



Piccole imprese,
grandi
imprenditrici '09

UNIONCAMERE



PIEMONTE



REGIONE
PIEMONTE

Piccole imprese,
grandi
imprenditrici '09



Piccole imprese, grandi imprenditrici '09

Via Magenta, 12
10128 Torino
Tel. 011 4324885
Fax 011 4324878
www.regione.piemonte.it

Regione Piemonte

Assessorato al Welfare e Lavoro
Assessora: *Teresa Angela Migliasso*

**Direzione Istruzione,
Formazione professionale e Lavoro**

Direttore: *Ludovico Albert*
ludovico.albert@regione.piemonte.it

**Settore Promozione e Sviluppo
dell'Imprenditorialità e della Cooperazione**

Responsabile: *Silvana Pilocane*
silvana.pilocane@regione.piemonte.it

Esperta in sostegno all'imprenditoria
anche cooperativistica: *Susanna Barreca*
susanna.barreca@regione.piemonte.it

Via Cavour, 17
10123 Torino
Tel. 011 5669201
Fax 011 5119144
www.pie.camcom.it

Unioncamere Piemonte

Presidenza
Ferruccio Dardanello

Direzione
Paolo Bertolino

**Ufficio Promozione
della competitività delle imprese**

Responsabile: *Laura Belforte*
l.belforte@pie.camcom.it

**Ufficio Relazioni esterne
e Pubblicazioni**

Responsabile: *Grace De Girolamo*
g.degirolamo@pie.camcom.it

Chiara Testini
c.testini@pie.camcom.it

Progetto grafico e impaginazione

Creativa
Impresa di comunicazione

Stampa
Agit Subalpina

Finito di stampare nel mese di gennaio 2010

Si ringrazia il team di **Step Ricerche**, diretto da *Filippo Chiesa* e *Giuseppe Russo*, per la collaborazione e la realizzazione di questo studio. Gli autori hanno lavorato a stretto contatto con la Regione Piemonte (nella persona di *Susanna Barreca*) e con Unioncamere Piemonte (nelle persone del suo direttore *Paolo Bertolino* e di *Laura Belforte*), che ringraziano per i contributi di idee e l'assistenza costante.

I numerosi dati relativi all'imprenditoria femminile derivano dalla banca dati Stock View di InfoCamere e sono stati forniti da Unioncamere Piemonte. L'intero rapporto è stato poi oggetto di editing e revisione da parte di *Grace De Girolamo* e di *Chiara Testini* (Unioncamere Piemonte).

Si ringraziano, inoltre, le persone che hanno accettato di essere intervistate, e più precisamente: tutte le Presidenti e le Segretarie dei **Comitati per l'Imprenditoria Femminile** (CIF) delle Camere di commercio piemontesi; *Gloria Actis Alesina* (CIF Torino e Intesa Sanpaolo); *Nadia Camandona* (neo imprenditrice); *Barbara Chiavarino* (Artigianato Casa); *Franca De Battista* (Regione Piemonte); *Aurelia Della Torre* (mentore).

PRESENTAZIONE

Nel corso degli ultimi anni, la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte hanno proficuamente collaborato nel supportare l'imprenditoria femminile attraverso la realizzazione di Programmi Regionali cofinanziati dal Ministero dello sviluppo economico per la promozione sul territorio piemontese di:

- formazione imprenditoriale delle imprenditrici con l'esperimento del mentoring
- servizi di assistenza tecnica e manageriale a favore dell'imprenditoria femminile a rischio di continuità aziendale, attivando su tutto il territorio regionale sportelli con personale pronto non solo ad assistere le imprese, ma anche ad ascoltare le esigenze delle imprenditrici
- informazione e supporto per la diffusione della cultura di conciliazione dei tempi di vita e dei tempi di lavoro, assistendo le imprese nella presentazione di progetti ai sensi dell'art. 9 della L. 53/2000 "Misure per conciliare tempi di vita e di lavoro".

La scelta della Regione di collaborare con Unioncamere Piemonte per la realizzazione dei Programmi Regionali e per l'istituzione di un Osservatorio dell'imprenditoria femminile tramite l'indagine "Piccole imprese, grandi imprenditrici" è dovuta al ruolo di promozione e valorizzazione che le Camere di commercio, tramite i Comitati provinciali per l'Imprenditoria Femminile, svolgono rispetto alla cultura imprenditoriale che ha come protagoniste le donne.

Viene qui proposta la terza edizione dell'indagine che descrive le imprenditrici piemontesi, le loro imprese e l'evoluzione del relativo tessuto imprenditoriale nell'ultimo biennio, per settori merceologici e province.

L'indagine è articolata in tre parti. Nella prima si analizzano i dati in riferimento all'occupazione femminile e alla presenza dell'imprenditoria femminile sul territorio piemontese e italiano.

Nella seconda parte vengono esposti i risultati dell'azione della Regione Piemonte volta a promuovere e sostenere l'imprenditoria femminile, mentre nella terza vengono presentate alcune buone prassi internazionali per effettuare un confronto e per trarre spunti positivi per azioni future. L'indagine non è un punto d'arrivo, ma un punto di partenza per la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte, che hanno da sempre sostenuto e guardato con molta attenzione alle imprese "rosa" e al lavoro autonomo femminile come ad una risorsa per l'economia piemontese.

Vogliamo dare appuntamento alle imprenditrici alla prossima edizione di "Piccole imprese, grandi imprenditrici" con degli obiettivi da raggiungere: migliorare l'efficacia degli strumenti di incentivazione finanziaria e dei servizi esistenti, promuovere la tutela delle donne nei processi di flessibilità e conciliazione, trasferire modelli di buone prassi e sostenere la partecipazione delle donne nel campo dell'innovazione tecnologica.

Ferruccio Dardanello
Presidente
Unioncamere Piemonte

Teresa Angela Migliasso
Assessora al Welfare e Lavoro
Regione Piemonte



Metodologia	6	6
Executive Summary.....	8	
<hr/>		
1. L'OCCUPAZIONE E L'IMPREDITORIA FEMMINILE IN PIEMONTE E IN ITALIA	12	12
1.1 L'occupazione femminile in Italia	13	
1.2 Il confronto con l'Europa	14	
1.3 Le differenze di genere.....	15	
1.4 La partecipazione delle donne al mondo del lavoro in Piemonte.....	16	
1.5 L'occupazione femminile in Piemonte.....	17	
1.6 L'imprenditoria femminile	18	
1.7 Le lavoratrici e le imprenditrici straniere.....	27	
1.8 Le donne piemontesi e la crisi.....	29	
1.9 Il presente e il futuro si coniugano al femminile.....	31	
1.10 Le residue disuguaglianze di genere.....	33	
<hr/>		
2. LE POLITICHE PER LA PARTECIPAZIONE DELLE DONNE AL MERCATO DEL LAVORO E ALL'IMPREDITORIALITÀ IN PIEMONTE	36	36
2.1 L'impegno della Regione Piemonte negli ultimi anni.....	37	
2.2 I partner della Regione Piemonte.....	38	
2.3 I Comitati per l'Imprenditoria Femminile.....	39	
2.4 La gestione regionale del Fondo Sociale Europeo.....	41	
2.5 Le misure della Regione Piemonte per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile.....	42	
2.5.1 Il mentoring.....	43	

2.5.2	L'assistenza alle imprese a rischio continuità.....	44	
2.5.3	Gli sportelli per l'assistenza alle imprese che intendono usufruire dell'art. 9 della L. 53/2000.....	45	
2.5.4	La figura di sostituzione.....	46	
2.5.5	Il Fondo di garanzia femminile e giovanile.....	47	
2.5.6	Il protocollo di intesa per l'accesso al credito.....	49	
2.5.7	La nuova legge per l'autoimpiego e la creazione di impresa.....	50	
<hr/>			
3.	IL BENCHMARK INTERNAZIONALE: IDEE DALL'ESTERO PER RISOLVERE PROBLEMI LOCALI E NAZIONALI	52	52
3.1	Il confronto internazionale.....	53	
3.2	Un esempio di intervento di sistema: il caso della Svezia.....	57	
3.3	Il mentoring in Europa: uno strumento di mobilità verticale all'interno delle imprese.....	59	
3.4	La conciliazione fra tempi di vita e di lavoro.....	61	
<hr/>			
4.	ANALISI SWOT: punti di forza, di debolezza, minacce e opportunità dell'imprenditoria femminile piemontese	64	64
4.1	I punti di forza.....	66	
4.2	I punti di debolezza.....	67	
4.3	Le minacce.....	68	
4.4	Le opportunità.....	68	
<hr/>			
	Raccomandazioni alle imprese.....	70	70



METODOLOGIA

Il presente documento costituisce la III edizione del rapporto “Piccole imprese, grandi imprenditrici”. Nelle prime due edizioni (2005 e 2007) erano state condotte altrettante indagini sul fenomeno del lavoro e, più in particolare, dell'imprenditoria femminile piemontese. Erano state intervistate centinaia di titolari o socie di imprese femminili per far emergere e misurare profili, fattori di successo, ostacoli all'avviamento e alla crescita delle attività imprenditoriali guidate da donne. Di concerto con la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte si è pensato, per questa nuova edizione, di modificare leggermente l'impianto del rapporto. Esso si sviluppa lungo tre parti principali.

Nella prima si analizzano i dati statistici relativi all'occupazione e all'imprenditoria femminile piemontese e italiana, cercando di far luce sui loro caratteri strutturali, le dimensioni, le dinamiche principali del contesto piemontese e italiano.

Nella seconda parte si prende in esame l'azione della Regione Piemonte a favore della promozione del lavoro delle occupate e delle imprenditrici. Si passano in rassegna, dunque, le leggi e le misure adottate negli ultimi anni e i risultati delle stesse.

Nella terza ed ultima parte si aprono delle finestre per osservare qualche esperienza internazionale, in modo da confrontare l'esperienza piemontese con altre realtà e fornire nuove idee e spunti di riflessione.

Per le indagini statistiche proposte nel primo capitolo sono state utilizzate diverse fonti. Le principali sono state la banca dati Stock View di InfoCamere, i rapporti e i data base Istat e dell'Osservatorio regionale sul mercato del lavoro.

Il secondo capitolo è stato realizzato grazie a numerose interviste a dirigenti regionali e funzionari di Unioncamere che hanno ideato e gestito le misure analizzate. Si è poi data voce ai partner che in questi anni hanno affiancato la Regione Piemonte nella realizzazione degli obiettivi per lo sviluppo del lavoro e dell'imprenditoria femminile, con interviste mirate a esponenti delle Associazioni di categoria, degli istituti di credito, presidenti e funzionari dei Comitati per l'Imprenditoria Femminile, fino a dare voce alle dirette interessate: le imprenditrici.

Per il benchmark internazionale è stato fondamentale l'appoggio di Unioncamere Piemonte e di Eurochambres.

AVVERTENZE DI METODO: QUANTIFICAZIONE DEL FENOMENO RELATIVO ALL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

I numeri presentati in seguito censiscono, grazie alla banca dati Stock View del sistema InfoCamere, tutte le imprese femminili non cessate (registrate) o che appartengono ai flussi di Iscrizione/Cessazione nei periodi considerati.

Per stabilire con quale criterio misurare la partecipazione femminile nelle imprese si è preso spunto dalla definizione data dalla ex L. 215/1992 (azioni positive per l'imprenditoria femminile, art. 2), definizione ripresa dall'art. 53 del D. lgs. dell'11 aprile 2006, n. 198 "Codice delle pari opportunità tra uomo e donna".

In base a tali norme, il grado di partecipazione femminile è desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio donna e dalla percentuale di donne presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Generalizzando queste definizioni, sono quindi state individuate le "imprese femminili", cioè le imprese la cui percentuale di partecipazione femminile è superiore al 50%; queste imprese sono state classificate in base alla maggiore o minore capacità di controllo esercitato dalle donne, ovvero in base alla maggiore o minore presenza femminile.

Le imprese che non ricadono sotto la definizione di "impresa femminile" possono quindi essere menzionate come "imprese non femminili".

Si richiama l'attenzione sul fatto che le imprese non femminili non si possono identificare automaticamente come "imprese maschili", cioè partecipate in prevalenza da uomini; questo perché sul totale delle imprese giocano un ruolo significativo quelle partecipate in prevalenza da soggetti giuridici.

