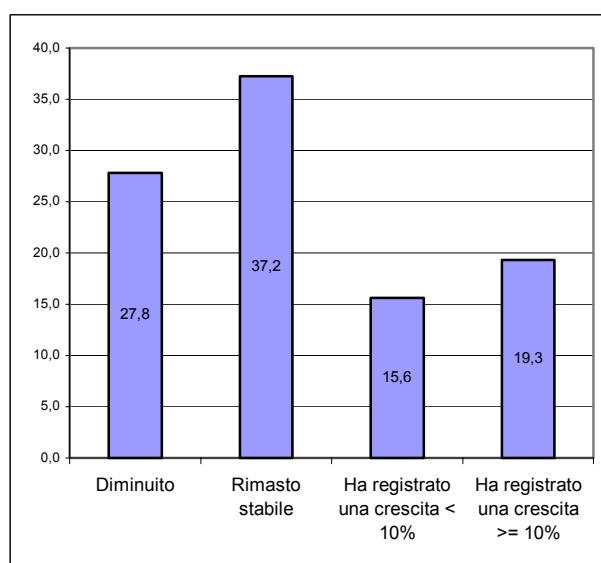
I dati di trend riflettono l'attuale fase di congiuntura non brillante: gli addetti sono diminuiti nel 19,2% e sono aumentati nel 15,8% delle imprese delle donne intervistate; il fatturato è diminuito nel 27,8% e aumentato nel 34,9%. Le imprese maschili hanno registrato dati sostanzialmente analoghi.

Grafico 3-5 Andamento degli addetti e del fatturato delle imprese (campione femminile)

Andamento degli addetti



Andamento del fatturato



Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Il trend del fatturato è stato più negativo per le microimprese e per le ditte individuali. Buona invece la performance delle società di capitale e delle cooperative.

Tabella 3-16 Andamento del fatturato per numero di addetti (campione femminile)

		3-9 addetti	10-49 addetti	50-99 addetti	Totale
A	Diminuito	30,5	19,4	15,6	27,9
B	Rimasto stabile	39,2	29,5	26,7	37,0
C	Ha registrato una crescita <10%	14,1	20,5	32,2	15,7
D	Ha registrato una crescita >= 10%	16,2	30,6	25,5	19,4
Totale		100	100	100	100
Indice di tendenza (D+C-A)		-0,1	31,7	42,0	7,1

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

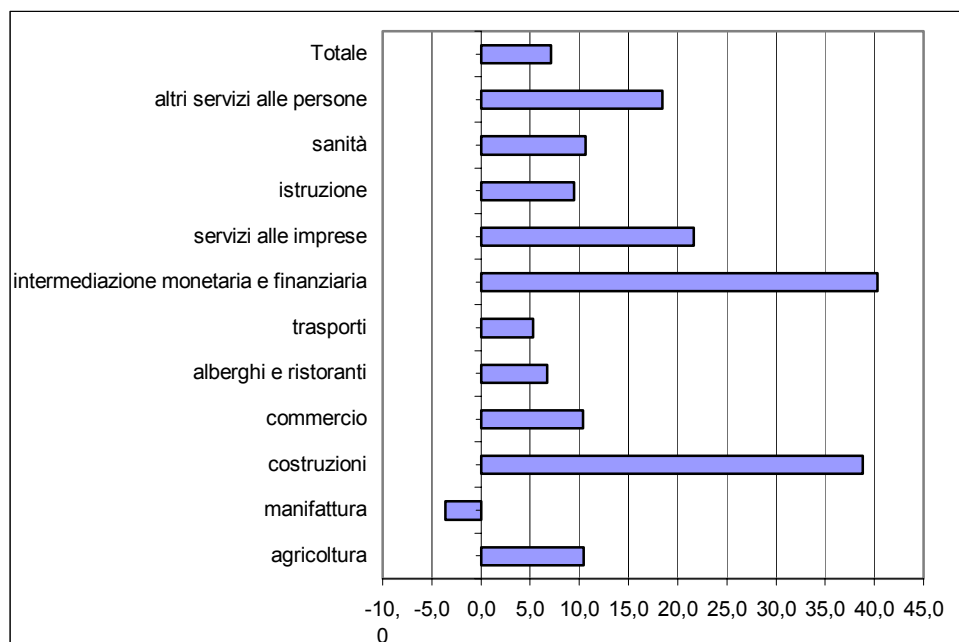
Tabella 3-17 Andamento del fatturato per forme giuridiche (campione femminile)

		Società di capitale	Società di persone	Ditte individuali	Cooperative	Altre forme	Totale
A	Diminuito	25,4	27,9	31,6	21,6	0,0	27,8
B	Rimasto stabile	34,7	37,9	40,0	27,1	0,0	37,2
C	Ha registrato una crescita < 10%	12,7	14,7	18,9	32,8	0,0	15,6
D	Ha registrato una crescita >= 10%	27,2	19,6	9,5	18,5	100,0	19,3
Totale		100	100	100	100	100	100
Indice di tendenza (D+C-A)		14,5	6,3	-3,2	29,8	100,0	7,1

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

I settori in cui il fatturato è cresciuto maggiormente sono l'intermediazione monetaria e finanziaria e l'edilizia, in calo la manifattura, particolarmente colpita dalla congiuntura negativa.

Grafico 3-6 Indice sintetico di trend del fatturato (% imprese in crescita - % imprese in calo) per settori



Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Sono soprattutto gli imprenditori più anziani e meno scolarizzati a registrare un calo del fatturato. I risultati più positivi hanno riguardato soprattutto gli imprenditori di 35-44 anni, mentre coloro che hanno meno di 35 anni hanno registrato una crescita più modesta

Tabella 3-18 Andamento del fatturato per fasce d'età dell'imprenditore (campione femminile)

	<35 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	> 64 anni	Totale
A Diminuito	22,5	18,3	36,0	30,2	45,8	27,9
B Rimasto stabile	31,5	38,7	35,4	42,2	31,7	37,1
C Ha registrato una crescita < 10%	25,1	17,6	14,4	12,2	2,5	15,6
D Ha registrato una crescita >= 10%	20,9	25,5	14,2	15,4	20,0	19,4
Totale	100	100	100	100	100	100
Indice di tendenza (D+C-A)	23,4	24,8	-7,4	-2,6	-23,2	7,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 3-19 Andamento del fatturato per titolo di studio dell'imprenditore (campione femminile)

		licenza elementare	licenza media inferiore	qualifica professionale 2-3 anni	licenza media superiore 5 anni	laurea	Totale
A	Diminuito	39,8	31,6	27,3	26,9	14,0	27,8
B	Rimasto stabile	41,7	35,8	41,5	36,1	35,0	37,2
C	Ha registrato una crescita < 10%	12,6	14,4	11,0	16,2	23,8	15,6
D	Ha registrato una crescita >= 10%	5,9	18,2	20,2	20,8	27,3	19,3
Totale		100	100	100	100	100	100
Indice di tendenza (D+C-A)		-21,3	0,9	4,0	10,1	37,1	7,1

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

La migliore performance sul fatturato ha interessato le imprese che hanno insistito sull'innovazione e sulla qualità, non quelle che stanno insistendo sul controllo dei costi.

Tavola 3-3 Andamento del fatturato per strategie di sviluppo delle imprese (campione femminile)

		A	B	C	D	D+C-A
		Diminuito	Rimasto stabile	Ha registrato una crescita < 10%	Ha registrato una crescita >= 10%	Indice di crescita
innovazione	No	28,4	39,7	14,1	17,8	3,6
	Sì	25,3	25,7	22,8	26,2	23,7
qualità elevata	No	31,5	39,1	14,6	14,8	-2,1
	Sì	25,6	35,7	17,1	21,6	13,1
controllo dei costi	No	25,0	35,3	18,0	21,7	14,6
	Sì	34,9	40,1	12,0	12,9	-10,0
prezzi competitivi	No	28,1	35,3	16,4	20,3	8,6
	Sì	27,2	42,9	13,7	16,3	2,8
attenzione ai clienti	No	27,8	34,3	16,2	21,7	10,0
	Sì	27,9	37,2	15,7	19,1	7,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