EXECUTIVE SUMMARY

Negli ultimi 5 anni in Piemonte le donne in possesso di un titolo di studio post diploma sono aumentate di circa 50mila unità, le occupate di 60mila. Nello stesso arco di tempo le imprese femminili sono cresciute di 3mila unità (+2,9%), si sono strutturate (le società di capitali hanno raddoppiato la loro quota sul totale, crescendo dal 4 all'8%, le società di persone sono passate dal 24 al 28%), rafforzate in alcuni settori (come il turismo, i servizi alle imprese e alle persone) e affacciate su altri non tradizionali (il settore delle costruzioni registra un aumento delle imprese iscritte superiore al 19%). Anche le lavoratrici straniere sono ormai una parte significativa del sistema produttivo: contano 64mila occupate (pari a oltre l'8% del totale), 12mila delle quali sono imprenditrici. Volgendo lo sguardo oltre i confini nazionali segnaliamo, infine, due eventi significativi: nel 2008 Emma Marcegaglia è divenuta la prima donna a raggiungere l'apice della più importante associazione datoriale nazionale (Confindustria); l'anno successivo (il 2009), al culmine della più grande crisi economica del secondo dopoguerra, Elinor Ostrom è stata la prima donna a ricevere il premio Nobel per l'economia.

Bastano questi pochi cenni per tracciare i contorni di un fenomeno dinamico, in rilievo sullo sfondo di un'economia regionale e nazionale in stallo da prima dell'ultima crisi economico-finanziaria.

In Piemonte come in Italia le donne partecipano sempre più numerose e qualificate al mondo del lavoro, condizione essenziale (così come indicato dalla Commissione europea a Lisbona del 2000) per dotarsi di un'economia il più possibile competitiva in uno scenario ormai globalizzato. Inoltre sono ormai consolidate e ripetute le ricerche nazionali e internazionali (Adler nel 1998, Catalyst nel 2004, McKinsey nel 2007, Cerved nel 2009) che sottolineano l'importanza della presenza femminile non solo nelle imprese, ma nel management e nei consigli di amministrazione delle stesse.

Le donne hanno per natura e cultura approcci spesso differenti (e innovativi) rispetto a quelli tradizionali. Grazie a queste caratteristiche possono fornire un valore aggiunto nell'affrontare e superare le sfide manageriali e imprenditoriali, sia in tempi di crescita che di crisi economica.

Se la partecipazione delle donne al mondo del lavoro è in ascesa, non si può al tempo stesso affermare che gli ultimi anni siano stati caratterizzati dall'appianamento di alcune disparità storiche o che le stesse scompariranno a breve grazie a processi ormai innescati e inarrestabili.

Se è vero che in Piemonte gli ultimi dati relativi alle assunzioni mostrano un'equivalenza fra le donne e gli uomini, è altrettanto vero che le prime costituiscono il 43% degli occupati totali (all'appello ne mancano 290mila per raggiungere la quota maschile),



hanno un tasso di occupazione del 57% (quello maschile è di 16 punti percentuali superiore) e il loro tasso di attività si ferma al 61% (contro il 76,5% maschile). Anche quando le donne fanno parte del mondo produttivo le loro scelte e i loro percorsi di carriera denunciano la persistenza di ostacoli maggiori rispetto agli uomini. Su 100 contratti di lavoro a tempo parziale in Piemonte, ben 81 sono stipulati da donne. Nonostante esse abbiano ormai superato in numero assoluto e relativo gli uomini per livello di titoli di studio (nel 2008 in Piemonte su 100 persone attive nel sistema produttivo in possesso di un titolo di studio post-diploma, ben 52 erano donne) e siano il 62% dei funzionari totali, non riescono ancora a spendere queste competenze, accedendo a cariche dirigenziali e ottenendo i giusti riconoscimenti retributivi. In Piemonte solo un dirigente su quattro è di sesso femminile, una proporzione "ferma" dalla fine degli anni Settanta. In Italia, a parità di capacità e ruolo ricoperto, le donne percepiscono un salario inferiore del 16% rispetto a quello dei colleghi maschi. Si segnalano quindi disegualianze di matrice sia verticale che orizzontale.

Le occupate sono ancora concentrate in alcuni settori (servizi alle persone, turismo, agricoltura, commercio) e meno presenti in altri. Basti pensare che su 100 occupate, 79 sono impiegate nel terziario (contro il 50% degli uomini) e solamente 19 nell'industria (contro il 45% degli uomini). Le due restanti trovano lavoro nell'agricoltura.

Anche le imprese femminili piemontesi, sebbene in crescita, rimangono un quarto del totale, sono poco strutturate (solo l'8% di loro è organizzata sotto forma di società di capitale) e ancora concentrate nei settori femminili tradizionali. Le donne imprenditrici o aspiranti tali hanno denunciato o manifestano difficoltà nell'accedere ai finanziamenti bancari, nel risolvere problemi burocratici, nel far parte di network sociali, nell'affrontare le fasi cruciali della vita di un'impresa (avvio, sviluppo, eventuale crisi), nel padroneggiare alcuni suoi aspetti fondamentali (il portafoglio clienti, l'organizzazione manageriale) e nel conciliare tempi di cura e di lavoro.

Dopo aver registrato e misurato queste difficoltà tramite indagini socio-economiche, la Regione Piemonte ha fornito loro una risposta, dando prova non solo di volontà politica e impegno finanziario, ma anche di capacità progettuali e organizzative. L'amministrazione regionale si è dotata di leggi e misure orientate a sostenere politiche di intervento attivo sul mercato del lavoro e a favore dell'imprenditoria femminile, investendo fondi propri e della Comunità europea. Queste politiche non hanno avuto un carattere assistenziale ma strutturale, per creare occupazione e imprenditoria stabile. Grazie al Fondo Sociale Europeo sono stati finanziati progetti proposti da più di un centinaio di imprese piemontesi, per la promozione al loro interno della conciliazione dei tempi di cura e di lavoro. Tramite progetti di mentoring si sono create nuove forme di collaborazione con un innovativo trasferimento di conoscenze fra imprenditrici già

affermate e aspiranti tali. Un migliaio di imprese sono poi state informate ed in parte assistite nella redazione di progetti e richieste di finanziamento per i fondi della L. 53/2000 (art. 9 "Misure a sostegno della flessibilità di orario"). La Regione Piemonte ha quindi finanziato l'apertura di 152 sportelli su tutto il suo territorio per fornire servizi di assistenza e consulenza tecnico-manageriale alle imprese femminili a rischio di continuità. Nel corso degli anni l'amministrazione regionale ha poi compreso l'importanza di spendersi in prima persona per fornire fiducia e credito alle imprese femminili, convincendo gli istituti di credito a fare altrettanto. Grazie a questo indirizzo politico e tramite l'istituzione e il continuo miglioramento di uno specifico Fondo di garanzia, solo nei primi dieci mesi del 2009 più di un migliaio di imprese (femminili e giovanili) hanno potuto richiedere prestiti agevolati e garantiti gratuitamente per sviluppare i propri progetti. Seguendo questa strada, nel 2009 si è dato vita a un ambizioso progetto di microcredito, che rappresenta la sintesi delle numerose esperienze nate a riguardo sul territorio, e si rivolge ai soggetti privi di garanzie bancarie. Infine è stata varata una nuova legge regionale (L. R. 34/2008) per l'autoimpiego e la creazione di impresa, che sintetizza e migliora le esperienze legislative in materia varate dagli anni Novanta ad oggi.

Nella quasi totalità di queste iniziative l'amministrazione regionale ha generato buone pratiche, seguite con interesse dal resto delle regioni italiane, quando non a livello centrale. Questi risultati sono stati resi possibili grazie a partner strategici come Unioncamere Piemonte, a cui è stata assegnata l'attuazione dei tre Programmi Regionali (IV, V e VI bando), forte di esperienza, capacità e strutture affinate per favorire lo sviluppo dell'imprenditoria femminile. Per ognuno dei progetti promossi l'amministrazione regionale si è avvalsa delle specifiche competenze degli attori operanti nel panorama dell'imprenditoria femminile piemontese: dai Comitati per la promozione dell'Imprenditoria Femminile (CIF) delle Camere di commercio provinciali alle Province stesse, dagli istituti di credito alle fondazioni bancarie e alle Associazioni di categoria.

I risultati conseguiti stimolano la volontà dell'ente di innovare e migliorare la propria azione. Per rendere possibile ciò, è sempre più opportuno guardare oltre confine e interrogarsi su come realtà socio-economiche simili alla nostra affrontino e risolvano problemi comuni. Un rapido benchmark internazionale apre delle finestre su esperienze estere, suggerendo politiche per il raggiungimento dei prossimi traguardi. Si può osservare come oltre confine siano stati promossi programmi di mentoring non solo fra imprenditrici, ma anche di mobilità all'interno delle aziende. Sono state incoraggiate le imprese nello sviluppo di una rete di asili nido (in Irlanda), promuovendo anche l'accesso ai finanziamenti di soggetti privi di garanzie bancarie tramite iniziative di microcredito dal respiro nazionale.

Altri interventi, al contrario, sono stati di natura sistemica, solitamente promossi a livello governativo con la promulgazione di leggi ad hoc, per incentivare o normare una buona pratica. Un esempio sono i congedi parentali, che in diversi Paesi europei tendono a coinvolgere i padri, sulla strada della condivisione dei tempi di vita e di lavoro all'interno dei nuclei genitoriali. Nell'ambito della rappresentanza delle donne nei circuiti politici e manageriali, dal 2007 la Spagna ha adottato con forza la strada alle "quote rosa".

Infine la Svezia fornisce un buon esempio di come si possa concepire e realizzare un ventaglio di azioni complementari tese a contrastare e sciogliere quei nodi che ostacolano l'inizio e lo sviluppo di un'attività imprenditoriale femminile.

Se quindi non mancano freni alla piena realizzazione delle donne nel mondo del lavoro e dell'impresa, maggiori sono le idee, i programmi e la volontà da parte delle protagoniste di superare gli ostacoli che continuano ad incontrare.

La crisi economico-finanziaria impone la ricerca di nuovi modelli e approcci manageriali, lo sviluppo di nuovi settori produttivi e la partecipazione di nuove forze dinamiche. Rappresenta dunque un'opportunità per le donne, che dal canto loro devono mostrare di saper offrire soluzioni alternative a quelle tradizionali.

Per raggiungere i prossimi traguardi verso la parità fra i generi e la piena partecipazione delle donne al sistema produttivo, affinare gli strumenti di conciliazione non basta. È essenziale, in Piemonte come in Italia, il superamento delle diversità di genere di matrice culturale (si pensi al perdurare degli stereotipi), arrivando alla piena ed equilibrata condivisione delle responsabilità dei tempi di cura familiare.



1

L'OCCUPAZIONE E L'IMPRENDITORIA FEMMINILE IN PIEMONTE E IN ITALIA

1.1 L'OCCUPAZIONE FEMMINILE IN ITALIA

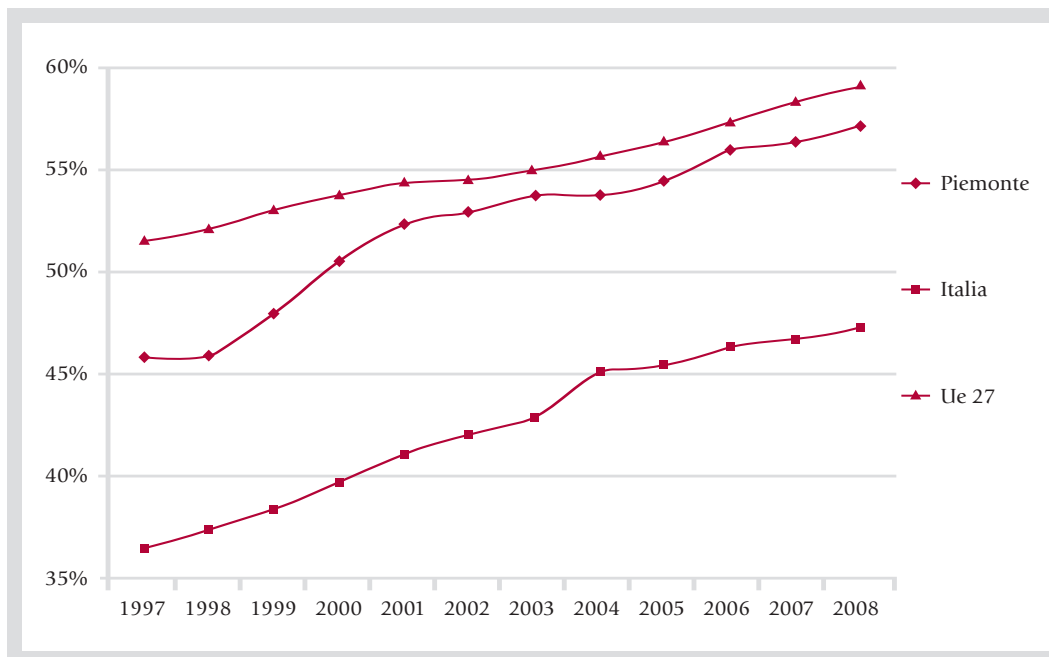
Nel 2008 gli occupati in Italia erano 23,4 milioni, di cui 9,3 milioni erano donne.

Le donne occupate sono cresciute di 600mila unità negli ultimi cinque anni (+6%) e, se si allarga l'orizzonte d'osservazione agli ultimi 10 anni, di 1,8 milioni di unità (+20%). I dati rivelano il ruolo crescente delle donne nel sistema economico-produttivo. La crescita non è stata solo assoluta, ma anche relativa: il loro peso rispetto al totale degli occupati era del 40% nel 2008, in aumento rispetto al 2004 (quando era del 39%) e ancor più rispetto al 1999 (37%).

La crescita del numero delle occupate si è tradotta in un incremento del tasso di occupazione⁽¹⁾, che è passato dal 38,3% del 1999 al 47,2% del 2008: una dinamica positiva senza soluzione di continuità.

⁽¹⁾ la percentuale di donne fra i 15 e i 64 anni che lavora sul totale della popolazione attiva nella medesima fascia d'età.

*Andamento del tasso di occupazione femminile in Piemonte, in Italia e in Europa
Anni 1997-2008*



Fonte: Eurostat e Istat

1.2 IL CONFRONTO CON L'EUROPA

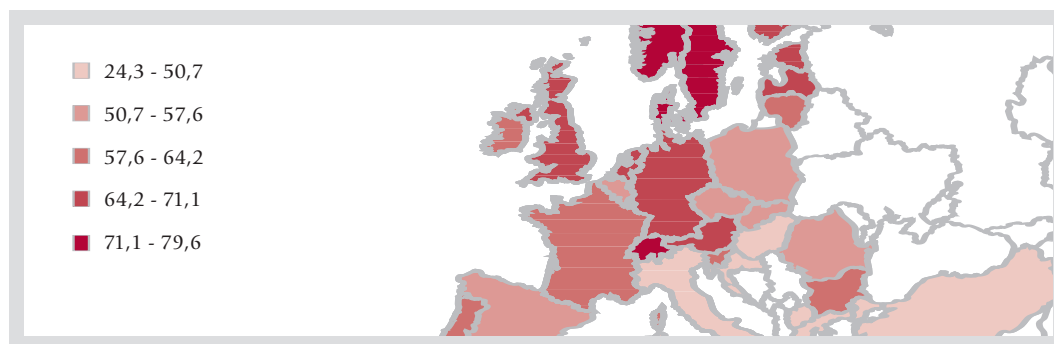
Il tasso di occupazione femminile in Italia (pari al 47,2% nel 2008), nonostante i progressi registrati, rimane di 12 punti percentuale inferiore alla media continentale (59%).

Il dato italiano è lontano di 13 punti percentuale dal livello del 60% indicato dalla Commissione europea e considerato uno dei principali "Obiettivi di Lisbona", necessario per rendere l'Europa l'economia più competitiva al mondo.

Nella classifica continentale l'Italia occupa il penultimo posto tra i 27 Paesi dell'Unione europea, seguita soltanto da Malta, con un distacco di 7,7 punti percentuale dalla Spagna, 13,2 dalla Francia e 15,3 dal Portogallo.

Nel I trimestre del 2009 sono solo due le regioni italiane ad aver già superato il livello del 60% (Emilia Romagna con il 62,5% e Valle d'Aosta con il 62,3%).

Tasso di occupazione femminile in Europa per nazione Anno 2008



Fonte: Eurostat e Istat

Evoluzione del tasso di occupazione femminile in Piemonte, in Italia e in Europa Anni 1997-2008

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ue 27	51,4	52,0	53,0	53,7	54,3	54,4	54,9	55,6	56,3	57,3	58,3	59,1
Ue 15	50,8	51,6	53,0	54,1	55,0	55,6	56,2	57,0	57,8	58,7	59,7	60,4
Svezia	67,2	67,9	69,4	70,9	72,3	72,2	71,5	70,5	70,4	70,7	71,8	71,8
Regno Unito	63,1	63,6	64,2	64,7	65,0	65,2	65,3	65,6	65,8	65,8	65,5	65,8
Stati Uniti	67,1	67,4	67,6	67,8	67,1	66,1	65,7	65,4	65,6	66,1	65,9	65,5
Germania	55,3	55,8	57,4	58,1	58,7	58,9	58,9	59,2	60,6	62,2	64,0	65,4
Francia	52,4	53,1	54,0	55,2	56,0	56,7	58,2	58,3	58,4	58,6	59,7	60,4
Giappone	57,6	57,2	56,7	56,7	57,0	56,5	56,8	57,4	58,1	58,8	59,5	59,7
Italia	36,4	37,3	38,3	39,6	41,1	42,0	42,7	45,2	45,3	46,3	46,6	47,2
Piemonte	45,8	45,9	48,0	50,5	52,3	52,9	53,7	53,7	54,4	55,9	56,3	57,1

Fonte: Eurostat e Istat

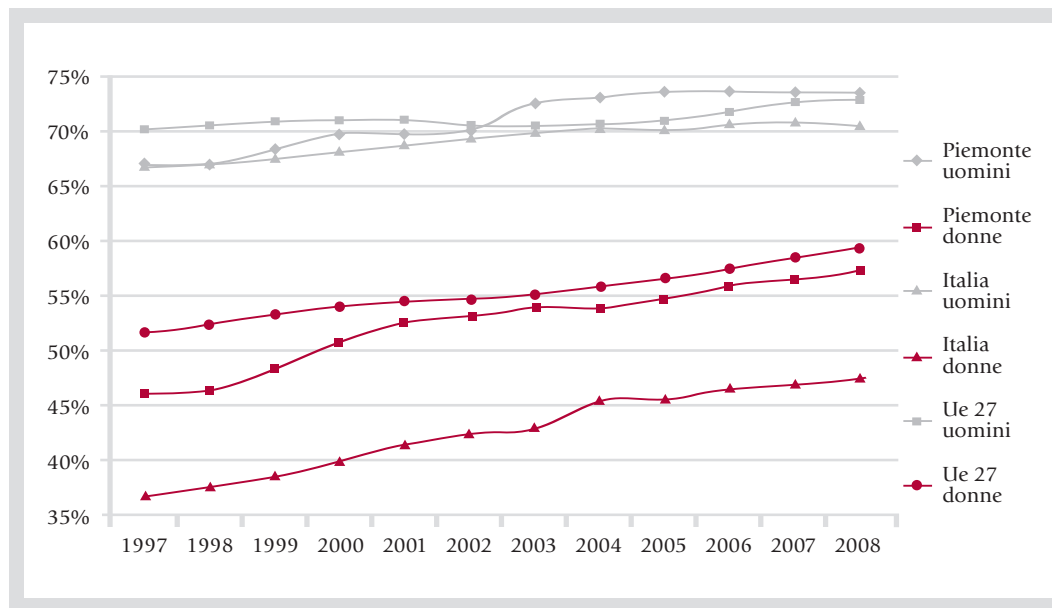
1.3 LE DIFFERENZE DI GENERE

La crescita del tasso di occupazione femminile in Italia e in Piemonte ha appianato, ma non eliminato, significative differenze di genere.

Con il 70% di tasso di occupazione maschile, l'Italia si colloca al ventiduesimo posto tra i 27 Stati dell'Unione europea. Il dato nazionale dista 2,5 punti percentuale dalla media europea: il distacco era del 3,5% 12 anni fa, ma è aumentato rispetto al valore del 2004, pari al -0,7%.

La differenza fra i tassi di occupazione per genere in Italia e in Piemonte rimane significativa: nel 2008 le donne italiane avevano ancora un tasso di occupazione di 23 punti percentuale inferiore a quello degli uomini (47% per le donne, 70% per gli uomini). Il gap si sta progressivamente riducendo, se si pensa che 12 anni fa (nel 1997) la differenza era pari a 30 punti percentuale. Anche in Piemonte si registra un andamento analogo: dai 21 punti percentuale del 1997 ai 16 del 2008 (57% per le donne, 73% per gli uomini), passando per i 19 del 2004.

Andamento del tasso di occupazione in Piemonte, in Italia e in Europa per genere Anni 1997-2008



Fonte: Eurostat e Istat

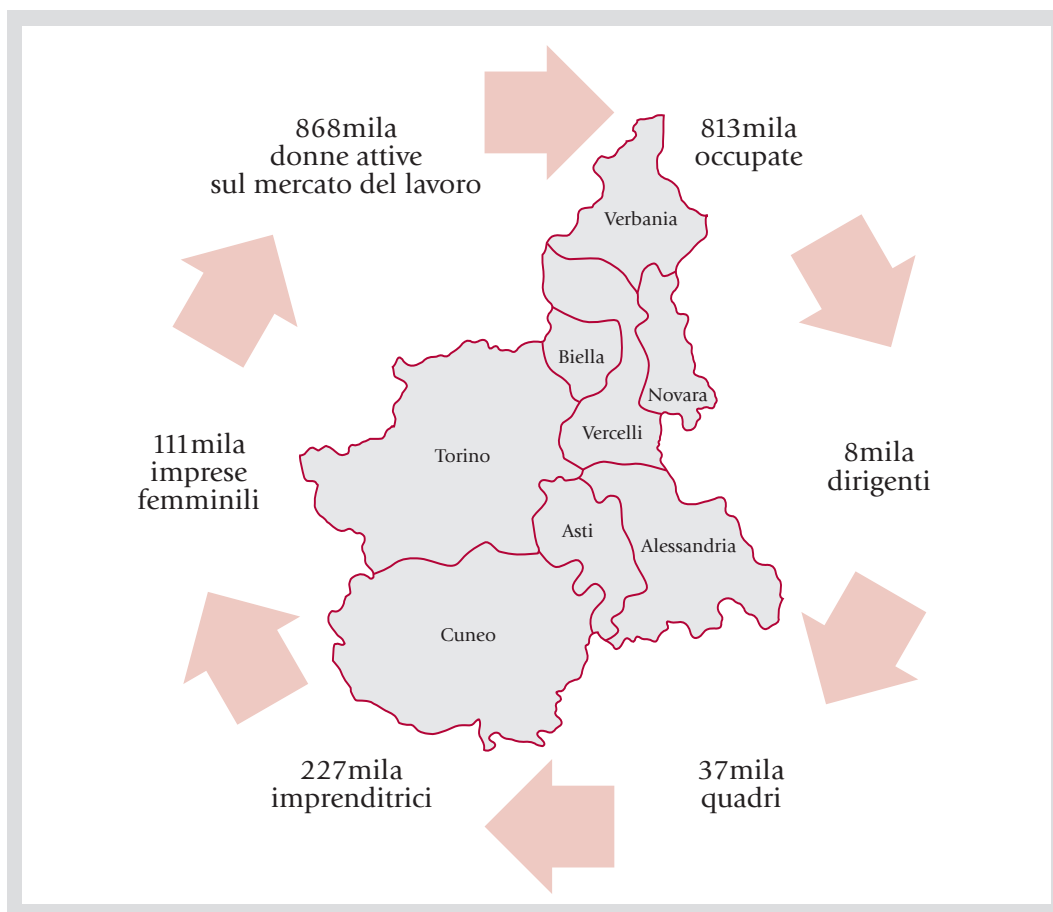
1.4 LA PARTECIPAZIONE DELLE DONNE AL MONDO DEL LAVORO IN PIEMONTE

Le 813mila occupate piemontesi rappresentano il 9% dell'occupazione femminile italiana, le 111mila imprese femminili il 7,8% sul totale nazionale.