3.4. Le funzioni ricoperte dalle imprenditrici

L'analisi delle funzioni aziendali ricoperte fa emergere un dato molto importante con riferimento alla funzione di direzione e strategia: il 19,9% delle donne (contro il 7,8% degli uomini) non partecipa alle scelte strategiche dell'impresa di cui è socia (questa situazione si verifica soprattutto in società di persone e di capitale), indicando così che molte delle imprenditrici nella realtà non hanno un ruolo realmente imprenditoriale. Comunque, la direzione e strategia è per tutti (donne e uomini) la funzione più frequentemente ricoperta, seguita per le donne dalle attività di amministrazione e finanza, organizzazione e gestione del

personale, commercializzazione e marketing. Molto più spesso delle donne gli uomini hanno funzioni di responsabilità nell'organizzazione e gestione del personale e nella produzione.

Coerentemente con la loro minore partecipazione alla funzione direzionale, le donne stimano il loro peso nelle decisioni strategiche intorno al 53,1%, inferiore a quello maschile (68,2%).

Tabella 3-20 La partecipazione alle diverse funzioni aziendali (campione femminile)

	direzione e strategia		produzione di prodotti e servizi		marketing, commerciale, comunicazione		amministrazione e finanza		organizzazione e gestione personale		sistemi informativi	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
non partecipa	7,8	19,9	15,4	30,3	29,1	28,0	37,2	25,4	12,4	25,9	60,8	51,9
è (co)responsabile	92,2	80,1	16,2	12,3	15,2	14,6	15,9	19,9	13,4	14,8	8,4	9,3
è (co)responsabile e svolge direttamente parte dell'attività			61,5	50,6	50,6	50,2	40,2	46,1	66,3	50,5	25,2	32,2
svolge direttamente parte dell'attività			6,9	6,8	5,1	7,3	6,8	8,6	7,9	8,8	5,6	6,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

La partecipazione alla direzione strategie è più diffusa tra le donne più giovani (35-44 anni e minori di 35 anni) e più scolarizzate (laureate e diplomate con licenza superiore), oltre che naturalmente tra le titolari e quindi nelle ditte individuali e più in generale nelle imprese più piccole e nelle artigiane.

Solo nelle ditte individuali le donne mostrano un comportamento analogo ai colleghi uomini, nelle altre tipologie di impresa la partecipazione femminile alla direzione e strategia è decisamente più limitata.

I settori in cui le donne sono più frequentemente escluse dalla gestione strategica sono le costruzioni, l'agricoltura, i trasporti, gli alberghi e ristoranti; al contrario i settori in cui il ruolo delle donne è più chiaramente imprenditoriale sono quelli dei servizi sociali e personali.

Tabella 3-21 Partecipazione alla funzione di direzione e strategia per titolo di studio (campione femminile)

Titolo di studio in classi	non partecipa	partecipa	Totale
elementare	23,0	77,0	100,0
media inferiore	20,5	79,5	100,0
professionale (2-3 anni)	26,8	73,2	100,0
media superiore (5 anni)	18,7	81,3	100,0
laurea	12,7	87,3	100,0
Totale	19,9	80,1	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 3-22 Partecipazione alla funzione di direzione e strategia per settore (campione femminile)

Settore	non partecipa	partecipa	Totale
agricoltura	32,9	67,1	100,0
manifattura	19,6	80,4	100,0
costruzioni	34,1	65,9	100,0
commercio	16,1	83,9	100,0
alberghi e ristoranti	27,6	72,4	100,0
trasporti	29,9	70,1	100,0
intermediazione monetaria e finanziaria	16,2	83,8	100,0
servizi alle imprese	17,2	82,8	100,0
istruzione	-	100,0	100,0
sanità	19,7	80,3	100,0
altri servizi alle persone	7,3	92,7	100,0
Totale	20,0	80,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 3-23 Partecipazione alla funzione di direzione e strategia per età dell'imprenditore (campione femminile)

Età imprenditore	non partecipa	partecipa	Totale
<35	16,4	83,6	100,0
35-44	15,3	84,7	100,0
45-54	25,6	74,4	100,0
55-64	18,3	81,7	100,0
>64	33,3	66,7	100,0
Totale	20,0	80,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 3-24 Partecipazione alla funzione di direzione e strategia nelle diverse tipologie giuridiche di impresa (campione femminile)