Nel I trimestre del 2009, con il 56,6% di tasso di occupazione femminile, il Piemonte si colloca al quinto posto in Italia.

Grazie ai progressi degli ultimi anni (il tasso di occupazione era del 45,8% nel 1997 e del 53,7% nel 2004), il dato della regione si discosta dalla media europea di appena 2 punti percentuale, mentre sono 3 i punti di distanza dal livello indicato dalla Commissione europea.

I numeri delle donne in Piemonte Anno 2008



1

Il Piemonte nel suo complesso:
occupati totale: 1,885 mln (8%*)
imprenditori: 774mila (7,9%*)
imprese: 470mila (7,7%*)
Istat e InfoCamere,
banca dati Stock View 2008

*peso regionale sul dato nazionale

↑

Dal 2004 al 2008:
+60mila occupate
-41mila inattive
+4mila dirigenti donne
+3.121 imprese femminili

1.5 L'OCCUPAZIONE FEMMINILE IN PIEMONTE

L'occupazione femminile in Piemonte è cresciuta negli ultimi cinque anni di 60mila unità.

La scomposizione del dato regionale rivela una crescita dell'occupazione generalizzata in quasi tutte le province. La provincia con il tasso di occupazione femminile più elevato è Biella (60,8%, nona in Italia) che, insieme a Cuneo (undicesima in Italia), dal 2007 ha superato la soglia-obiettivo del 60%.

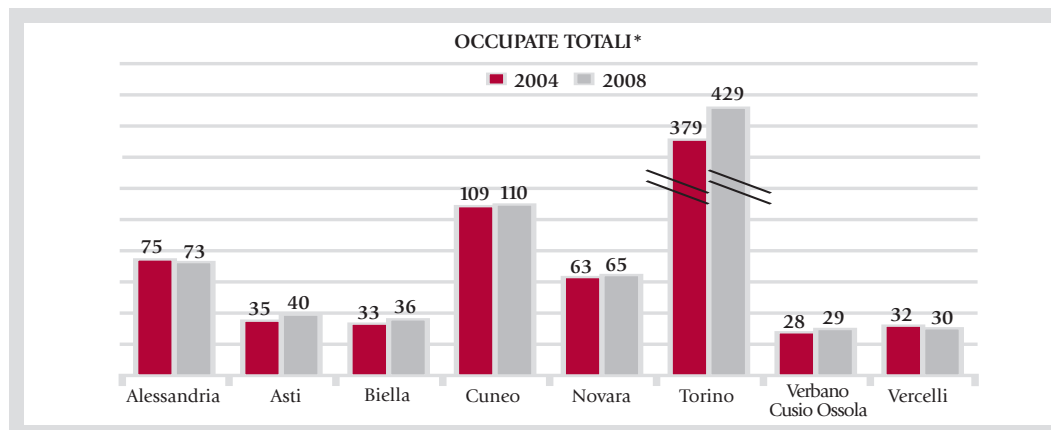
Nello stesso arco di tempo (2004-2008) Asti e Torino si sono dimostrate le province più dinamiche: il livello del tasso di occupazione femminile è cresciuto rispettivamente di 6 e 5,8 punti percentuale. In controtendenza le province di Vercelli e Alessandria che hanno perso entrambe più di due punti percentuale.

Evoluzione del tasso di occupazione in Piemonte per provincia Anni 2004⁽²⁾-2008

	TASSO DI OCCUPAZIONE				
	2004	2005	2006	2007	2008
Alessandria	55,4	56,0	53,4	53,4	53,2
Asti	52,0	53,7	54,2	55,3	58,0
Biella	54,5	55,3	57,4	60,6	60,8
Cuneo	60,4	57,2	59,6	60,9	60,1
Novara	55,0	56,3	56,3	54,9	54,6
Torino	51,5	53,3	55,5	56,0	57,3
Verbano Cusio Ossola	52,9	52,6	54,6	54,4	56,3
Vercelli	56,3	54,1	56,7	55,5	54,0
Piemonte	53,7	54,4	55,9	56,3	57,1

⁽²⁾ i dati sono stati riportati dal 2004 poiché per le province l'Istat non ha ricostruito le serie storiche prima del cambio del regolamento europeo che definisce e uniforma gli indici legati alle rilevazioni delle forze lavoro.

Evoluzione dell'occupazione femminile in Piemonte per provincia Anni 2004⁽²⁾-2008



* dati in migliaia di unità

Fonte: Eurostat e Istat

1.6 L'IMPREDITORIA FEMMINILE

Il Piemonte con più di 111mila imprese registrate al 31 dicembre 2008, condotte da più di 227mila imprenditrici, è la quinta regione italiana per numero di attività in "rosa".

Negli ultimi cinque anni (2004-2008) l'imprenditoria piemontese è cresciuta di oltre 3.000 unità (+2,9%).

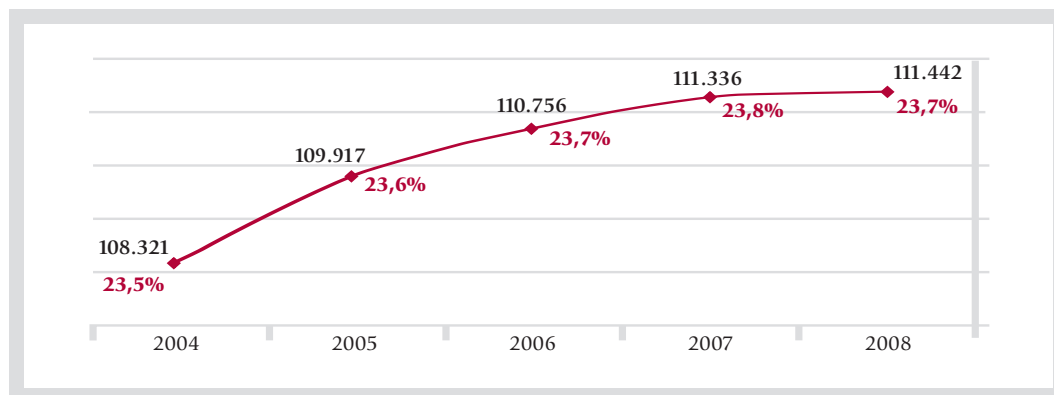
L'incidenza delle imprese femminili su quelle totali della regione è pari al 23,7%, leggermente superiore alla media italiana (23,4%) e in aumento rispetto allo stesso dato del 2004 (23,5%).

Imprese registrate Anno 2008

	Totale	Imprese femminili	% imprese femm. sul totale 2008		Totale	Imprese femminili	% imprese femm. sul totale 2008
Abruzzo	149.683	41.457	27,7%	Molise	35.956	10.992	30,6%
Basilicata	62.406	17.536	28,1%	Piemonte	469.506	111.442	23,7%
Calabria	180.822	44.971	24,9%	Puglia	390.353	94.260	24,1%
Campania	546.234	149.650	27,4%	Sardegna	173.058	41.553	24,0%
Emilia Romagna	477.181	96.204	20,2%	Sicilia	475.759	118.408	24,9%
Friuli Ven. Giulia	111.400	26.418	23,7%	Toscana	415.248	97.366	23,4%
Lazio	584.701	140.509	24,0%	Trent. Alto Adige	110.117	22.352	20,3%
Liguria	166.538	41.663	25,0%	Umbria	95.162	24.401	25,6%
Lombardia	957.678	195.940	20,5%	Valle d'Aosta	14.352	3.599	25,1%
Marche	178.536	42.462	23,8%	Veneto	509.377	108.084	21,2%
				Italia	6.104.067	1.429.267	23,4%

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Imprese femminili in Piemonte* Anni 2004-2008



* % incidenza sulle imprese totali

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

La crescita delle imprese femminili non ha coinvolto in maniera omogenea tutti i territori piemontesi.

La scomposizione del dato regionale per provincia rivela una crescita non omogenea delle attività in "rosa" iscritte ai registri camerali negli ultimi quattro anni. La media regionale è positiva (+1,4% dal 2005 al 2008), ma vi sono province che hanno registrato andamenti migliori rispetto ad altre: Torino (+4,1%), Novara (+2,1%) e Vercelli (+2,1%).

L'incidenza dell'imprenditoria femminile su quella totale risulta significativa nelle province di Alessandria (26,4%), Asti (25%) e Cuneo (24%).

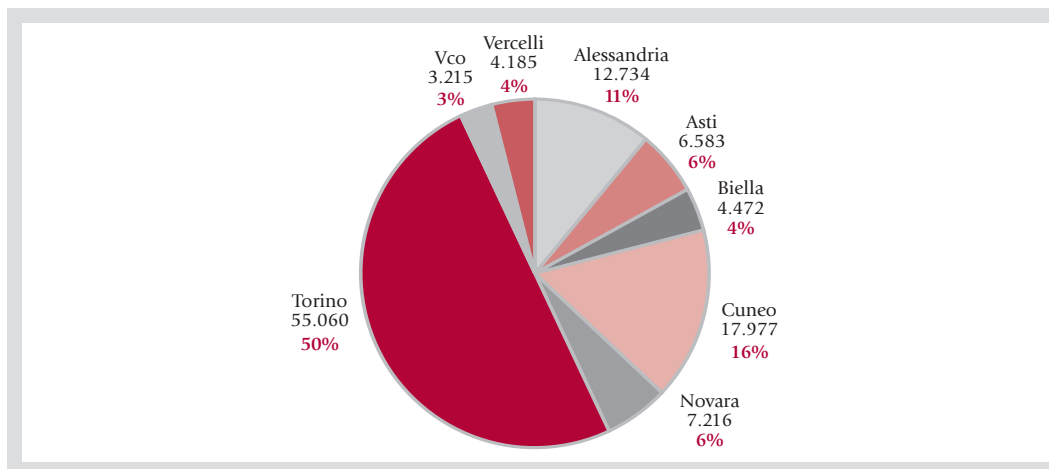
Infine un'impresa femminile piemontese su due ha la sede legale in provincia di Torino (50%). Seguono la provincia di Cuneo (16%) e di Alessandria (11%).

Scomposizione delle imprese femminili in Piemonte per provincia Anno 2008

	Totale imprese registrate	di cui imprese femminili	% imprese femminili su totale 2008	% sul totale delle imprese femminili	Variazione % 2008/2005
Alessandria	48.227	12.734	26,4%	10,3%	1,0%
Asti	26.312	6.583	25,0%	5,6%	-3,7%
Biella	20.162	4.472	22,2%	4,3%	-2,6%
Cuneo	74.836	17.977	24,0%	15,9%	-3,0%
Novara	32.173	7.216	22,4%	6,9%	2,1%
Torino	235.912	55.060	23,3%	50,2%	4,1%
Verbanò Cusio Ossola	14.033	3.215	22,9%	3,0%	-2,3%
Vercelli	17.851	4.185	23,4%	3,8%	2,1%
Piemonte	469.506	111.442	23,7%	100,0%	1,4%

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Scomposizione delle imprese femminili in Piemonte per provincia* Anno 2008



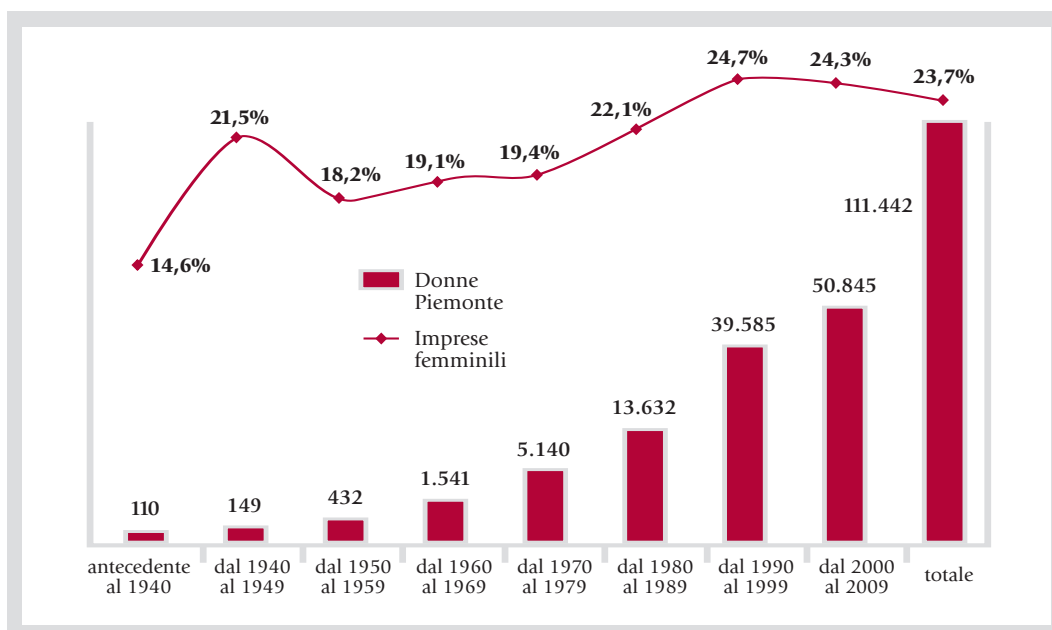
* valori assoluti e percentuali sul totale delle imprese femminili

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Un fenomeno relativamente recente: in Piemonte, come in Italia, più di 4 imprese femminili su 5 iscritte nei registri delle Camere di commercio sono nate a partire dagli anni Novanta.

Si tratta di imprese che nella maggioranza dei casi non superano i vent'anni di attività e circa nella metà dei casi neppure i dieci. Lo stesso dato riferito alle imprese maschili è significativamente inferiore: poco più di 3 imprese su 4 sono nate negli ultimi due decenni. Le province piemontesi che ospitano le imprese femminili più longeve sono Biella e il Verbano Cusio Ossola. Nelle due province la porzione delle imprese "rosa" nate prima degli anni Novanta è del tutto simile a quella non femminile, corrispondente a un quarto del totale: segno non solo di un fenomeno storico, ma di una longevità maggiore della media, probabilmente dovuta al fatto che in questi territori le donne, più che altrove, assumono il comando di imprese familiari e ne continuano l'attività con profitto. Al contrario, Torino e Novara sono le province con le imprese femminili più "giovani" (circa una su due è nata negli ultimi dieci anni), indubbio sintomo di vitalità e di ricambio del tessuto economico.

Scomposizione delle imprese femminili piemontesi per anno di iscrizione al registro imprese e incidenza % sul totale delle imprese piemontesi



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

L'imprenditoria femminile in Piemonte è un fenomeno ancora poco strutturato, ma in forte crescita.

Le imprenditrici piemontesi prediligono organizzare la propria attività sotto forma di ditta individuale: su 111mila imprese femminili, 70mila (pari al 62,2% del totale) assumono tale natura giuridica. Il dato regionale conferma quello nazionale (pari al 61% del totale). Il Piemonte si differenzia dall'andamento nazionale per il peso assunto dalle società di persone: il 28,2% delle imprese femminili ha questa forma, contro il 23% in Italia. Al contrario solo l'8% delle imprese piemontesi si organizza in società di capitale, contro il 14% della media italiana.

Osservando il dato dinamico si evince tuttavia che la percentuale delle società di capitale sul totale raddoppia in soli 5 anni (da meno del 4% a più dell'8%), così come aumenta il numero delle società di persone (dal 24% al 28%). La quota delle imprese individuali invece diminuisce, passando dal 71% al 62%.

La scarsa diffusione delle società di capitale è un tratto comune all'intero sistema imprenditoriale piemontese: anche le imprese "maschili" solo nel 15% dei casi scelgono questa natura giuridica, contro il 23% della media nazionale.

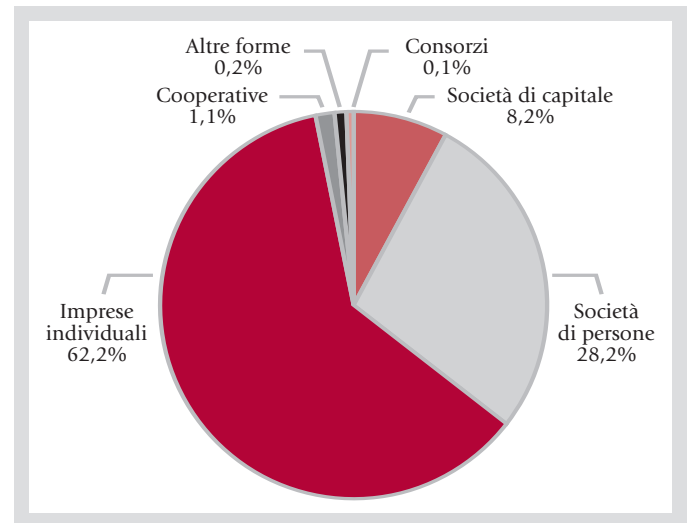
Novara (con il 12% di imprese organizzate come società di capitali), Torino (9,8%) e il Verbano Cusio Ossola (9,6%) sembrano essere le province con le imprese femminili più strutturate. Biella detiene il primato relativo delle società di persone (superiore al 41% del totale).

Le ditte individuali sono numerose nel cuneese (76% del totale) e nell'astigiano (75%), territori fortemente caratterizzati dal settore agricolo ed enogastronomico.

Scomposizione percentuale e assoluta delle imprese femminili piemontesi per natura giuridica Anno 2008 (confronto di genere e con il dato nazionale)

	Società di capitale	Società di persone	Imprese individuali	Altre forme	Totale
Impr. femm. Piemonte	9.172	31.428	69.372	1.470	111.442
Impr. femm. Italia	200.638	323.862	872.969	31.798	1.429.267
Impr. maschili Piemonte	54.435	92.586	203.300	7.743	358.064
Impr. maschili Italia	1.065.782	876.111	2.559.947	172.960	4.674.800

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

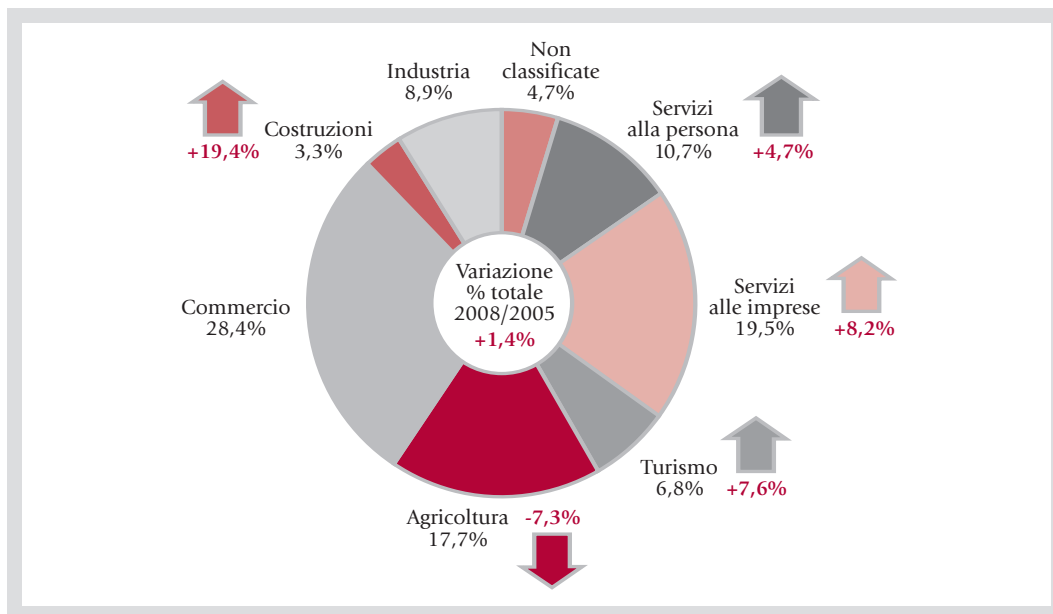


I tre quarti delle 111mila imprese femminili piemontesi si concentrano in quattro macrosettori (in ordine di numerosità decrescente): commercio, servizi alle imprese, agricoltura e servizi alle persone.

A fine 2008 in Piemonte erano presenti oltre 1.500 imprese femminili in più rispetto all'anno 2005, ma non tutti i comparti produttivi si sono avvantaggiati in egual misura di questa crescita.

La dinamica positiva ha coinvolto non solo i settori tradizionali (come i servizi), ma anche quelli in cui la presenza femminile è meno usuale, come le costruzioni (+19,4%, pari a un incremento di 700 imprese), che registrano il maggior tasso di crescita relativa fra il 2005 ed il 2008. All'interno del macrosettore terziario è da segnalare il buon andamento dei servizi alle imprese (nel 2008 sono quasi 1.600 le imprese femminili aggiuntive che garantiscono queste attività), del turismo (dove il saldo 2008 su 2005 è positivo per 575 ditte) e dei servizi alle persone (540 imprese femminili in più in 4 anni). Nello stesso arco di tempo hanno tenuto le attività manifatturiere, mentre si sono contratte quelle agricole (-7,3%), che diminuiscono di 1.400 unità.

Scomposizione delle imprese femminili in Piemonte per macrosettore di attività Anno 2008 (variazione % 2008/2005)



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

La scomposizione delle imprese femminili piemontesi per settore di attività ricalca quasi esattamente la scomposizione delle imprese femminili italiane, anche a livello dei singoli comparti produttivi.

L'unica eccezione significativa (tale per altro da incidere sulle altre lievi difformità) è costituita dalle imprese che svolgono attività immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca, che in Piemonte sono relativamente più numerose: nella nostra regione infatti pesano il 15,7% del totale contro una media nazionale dell'11,5%.

La scomposizione percentuale delle imprese femminili per ramo di attività, inoltre, tanto in Italia quanto in Piemonte conferma la distribuzione dell'occupazione femminile, storicamente concentrata nel terziario, settore che assorbe poco meno dell'80% delle occupate. Al contrario, come vedremo meglio in seguito, la fotografia delle imprese femminili per comparto produttivo, sia in Italia che in Piemonte, si discosta da quella relativa al totale delle imprese.

Scomposizione delle imprese femminili in Piemonte per settore di attività e confronto con Italia Anno 2008

	Italia	Piemonte	Totale Italia	Totale Piemonte	% Italia 2008/2005	% Piemonte 2008/2005
Agricoltura, caccia e silvicoltura	263.041	19.713	18,4%	17,7%	-5,6%	-7,3%
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	1.581	9	0,1%	0,0%	9,3%	-11,1%
Estrazione di minerali	585	33	0,0%	0,0%	-3,1%	3,0%
Attività manifatturiere	143.993	9.910	10,1%	8,9%	-0,1%	0,1%
Produzione e distribuzione energia elettrica, gas e acqua	419	23	0,0%	0,0%	38,7%	26,1%
Costruzioni	58.302	3.637	4,1%	3,3%	19,5%	19,4%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione beni	423.000	31.615	29,6%	28,4%	0,6%	-0,3%
Alberghi e ristoranti	102.733	7.580	7,2%	6,8%	7,8%	7,6%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	26.741	1.788	1,9%	1,6%	8,4%	6,4%
Intermediazione monetaria e finanziaria	26.575	2.426	1,9%	2,2%	8,8%	4,3%
Attività immobiliare, noleggio, informatica, ricerca	165.331	17.542	11,6%	15,7%	14,8%	8,2%
Pubblica amministrazione e difesa, assicurazione sociale	30	0	0,0%	0,0%	-23,3%	
Istruzione	6.939	454	0,5%	0,4%	10,7%	8,1%
Sanità e altri servizi sociali	12.269	767	0,9%	0,7%	17,0%	20,6%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	118.991	10.667	8,3%	9,6%	5,4%	3,2%
Servizi domestici presso famiglie e convivenze	3	0	0,0%	0,0%	-66,7%	
Imprese non classificate	78.734	5.278	5,5%	4,7%	-16,8%	-8,2%
Totale	1.429.267	111.442	100,0%	100,0%	2,2%	1,4%

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

⁽³⁾ per la definizione di imprese non femminili si vedano le avvertenze di metodo a pagina 7.

Le imprese femminili rispetto a quelle non femminili sono concentrate in meno settori: servizi alla persona, commercio e agricoltura.