	Società di capitale	Società di persone	Ditte individuali	Cooperative	Totale
Uomo					
non partecipa	7,3	9,8	5,6	9,9	7,8
partecipa	92,7	90,2	94,4	90,1	92,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Donna					
non partecipa	25,4	23,6	5,7	27,3	19,9
partecipa	74,6	76,4	94,3	72,7	80,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

3.5. Le tipologie di imprenditrici

Restringendo l'analisi alle donne e applicando l'analisi fattoriale⁶ alle variabili sulle funzioni aziendali ricoperte (opportunamente riclassificate in variabili dicotomiche per distinguere coloro che ricoprono funzioni di responsabilità) si ottiene un fattore di sintesi delle funzioni propriamente imprenditoriali (direzione e strategia, organizzazione, produzione e commerciale) che spiega il 51,2% della varianza.

Tabella 3-25 Matrice dei componenti dell'analisi fattoriale

	responsabilità imprenditoriale
responsabile strategie	0,7005
responsabile produzione	0,7034
responsabile marketing	0,7122
responsabile organizzazione	0,7451

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

⁶ Applicando il Test KMO (Keiser Meyer Olkin) e di Bartlett sono stati ottenuti valori statisticamente significativi (inferiori allo 0,01%).

Questo fattore, che è stato denominato “Indice di Responsabilità Imprenditoriale”. Sulla base delle analisi di correlazione che risultano statisticamente significative possiamo osservare che il livello di responsabilità aumenta:

- ✘ nelle imprese più femminilizzate, in cui è più elevata la quota di capitale sociale posseduta da donne ed è più alta la percentuale di occupate donne;
- ✘ nelle imprese in cui l'intervistata ha una quota di capitale maggiore;
- ✘ nelle imprese più giovani, un po' più piccole della media e con forme giuridiche meno strutturate (più spesso ditte individuali e più raramente società).

Inoltre il fattore è significativamente correlato al numero di ore di lavoro e negativamente al numero di ore di impegno per la famiglia. Complessivamente l'impegno lavorativo (in azienda e a casa) delle donne che hanno funzioni di responsabilità imprenditoriale è più elevato che per le altre.

L'indice di responsabilità imprenditoriale è stato utilizzato, unitamente ad una variabile che esprime il peso dell'imprenditrice nelle decisioni strategiche dell'azienda per segmentare il campione con l'analisi cluster⁷, identificando gruppi di imprenditrici con differenti responsabilità e potere decisionale.

Tabella 3-26 Centri dei cluster finali e dimensione dei cluster

	Assistants	Followers	Leaders
Indice di responsabilità imprenditoriali	-1,132	0,622	0,679
Peso % nelle strategie	-0,946	-0,704	1,072
N° di casi in ogni cluster (sul campione)	251	245	196
% sul totale imprenditrici (dato stimato all'universo)	35,4	36,0	28,6

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

⁷ Dall'analisi dell'Anova risultano valori del test F omogenei e con una significatività inferiore allo 0,01%.

L'analisi ha permesso di identificare tre diverse tipologie di imprenditrici:

1. le Leader, che all'interno della loro impresa assumono il controllo strategico e svolgono funzioni di responsabilità su tutte le principali funzioni aziendali; rappresentano il gruppo meno numeroso, con 196 casi, corrispondenti al 28,6% dell'universo di riferimento;
2. le Follower, che come le precedenti hanno elevate responsabilità funzionali, ma che invece hanno un potere decisionale limitato; ricadano in questa tipologia 245 casi, pari al 36% dell'universo;
3. infine le Assistant, che non ricoprono funzioni di responsabilità, né partecipano significativamente alle decisioni strategiche dell'impresa; con 251 casi è questo il gruppo più numeroso del campione, ma non dell'universo (35,4%), perché, come si vedrà più avanti, vi rientrano le imprese più grandi, che sono state sovradimensionate.

L'incrocio del cluster con le altre variabili del questionario permette di qualificare le caratteristiche delle tre tipologie imprenditoriali e di delinearne il profilo.

3.5.1. Leader

Sono prevalentemente titolari di impresa (56,6%) o socie di controllo (che accentrano oltre il 70% del capitale sociale). Nel 53,6% dei casi hanno fondato la propria azienda, nel 13,4% l'hanno acquistata e solo nel 33% dei casi sono subentrate ad un familiare. Presidiano tutte le funzioni aziendali e particolarmente quelle strategiche e organizzative. In termini di età sono il gruppo intermedio, la classe di età più frequente è quella tra i 45 e 54 anni. Il loro background è più lavorativo che scolastico: a livelli di scolarizzazione un po' più bassi corrispondono più frequenti esperienze lavorative precedenti, soprattutto dipendenti e parasubordinate, anche di lavoro nero, e percorsi di formazione professionale extra scolastici e stage. Si tratta in buona misura di imprenditrici che hanno avviato una propria attività dopo aver sviluppato le competenze necessarie sul campo, senza peraltro poter contare su un adeguato sostegno economico della famiglia. In compenso contribuiscono significativamente al reddito familiare (quasi il 100% se sono single, oltre il 50% del reddito se vivono in coppia). La loro posizione in famiglia appare più equilibrata della media, se hanno figli (situazione meno frequente che nella media) ricorrono

più facilmente ad un supporto retribuito, in ogni caso possono contare più spesso della media sull'aiuto familiare nella gestione della casa.

Le loro imprese sono più giovani e meno strutturate della media: sono più piccole (7,11 addetti contro la media di 8,34), in maggioranza ditte individuali (44,7% contro il 18,5% medio). Esse operano in maggior misura nei servizi alle imprese e alle persone, nell'istruzione e nel commercio; di conseguenza i loro mercati sono in maggior misura locali (il 33% su mercati subprovinciali e solo il 15,3% su mercati anche internazionali,

3.5.2. Follower

Per oltre i 3/4 sono socie di impresa e si distribuiscono equamente tra fondatrici dell'impresa e familiari che sono subentrati nella conduzione dell'attività. Detengono in media il 38% del capitale sociale e le imprese sono in prevalenza a proprietà femminile. Sono il gruppo relativamente più giovane, il 55% ha meno di 45 anni, e sono anche le più scolarizzate. Condividono le responsabilità di tutte le principali funzioni aziendali e sono particolarmente attive nella produzione e nell'amministrazione.

La tipologia di imprese è quella media, in termini di addetti (8,3, esattamente in linea con la media), fatturato, con una forma giuridica di tipo societario (di persone o di capitale) Questa tipologia di imprenditrici si distribuisce un po' su tutti i settori, non emergono settori di specializzazione significativi, se non, lievemente, gli alberghi e ristoranti

3.5.3. Assistant

Sono nella quasi totalità socie (81,5%) e la loro attività nell'azienda è generalmente iniziata affiancando un familiare (62,9%). Detengono in media il 29% del capitale sociale e le imprese sono a controllo maschile. Hanno un'età media più elevata rispetto alle imprenditrici degli altri gruppi, in particolare sono più frequenti le imprenditrici con più di 55 anni.

Prestano la loro attività nelle imprese più vecchie e strutturate e con maggiore redditività, con un maggior numero di addetti (9,34) e di soci. Anche queste sono più spesso organizzate come società sia di persone sia di capitale, oltre che cooperative, confermano che questa tipologia

societaria coinvolge prevalentemente donne che non hanno potere decisionale. Sono presenti soprattutto nei settori in cui la presenza imprenditoriale femminile è generalmente minoritaria, quali agricoltura, manifattura, costruzioni e trasporti, oltre alla sanità, caratterizzata da dimensioni di impresa particolarmente elevate.

Non presidiano alcuna funzione aziendale, ma svolgono solo attività esecutive, particolarmente nell'organizzazione, nella produzione e nella commercializzazione. L'impegno lavorativo è decisamente inferiore a quello delle altre due tipologie di imprese, mentre sono più impegnate sul versante familiare, che richiede più attenzioni dato che più spesso hanno figli minori. Hanno anche un reddito relativamente più basso e contribuiscono al reddito familiare in misura inferiore ai propri partner. La loro organizzazione familiare è più tradizionale e prevede una suddivisione più marcata dei ruoli; raramente sono supportate dalla famiglia nella gestione di figli e casa, ma più spesso della media possono contare su un supporto retribuito., grazie anche alla disponibilità di redditi più elevati