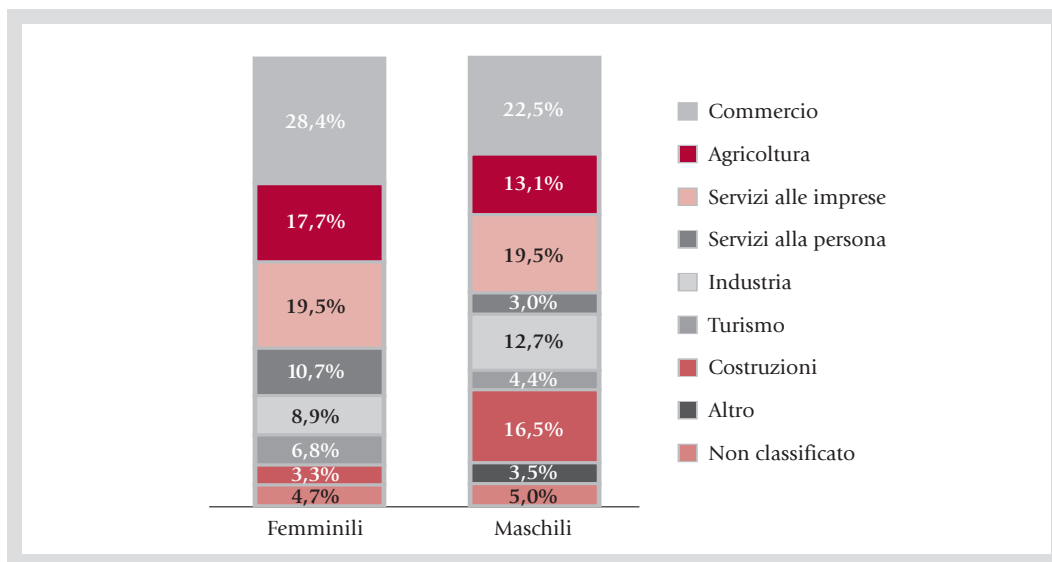
Esistono ancora differenze fra la scomposizione per settori delle imprese a esclusiva o prevalente conduzione femminile e quella delle imprese non femminili⁽³⁾. Le prime sono concentrate in pochi settori e, fra questi, prediligono il commercio, l'agricoltura e i servizi alla persona. Al contrario esse sono meno presenti in comparti come, ad esempio, le costruzioni e il manifatturiero.

La suddivisione dell'occupazione femminile conferma tale distribuzione. Delle 813mila occupate piemontesi il 79% si concentra nel settore dei servizi, il 2,4% nell'agricoltura e il restante 18,6% nell'industria.

A cavallo del XXI secolo le donne piemontesi, più veloci del processo di terziarizzazione dell'economia, hanno raggiunto la maggioranza assoluta degli impieghi nel terziario, passando dal 47,4% nel 1993 al 54,2% nel 2008.

Nel contempo la presenza femminile nel settore industriale, dove meno di un occupato su quattro è donna, è calata dal 31,7% nel 1993 al 18,6% nel 2008.

Scomposizione percentuale delle imprese piemontesi per settore di attività e genere Anno 2008



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

La scomposizione delle imprese femminili in Piemonte, in media, ricalca alcuni tratti tipici delle imprese "rosa" italiane, ma i dettagli provinciali restituiscono un quadro più articolato.

Nella regione sono presenti numerose specializzazioni territoriali, che derivano almeno in parte da scenari storicamente consolidati, ma anche da nuove vocazioni legate ai settori più dinamici degli ultimi anni.

1

Scomposizione delle imprese femminili piemontesi per settore di attività e provincia Anno 2008

	Agricoltura caccia e silvicoltura	Attività manifatturiere	Costruzioni	Comm. ingr. e dett. rip. beni pers.	Alberghi e ristoranti	Trasporti, magazzin. e comunicaz.	Intermediaz. monetaria e finanziaria	Attiv. immob. noleggjo, inform., ric.	Sanità e altri serv. sociali	Altri servizi pubblici, sociali o pers.	Totale
Alessandria	3.627	1.106	406	3.154	826	179	218	1.420	71	1.175	12.734
Asti	2.698	414	158	1.505	337	60	96	606	26	492	6.583
Biella	356	587	108	1.170	323	62	124	902	43	539	4.472
Cuneo	7.507	1.068	454	3.744	1.066	196	268	1.726	99	1.485	17.977
Novara	464	949	292	2.132	629	164	180	1.089	66	950	7.216
Torino	4.190	5.010	1.995	17.538	3.542	1.030	1.376	11.031	392	5.091	55.060
Vco	300	346	112	972	469	51	55	352	30	404	3.215
Vercelli	571	430	112	1.400	388	46	109	416	40	531	4.185
Totale	19.713	9.910	3.637	31.615	7.580	1.788	2.426	17.542	767	10.667	111.442

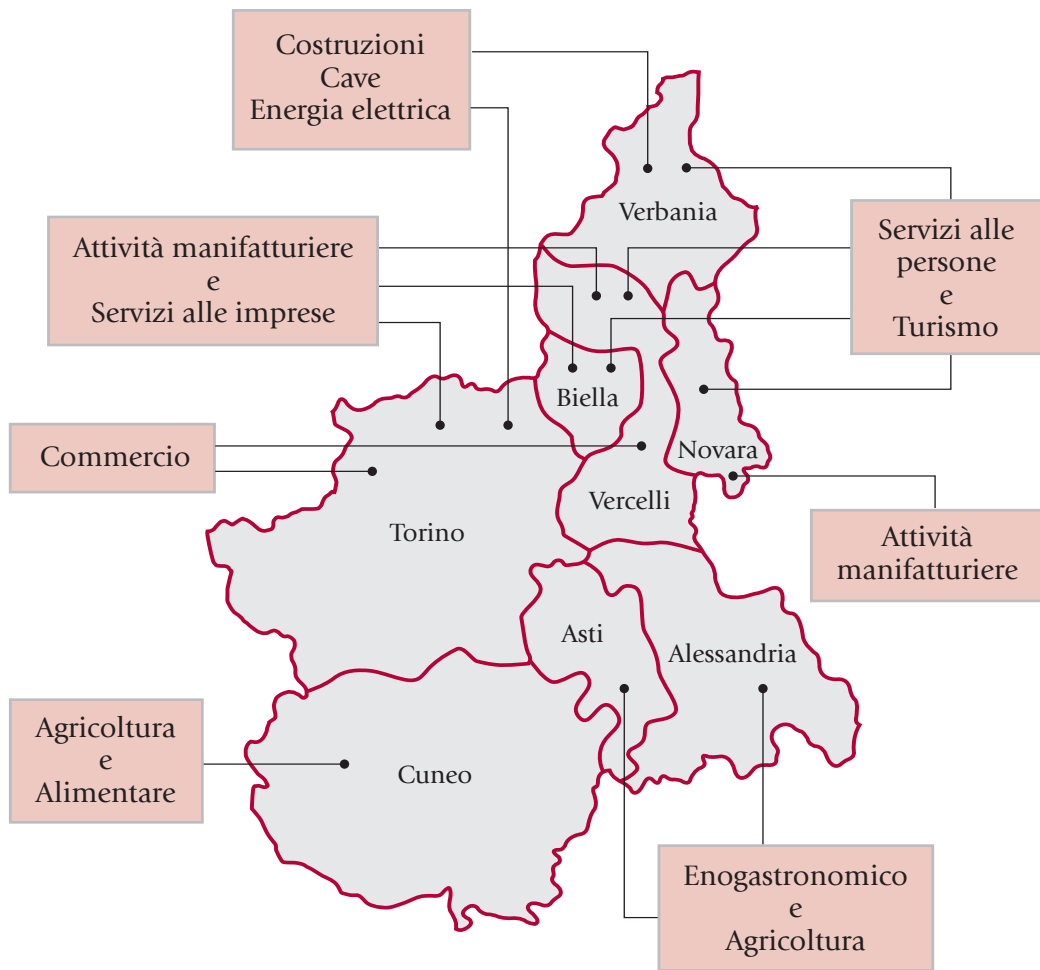
Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

Otto province, un ventaglio di specializzazioni produttive.

I servizi alle imprese e le attività finanziarie sono concentrati nelle aree di industrializzazione storiche come Biella, Novara, Vercelli e Torino.

L'agricoltura, sempre più declinata nei settori enogastronomico e alimentare caratterizza fortemente le tre province meridionali del Piemonte: Asti, Alessandria e Cuneo.

Il Verbanco Cusio Ossola rivela una penetrazione delle imprese femminili in comparti tradizionalmente maschili: cave, costruzioni e manifattura in generale, oltre che produzione di energia elettrica.



1.7 LE LAVORATRICI E LE IMPRENDITRICI STRANIERE

Le donne straniere residenti in Piemonte sono una forza crescente: il loro peso sul totale delle occupate supera l'8%.

I cittadini stranieri hanno un peso e un ruolo sempre più importante nella realtà economica e sociale italiana e piemontese. In Piemonte, i cittadini di origine estera erano nel 2008 poco meno di 300mila, pari al 6,8% della popolazione totale. Di questi poco più della metà (150mila) sono donne, pari al 6,7% della popolazione femminile totale residente in Piemonte. Se si considerano le persone fra i 15 ed i 64 anni, questa percentuale sale all'8,3%. Negli ultimi cinque anni, anche grazie alle procedure di regolarizzazione e di ricongiungimento familiare, la popolazione femminile in Piemonte è triplicata.

Le donne residenti di origine straniera, come gli uomini, sono giovani e attive. Il 62% di esse ha meno di 35 anni, mentre le piemontesi della stessa fascia di età arrivano al 30%. Se si considerano solo le residenti in Piemonte fra i 25 e i 34 anni, l'incidenza delle straniere sale al di sopra del 16%. Il 63,5% di esse ha già un lavoro o lo sta cercando (le corrispondenti piemontesi "attive" si fermano al 60,7%).

Le occupate straniere sono 64mila, pari all'8,3% delle occupate totali della regione: la loro forza crescente è testimoniata anche dal fatto che le procedure di assunzione negli ultimi due anni (2008 e 2009) hanno visto una quota di straniere pari al 13%, dato superiore allo stock (8,3% appunto). Esse hanno un tasso di occupazione del 55%, inferiore di due punti percentuale rispetto a quello delle lavoratrici italiane (57%), a causa di una minore facilità nel trovare un impiego. Nel 2008 in Piemonte erano 10mila le straniere in cerca di lavoro: una quota che vale il 18% delle disoccupate piemontesi e si traduce in un tasso di disoccupazione pari al 13% (quello delle italiane non va oltre il 5,8%).

Il 43% delle occupate straniere è impiegato nel settore del lavoro domestico, che assorbe il 70% delle occupate totali, con una dinamica in crescita negli ultimi anni. Il secondo comparto per ordine di importanza è quello manifatturiero, che incide per una quota pari al 10% del totale delle occupate straniere, e dove esse sono relativamente meno presenti delle italiane (19% del totale). Nel settore commerciale la presenza relativa delle donne straniere è minore rispetto alle italiane, ma a differenza di queste ultime (stabili) sono in crescita. Infine le residenti estere hanno una presenza significativa nel settore del turismo (8,5% del totale, contro il 5,4% delle italiane).

Quasi la metà delle lavoratrici straniere (47%) ha un contratto di lavoro part-time (le italiane non vanno oltre il 30%) e, pur avendo tassi di scolarizzazione simili ai nostri, sono molto spesso prive di qualsiasi qualifica professionale riconosciuta (nel 53% dei casi contro il 7,4% delle piemontesi). Anche l'accesso alle carriere si rivela sovente problematico: i dirigenti di origine straniera sono meno dell'1% del totale delle donne dirigenti in Piemonte.

1

64mila occupate straniere

10mila in cerca di lavoro

*il 62% ha meno di 35 anni.
Su 100 residenti fra i 25 e i 34
anni 16 sono straniere*

*il 43% è occupato nel settore
del lavoro domestico*

*il 47% ha un contratto
di lavoro part-time*

*il 53% è privo di una qualifica
professionale*

Nel 2008 erano 12mila le imprenditrici straniere residenti in Piemonte e il loro numero è cresciuto del 46% in soli due anni.

1

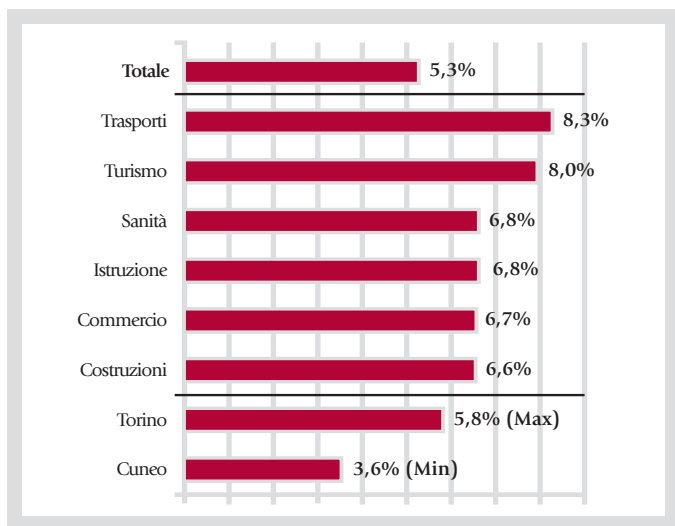
Le imprenditrici straniere nel 2008 erano 12mila, contro le 8.200 nel 2006

Le imprenditrici straniere residenti in Piemonte valgono il 7,8% del totale in Italia

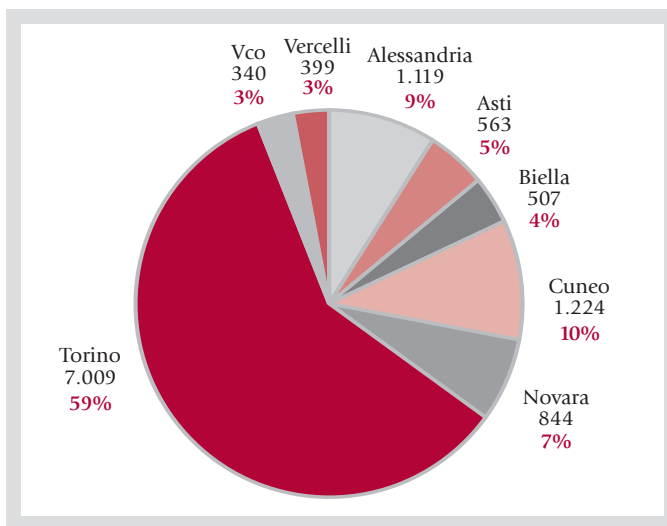
Il 26% è l'incidenza delle imprenditrici straniere sul totale degli imprenditori di cittadinanza straniera

Le imprenditrici straniere residenti a Torino valgono il 59% del totale regionale, le residenti a Cuneo il 10%

Incidenza percentuale delle imprenditrici straniere sul totale delle imprenditrici residenti in Piemonte per settore economico e provincia Anno 2008



Scomposizione delle imprenditrici di cittadinanza straniera per provincia di appartenenza Anno 2008



Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View

1.8 LE DONNE PIEMONTESE E LA CRISI

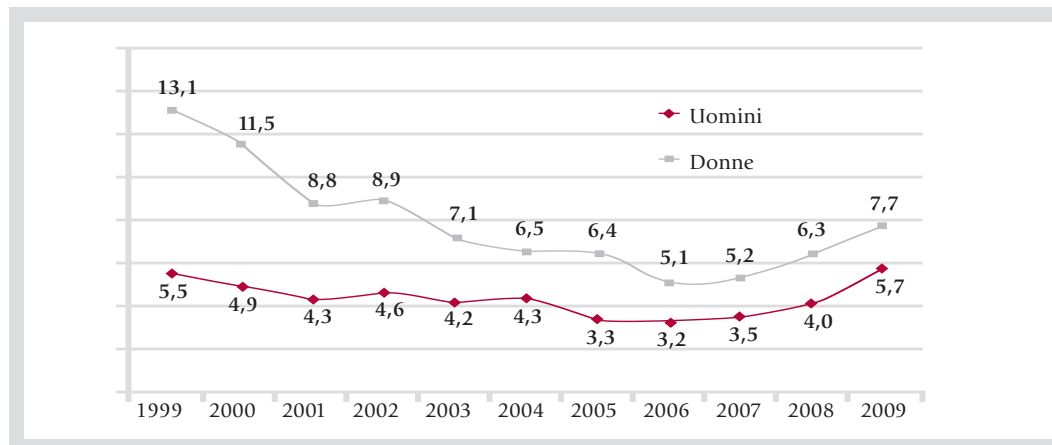
Le lavoratrici piemontesi sembrano pagare la crisi più degli uomini in termini di occupazione e tassi di attività.

Ancora a fine 2008 le imprese femminili non registravano cali significativi in termini di numerosità. Infatti le imprese femminili cessate nel secondo semestre del 2008, pari al 3% del totale, sono state in linea con gli ultimi anni, senza scostamenti significativi fra le province piemontesi.

Invece nel secondo semestre del 2009 in Piemonte, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, si registrano le seguenti dinamiche:

- il totale delle donne in cerca di lavoro è pari a 66mila, si segnalano 23mila occupate in meno e 11mila disoccupate in più
- il tasso di occupazione femminile è passato dal 56,7% al 54,7%, con una flessione maggiore rispetto alla media italiana (che è passata dal 47,5% al 47%)
- il tasso di attività femminile è passato dal 60,6% al 59,3%, facendo rilevare anche in questo caso una flessione maggiore rispetto alla media italiana. Contemporaneamente il tasso di attività maschile piemontese è addirittura cresciuto, dal 77,2% al 77,7%.

*Andamento % del tasso di disoccupazione in Piemonte per genere Anni 1999-2009**



* i dati del 2009 si riferiscono al II semestre

Fonte: Osservatorio regionale sul mercato del lavoro

L'occupazione femminile arretra nel settore industriale e dei servizi, ma le assunzioni nel periodo aprile-giugno 2009 non hanno penalizzato le donne.

Osservando l'andamento delle assunzioni, si nota che su 270mila assunzioni nel II trimestre del 2009 il 50,4% ha riguardato persone di genere femminile, con una dinamica (anno su anno) leggermente più favorevole alle donne piuttosto che agli uomini (o meno sfavorevole, trattandosi di una contrazione delle assunzioni).

Alla fine della prima metà del 2009 però le donne piemontesi sembrano pagare maggiormente la crisi, sia in termini assoluti (in 23mila hanno perso il posto di lavoro, contro 15,6mila uomini), sia in termini relativi (-2,8%, contro il -1,5% degli uomini).

Questa dinamica si discosta dalla media nazionale, dove, nello stesso periodo, l'occupazione femminile ha registrato un -0,7%, contro il -2,2% di quella maschile.

Le occupate piemontesi sono cresciute nel settore agricolo (+16%), mentre sono calate significativamente nel manifatturiero (-11,5%) e nel commercio (-10%).

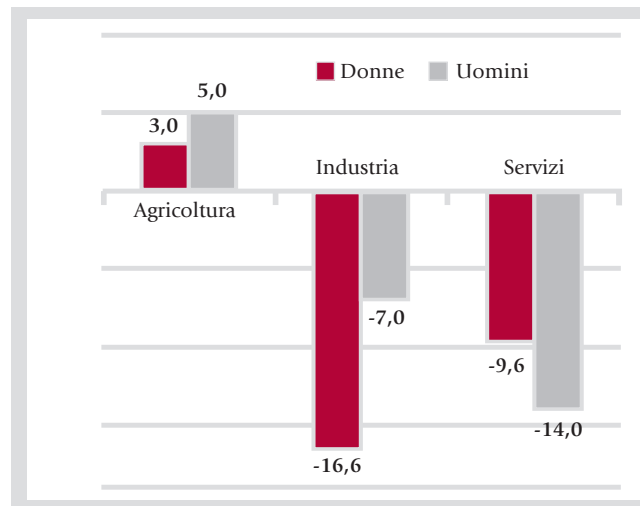
La differenza più marcata fra i generi è nel tipo di contratto: nel II semestre 2009 le donne sembrano orientarsi verso il lavoro subordinato piuttosto che autonomo.

1

Scomposizione % per genere e tipo delle assunzioni in Piemonte nel II trimestre 2009 (variazioni % anno su anno)

	Uomini	Donne	Totale	Var% U	Var% D
Totale procedure lavoro autonomo	48,4%	51,6%	100%	9,9%	-5,0%
Contratto somministrazione	41,9%	58,1%	100%	-56,4%	-40,0%
Contratto di inserimento	38,9%	61,1%	100%	-53,0%	-43,8%
Lavoro intermittente	38,4%	61,6%	100%	541,3%	1.034,3%
Altre assunzioni a Tempo Determinato	50,2%	49,8%	100%	-19,8%	-27,8%
Altre assunzioni a Tempo Indeterminato	57,0%	43,0%	100%	-35,4%	-31,5%
Totale procedure lavoro subordinato	49,8%	50,2%	100%	-31,0%	-28,6%
Totale generale	49,6%	50,4%	100%	-27,7%	-26,6%

Saldo dell'occupazione scomposto per macrosettore e genere in Piemonte nel II trimestre 2009 (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)



Fonte: Osservatorio regionale sul mercato del lavoro

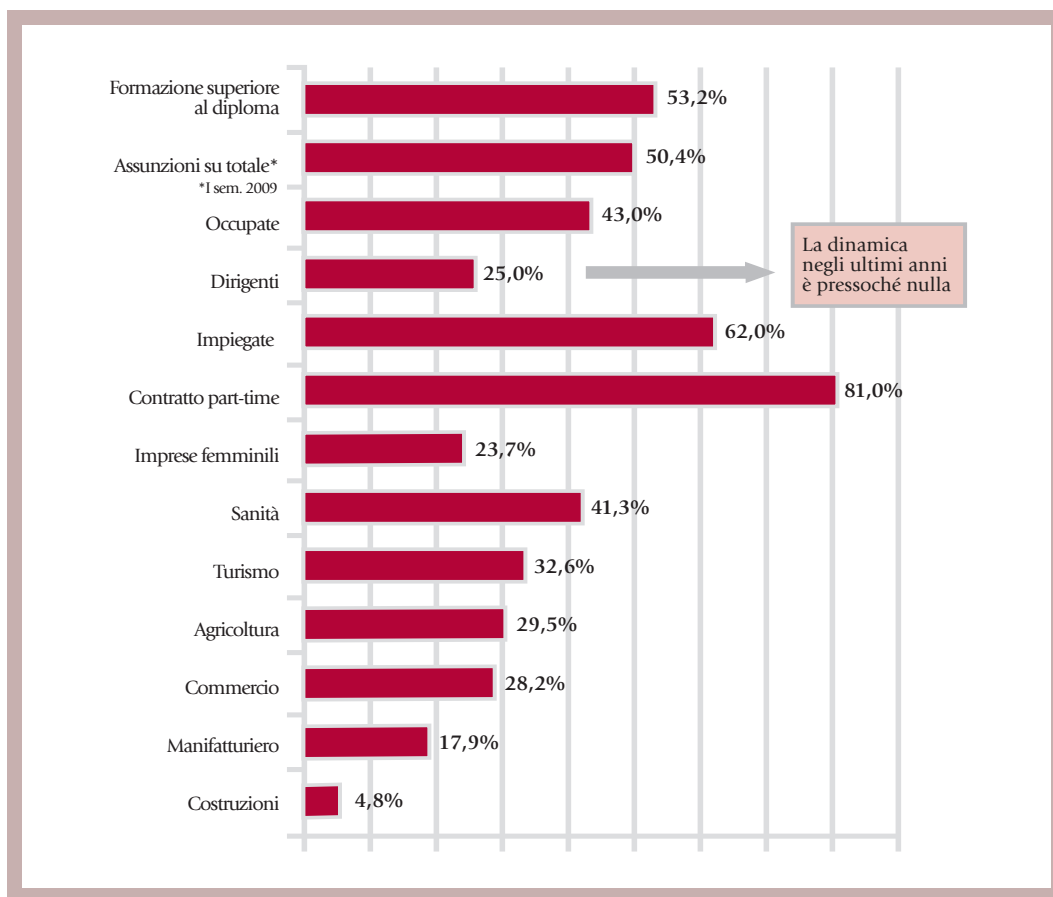
1.9 IL PRESENTE E IL FUTURO SI CONIUGANO AL FEMMINILE

Fattori culturali, sociali, giuridici ed economici spingono le donne a investire di più in formazione e acquisire un ruolo più attivo nel mercato del lavoro.