Tabella 3-27 Confronti tra i cluster

Leader	Follower	Assistant
65% titolari o socie di controllo (in media 70% capitale sociale)	¾ socie (in media 38% del capitale sociale)	81,5% socie (in media 29% capitale sociale)
Imprese a controllo femminile	Imprese a controllo femminile	Imprese maschili
53,6% dei casi hanno fondato la propria azienda	In parte fondatrici, in parte subentrate ad azienda familiare.	Subentrate ad un familiare
Ditte individuali	Società di persone o capitali	Società di persone o capitali
Presidiano tutte le funzioni aziendali e principalmente quelle strategiche e organizzative	Condividono le responsabilità di tutte le principali funzioni aziendali e in particolare nella produzione e amministrazione	Non presidiano alcuna funzione aziendale, hanno solo ruoli esecutivi. Minor impegno lavorativo
Hanno più frequentemente tra i 45 e i 54 anni	Il 55% ha meno di 45 anni	Hanno più frequentemente più di 55 anni
Background maggiormente lavorativo (- scolarizzate, + esperienze dipendenti, + formazione extrascolastica e stage)	Più scolarizzate e meno esperienze precedenti di lavoro	Più scolarizzate e meno esperienze precedenti di lavoro
Raro supporto economico della famiglia allo start up Contribuiscono al reddito familiare per più del 50%	Dati in media	Contribuiscono per meno del 50% al reddito familiare
Hanno meno frequentemente figli	Figli nella media	Hanno più figli
Ricorrono a lavoro retribuito o hanno aiuto familiare nella gestione della casa.	Dati in media	Raramente supportate dalla famiglia nel lavoro familiare, più spesso hanno un supporto retribuito
Imprese più giovani e meno strutturate, in maggioranza ditte individuali. Settori: servizi alle imprese, alle persone, istruzione e commercio. Mercati locali o internazionali.	Imprese di dimensione media (8,3 addetti). In tutti i settori	Imprese più vecchie, più grandi e con più soci. Settori: agricoltura, manifattura, costruzioni e trasporti (settori con dimensioni elevate e con rara presenza imprenditoriale femminile)

4. La distribuzione territoriale: la provincia di Milano

Dei 2.342 contatti 791 sono avvenuti nella provincia di Milano e 1.551 nelle altre province.

La media delle non risposte è più alta nella provincia di Milano, mentre la percentuale di imprese che dichiarano di non avere donne nella loro compagine imprenditoriale è del 20,9% a Milano contro il 22,2% nelle altre province.

Tabella 4-1 Esiti delle interviste

	maschile	misto	femminile	Totale
Milano				
non risponde	40	182	100	322
	55,6	36,8	44,4	40,7
non ci sono donne imprenditrici	0	139	26	165
	0,0	28,1	11,6	20,9
intervista fatta	32	173	99	304
	44,4	35,0	44,0	38,4
Totale	72	494	225	791
	100	100	100	100
Altre province				
non risponde	65	346	174	585
	47,8	34,0	43,8	37,7
non ci sono donne imprenditrici	0	315	29	344
	0,0	30,9	7,3	22,2
intervista fatta	71	357	194	622
	52,2	35,1	48,9	40,1
Totale	136	1018	397	1551
	100	100	100	100

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprenditrici di imprese con un numero di addetti compreso tra 3-99 sono presenti in Provincia di Milano per una percentuale del 35,4% sul totale.

Per quanto riguarda le caratteristiche delle imprenditrici, le milanesi sono un po' più vecchie in media 47,7 anni a Milano e 46,7 in Lombardia e si concentrano nella fascia tra i 45 e i 64 anni, al contrario degli uomini, che hanno la stessa età media dei lombardi e sono più presenti nella classe 35-44.

Tabella 4-2 Imprenditrici milanesi per classi d'età

	Milano		Altre province		Totale Lombardia	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
<35 anni	2,1	11,6	14,5	15,0	9,7	13,8
35-44 anni	39,1	29,8	26,7	34,0	31,5	32,5
45-54 anni	34,7	29,7	22,5	25,0	27,2	26,7
55-64 anni	20,0	22,5	22,1	19,1	21,3	20,3
>64 anni	4,1	6,4	14,2	6,9	10,3	6,7
Totale	100	100	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprenditrici milanesi sono molto più scolarizzate della media lombarda e più dei colleghi uomini, hanno fatto più frequentemente stage all'estero rispetto a quanto non avvenga nelle altre province (5,8% contro 2,4%) un po' meno stage in Italia e corsi di formazione sia professionale che imprenditoriale.

Tabella 4-3 Titolo di studio per genere e territorio

	Milano		Altre province		Lombardia	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
licenza elementare	20,0	6,2	11,1	13,4	14,5	10,9
licenza media inferiore	36,5	17,0	29,5	24,1	32,2	21,6
qualifica professionale 2-3 anni	16,9	14,0	17,8	13,7	17,4	13,8
licenza media superiore 5 anni	17,3	47,8	34,9	38,4	28,1	41,7
laurea	9,4	15,0	6,7	10,4	7,7	12,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Per quanto riguarda la modalità di ingresso nella azienda di cui sono socie o titolari, le imprenditrici milanesi meno frequentemente sono socie fondatrici (35,1 a Milano, contro 41,2) mentre più frequentemente hanno acquisito l'impresa (13% a Milano e 9,9 nelle altre province).

Le imprese milanesi di donne sono molto più frequentemente società di capitale e molto meno frequentemente imprese artigiane (28,4% contro 46,7%)

Tabella 4-4 Le imprese di donne a Milano e nelle altre province per forma giuridica

	Milano	Altre province	Totale
Società di capitale	28,0	16,4	20,5
Società di persone	54,0	60,0	57,9
Ditte individuali	14,0	20,8	18,4
Cooperative	4,0	2,7	3,2
Altre forme	0,0	0,1	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 4-5 Distribuzione delle imprenditrici artigiane nelle province lombarde

	Altre province	Milano	Totale
Imprese non artigiane	53,3	71,6	59,8
Imprese artigiane	46,7	28,4	40,2
Totale	100	100	100

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprese milanesi di donne sono un po' più grandi (8,57 contro 8,25 addetti medi) e in particolare sono più numerose le imprese con un numero di addetti compreso tra 10 e 49 (22,7% contro 19,5%).

Le imprese milanesi sono molto più frequentemente nel terziario avanzato (servizi alle imprese e intermediazione finanziaria) nei trasporti, nei servizi alle persone e leggermente anche nel commercio

Tabella 4-6 Settore per area territoriale (campione femminile)

	Milano	Altre province	Totale
agricoltura	2,3	6,1	4,8
manifattura	34,2	42,7	39,7
costruzioni	2,8	3,7	3,4
commercio	24,0	21,7	22,5
alberghi e ristoranti	8,1	9,3	8,9
trasporti	4,4	2,6	3,2
intermediazione monetaria e finanziaria	1,5	0,8	1,1
servizi alle imprese	13,6	7,5	9,6
istruzione	0,9	0,3	0,5
sanità	1,5	1,0	1,1
altri servizi alle persone	6,8	4,4	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Incrociando questo dato con le tipologie imprenditoriali identificate dai cluster emerge che nella Provincia di Milano sono maggiormente presente le imprenditrici e le coadiuvanti, mentre nelle altre province le socie.

Tabella 4-7 Distribuzione delle tipologie imprenditoriali per provincia

	Milano	Altre Province	Totale
coadiuvanti	41,3	32,2	35,4
socie	26,7	41,1	36,0
imprenditrici	32,0	26,7	28,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Le imprenditrici si concentrano nelle imprese artigiane, mentre le coadiuvanti e le socie in quelle non artigiane.

Tabella 4-8 Distribuzione delle tipologie imprenditoriali nelle imprese artigiane

	imprenditrice	coadiuvante	socia	totale
Imprese non artigiane	52,0	62,9	62,8	59,8
Imprese artigiane	48,0	37,1	37,2	40,2
Totale	100	100	100	100

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

Tabella 4-9 Tipologie di imprenditrici in imprese artigiane nelle province lombarde

altre province	imprenditrice	coadiuvante	socia	Totale
imprese non artigiane	45,9	55,0	56,9	53,3
imprese artigiane	54,1	45,0	43,1	46,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Milano				
imprese non artigiane	61,7	74,2	79,5	71,7
imprese artigiane	38,3	25,8	20,5	28,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio LeI, elaborazioni campionarie Area Ricerca Formaper

5. Conclusioni

Dai dati complessivi sull'universo delle imprese lombarde risulta che:

- la presenza femminile è minoritaria, ma comunque significativa come numero di imprenditori, soprattutto nelle società di capitale, e di cariche o quote sociali. Le imprese a controllo femminile sono invece solo poco più di 1/4 delle imprese totali; anche dai dati sulle imprese emerge una partecipazione femminile relativamente più elevata per le imprese di capitale;
- la partecipazione femminile è in crescita, comunque venga calcolata, ma sempre a tassi inferiori alla partecipazione maschile: la distanza tra i generi tende quindi ad ampliarsi, soprattutto in termini di imprenditori e possessori di cariche.

La ricerca campionaria ha evidenziato che il numero (minoritario) di imprenditrici emerso dalle statistiche ufficiali del Registro Imprese, è fortemente sovrastimato (del 30-40%), che molte imprenditrici sono solo titolari di quote di impresa, ma non svolgono attività di impresa. Le semplici proprietarie sono particolarmente numerose nelle imprese più grandi strutturate come società, confermando quanto ipotizzato sulla base dell'analisi quantitativa. L'analisi qualitativa e la segmentazione del campione delle imprenditrici in tre cluster sulla base del peso strategico e delle responsabilità funzionali ricoperte, ha inoltre evidenziato che circa un terzo di esse ha solo mansioni esecutive, meno di un terzo ha il controllo strategico dell'impresa ed un altro terzo ha estese responsabilità funzionali ma non controlla l'impresa. Le imprenditrici di questi ultimi due gruppi, le sole che hanno funzioni di responsabilità, appartengono a imprese meno strutturate della media, più piccole e meno redditizie, confermando un'immagine di debolezza dell'imprenditorialità femminile in una regione, la Lombardia, caratterizzata da una struttura imprenditoriale forte e dinamica.

Come viene affrontato il problema della conciliazione lavoro- famiglia?

Le imprenditrici sono più vecchie della media delle donne occupate e molto più raramente della media hanno figli minorenni, a conferma della difficile conciliabilità del lavoro imprenditoriale (molte diventano imprenditrici dopo che i figli sono cresciuti).

Coloro che hanno figli devono sostenere comunque un impegno lavorativo molto elevato (sempre superiore alle 40 ore settimanali), cui si aggiunge un impegno familiare che però non può essere significativamente limitato. Non emerge nessun modello di conciliazione ma solo un extra carico lavorativo.

6. Bibliografia

- Breen J., Calvert C., Oliver J. (1995), "Female entrepreneurs in Australia: an investigation of financial and family issues". *Journal of Entreprising Culture* 3(4) 445-461.
- Brush C.G. (1992), "Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions" *Entrepreneurship Theory and Practice* 5-30.
- Brush C. G. (1998) ,"A resource perspective on women's entrepreneurship: research, relevance and recognition" , in OECD "Women entrepreneurs in small and medium enterprises" 115-168.
- Di Bella M. L. (ed.) (2002) "Conciliazione e ruoli manageriali", paper ECIPA Lombardia.
- Hokkanen P., Autio E. (1999), "Growth Performance of female-driven firms", *Piccola Impresa*, 1, 113-126.
- OECD proceedings (1998), "Women entrepreneurs in small and medium enterprises: A major force in innovation job creation".
- Rosa P., Carter S., Hamilton D. (1996), "Gender as a determinant of small Business performance: insights from a British study", *Small Business Economics*, 8, 463-476.
- Srinivasan R., Wood C.,Cooper A. (1994), "Performance determinants for male and female entrepreneurs" in *frontiers of entrepreneurship reserarch*" Ed. Bygrave W.D., Churchill N.C. Gatewood E., Hoy F. Keeley R. H., Wetzal W.E., Mass. Babson College, 43-55.
- Stoner C.R., Hartman R.I., Arora R. (1990), "Work-home conflict in female owners of small business: an exploratory study", *Journal of Small Business Management* 28, 30-39.