Nonostante i progressi di questi ultimi anni, permangono disequilibri orizzontali e verticali fra i generi nel mondo del lavoro e dell'imprenditorialità.

Quadro riassuntivo dell'incidenza % delle donne sul totale della variabile analizzata in Piemonte Anno 2008

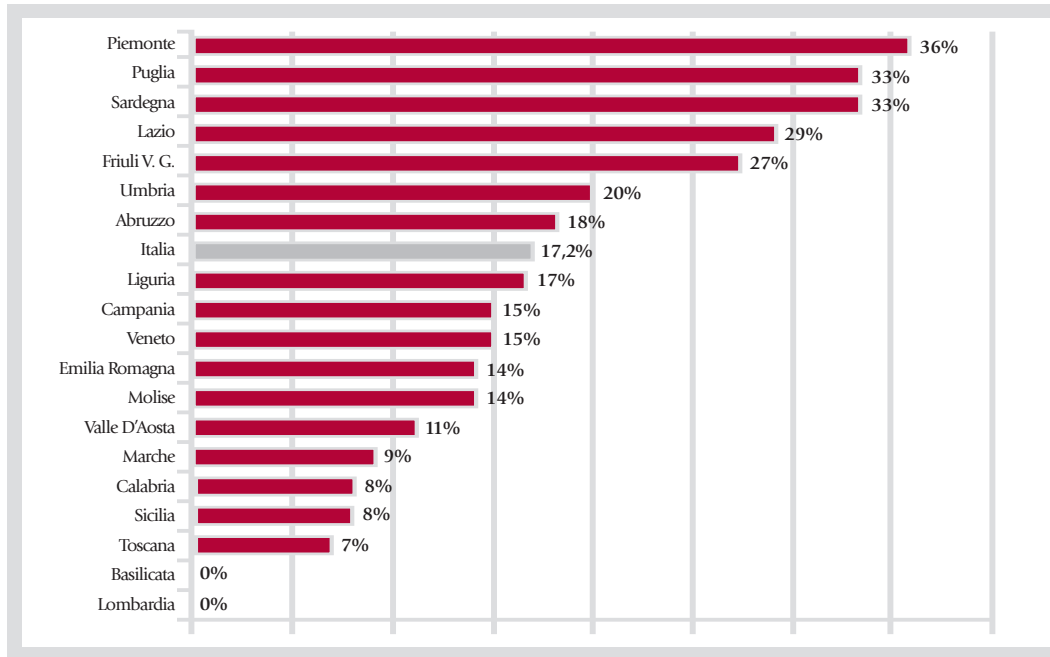


Fonte: Istat e Osservatorio regionale sul mercato del lavoro

1.10 LE RESIDUE DISEGUAGLIANZE DI GENERE

Il Piemonte è al primo posto per la presenza di donne all'interno della Giunta regionale. Persistono, tuttavia, divari di genere molto evidenti nelle carriere e nella rappresentanza pubblica e privata.

Presenza delle donne nelle Giunte regionali (al 28 settembre 2009)



Fonte: Il Sole 24 Ore

Si trovano donne ai vertici delle imprese italiane solo nel 4% dei casi

Nelle banche italiane il 40% dei dipendenti è donna, ma solo lo 0,36% ha la qualifica da dirigente

Nei consigli di amministrazione dei primi 10 gruppi o aziende italiane non è presente neanche una donna

Le donne italiane sono rappresentate con una percentuale pari al 18% in Parlamento e al 16% nel Governo nazionale

Le diseguaglianze di genere denunciano l'esistenza di vincoli che frenano il pieno sviluppo del lavoro e dell'imprenditorialità femminile.

⁽⁴⁾ nel 2008 in Piemonte il tasso di attività era pari al 61% per le donne e al 76% per gli uomini.

1

Gli squilibri fra i generi registrati nei tassi di occupazione, di attività⁽⁴⁾ e di disoccupazione, nella scelta dei contratti di lavoro, nell'avanzamento delle carriere, nelle remunerazioni e nella rappresentanza privata e pubblica sono tra i segnali evidenti di una difficoltà delle donne ad accedere a posti di responsabilità pubblica e privata. Tale divario rivela inoltre le numerose difficoltà che la maggioranza di loro trova nella conciliazione fra tempi di vita e di lavoro. Spesso, a differenza degli uomini, le donne quando compiono scelte riguardanti l'eventuale impiego lavorativo e la successiva gestione dello stesso, sono condizionate da numerosi fattori. Alcuni di questi, di origine culturale, possono presentarsi sotto forma di stereotipi che portano a una segregazione orizzontale ("questo lavoro è troppo faticoso per una donna") o verticale ("una donna non ha sufficienti capacità di leadership"). Alcuni ostacoli sono dovuti invece all'organizzazione interna ai luoghi di lavoro, che di frequente non tiene conto della divisione fra tempi di cura e di lavoro ("come faccio a partecipare alle riunioni che iniziano alle 7 di sera?").

Esistono anche elementi di natura economica: se a parità di mansione il salario di una donna è inferiore a quello di un uomo, questo può ripercuotersi sulle scelte, anche lavorative, all'interno delle famiglie ("dovendo scegliere fra i due coniugi, la carriera di chi privilegiamo?").

I fattori che ostacolano la piena partecipazione e realizzazione della donna nel mondo economico-produttivo sono da eliminare in quanto iniqui ma, come dimostrano sempre più ricerche nazionali e internazionali condotte da importanti istituti (Adler nel 1998, Catalyst nel 2004, McKinsey nel 2007, Cerved nel 2009), rappresentano anche uno spreco di talenti e un freno alla crescita e allo sviluppo delle imprese. Un'indagine condotta dal Cerved segnala come fra le 2.652 imprese italiane rilevate, quelle a guida femminile generano più ricavi e profitti di quelle a guida maschile e sono caratterizzate da un rischio di default minore.

Bisogna rimuovere i vincoli alla volontà crescente delle donne di partecipare a pieno titolo alla vita economica e produttiva italiana e piemontese. Tale necessità trova riscontro nei dati: su oltre 10mila potenziali imprenditori, che nel 2007 si sono rivolti ai servizi delle amministrazioni piemontesi dedicati alla consulenza per intraprendere un'attività in proprio, quasi il 50% (poco meno di 5.000) era di genere femminile.

Solo il 12,3% dei bambini in Italia può accedere a un asilo nido (l'obiettivo della Comunità europea è fissato al 33%)

La differenza salariale fra uomini e donne in Italia è pari a:
5% fra i dirigenti
5,8% fra i quadri
16% fra le impiegate
26% fra i dirigenti pubblici

Nella componente variabile dello stipendio il gap è significativamente maggiore

Una ricerca del National Bureau of Economic Research rivela come le donne italiane paghino di più il credito concesso dalle banche rispetto agli uomini, tendenza non attribuibile ad un rischio maggiore sul prestito

Il 12% delle lavoratrici italiane non si reinserisce nel mondo del lavoro dopo la nascita di un figlio

Fonte: Federmanager, Od&M Presidenza del Consiglio



2

LE POLITICHE PER LA PARTECIPAZIONE DELLE DONNE AL MERCATO DEL LAVORO E ALL'IMPRESORIALITÀ IN PIEMONTE

2.1 L'IMPEGNO DELLA REGIONE PIEMONTE NEGLI ULTIMI ANNI

Un'azione articolata in risposta alle criticità ed ai bisogni delle imprenditrici piemontesi.

La promozione della partecipazione delle donne al mercato del lavoro e all'imprenditorialità è uno dei punti cardine della politica dell'Unione europea per fare dell'Europa l'economia più competitiva al mondo. Per favorire il raggiungimento di tale obiettivo la Regione Piemonte negli ultimi anni ha moltiplicato le iniziative, utilizzando un metodo ben preciso: in un primo momento ha studiato e misurato i bisogni delle donne (anche grazie all'ascolto delle rappresentanze del territorio), poi ha valutato e disegnato misure per rispondere ai bisogni emersi.

Sulla base di un attento studio del territorio attraverso l'Osservatorio dell'imprenditoria femminile, la Regione si è dotata di leggi e misure orientate a sostenere politiche attive sul mercato del lavoro. Si tratta di politiche non assistenzialistiche ma strutturali, volte a creare occupazione stabile, con particolare riguardo alle donne e ai giovani (massimo 35 anni), soggetti che incontrano maggiori difficoltà ad acquisire una presenza stabile nel mondo imprenditoriale (market failure). Per tale motivo si rende necessario un adeguato apporto dell'operatore pubblico nelle fasi critiche della loro esperienza.

2.2 I PARTNER DELLA REGIONE PIEMONTE

Scelte strategiche per unire le forze e le competenze, un vantaggio reciproco per favorire le donne.

Una delle scelte strategiche compiute dalla Regione nell'ambito delle politiche per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile è stata il progressivo coinvolgimento di partner nell'attuazione delle misure legislative.

L'amministrazione regionale, infatti, è convinta della necessità di accompagnare leggi che prevedono aiuti di tipo economico e finanziario, ad accorgimenti e strumenti tesi a:

- raggiungere, informare e coinvolgere il maggior numero di imprenditrici o potenziali imprenditrici
- studiare il fenomeno affrontato, monitorare le misure attraverso gli sportelli presenti sul territorio
- offrire un accompagnamento sia nelle fasi immediatamente successive all'avvio dell'attività imprenditoriale, sia nelle situazioni di difficoltà finanziarie di imprese già avviate.

Per raggiungere questi risultati è stato fondamentale coinvolgere i principali attori che sul territorio si occupano di imprenditoria femminile:

- altre amministrazioni pubbliche (ad esempio le Province) con competenze in materia di politica del lavoro e accompagnamento di impresa
- il sistema camerale, con l'individuazione di Unioncamere Piemonte come ente attuatore dei tre Programmi Regionali (IV, V e VI bando)
- i Comitati per l'Imprenditoria Femminile (CIF), che rappresentano le imprenditrici all'interno del sistema camerale
- le Associazioni di categoria, che hanno attivato sul territorio sportelli per l'accompagnamento alla creazione di impresa e la consulenza alle imprese femminili a rischio di continuità aziendale
- gli istituti di credito e l'ABI, per raggiungere un'intesa e attuarla efficacemente a favore dell'accesso al credito
- le fondazioni Onlus, per il progetto di microcredito
- le imprenditrici stesse, supportandole nel creare un sistema di reti di relazioni fra loro.

In futuro è auspicabile il coinvolgimento e l'impegno di altri attori strategici operanti sul territorio: ad esempio incubatori universitari, che potrebbero raccogliere e supportare lo spirito innovativo proprio dell'imprenditoria femminile.

2.3 I COMITATI PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

Una rappresentanza in seno alle Camere di commercio ed un partner strategico per l'amministrazione regionale.

I CIF nascono da due protocolli di intesa siglati, il primo del 1999 e il secondo del 2003, tra l'ex Ministero delle attività produttive, oggi Ministero dello sviluppo economico, e Unioncamere Nazionale, con l'auspicio di promuovere l'imprenditorialità, la formazione, la qualificazione e l'informazione delle donne.

Sono stati costituiti in seno a ognuna delle Camere di commercio che hanno aderito ai suddetti protocolli. Sono composti da rappresentanti del Consiglio camerale, oltre che da rappresentanti indicati dalle Associazioni imprenditoriali di categoria e dalle Organizzazioni sindacali impegnate nella promozione delle pari opportunità nominati dalla Giunta camerale. I membri rimangono in carica tre anni.

Finalità: promuovere e favorire lo sviluppo delle imprese femminili, qualificandole e personalizzando gli interventi sulla base delle esigenze e delle peculiarità dell'economia di ogni provincia.

I Comitati organizzano corsi di formazione specifici per aspiranti imprenditrici, programmano convegni, redigono e pubblicano guide e studi sul tema, oltre che avviare iniziative per facilitare l'accesso al credito e alle fonti di finanziamento, promuovendo anche la stipula di Convenzioni.

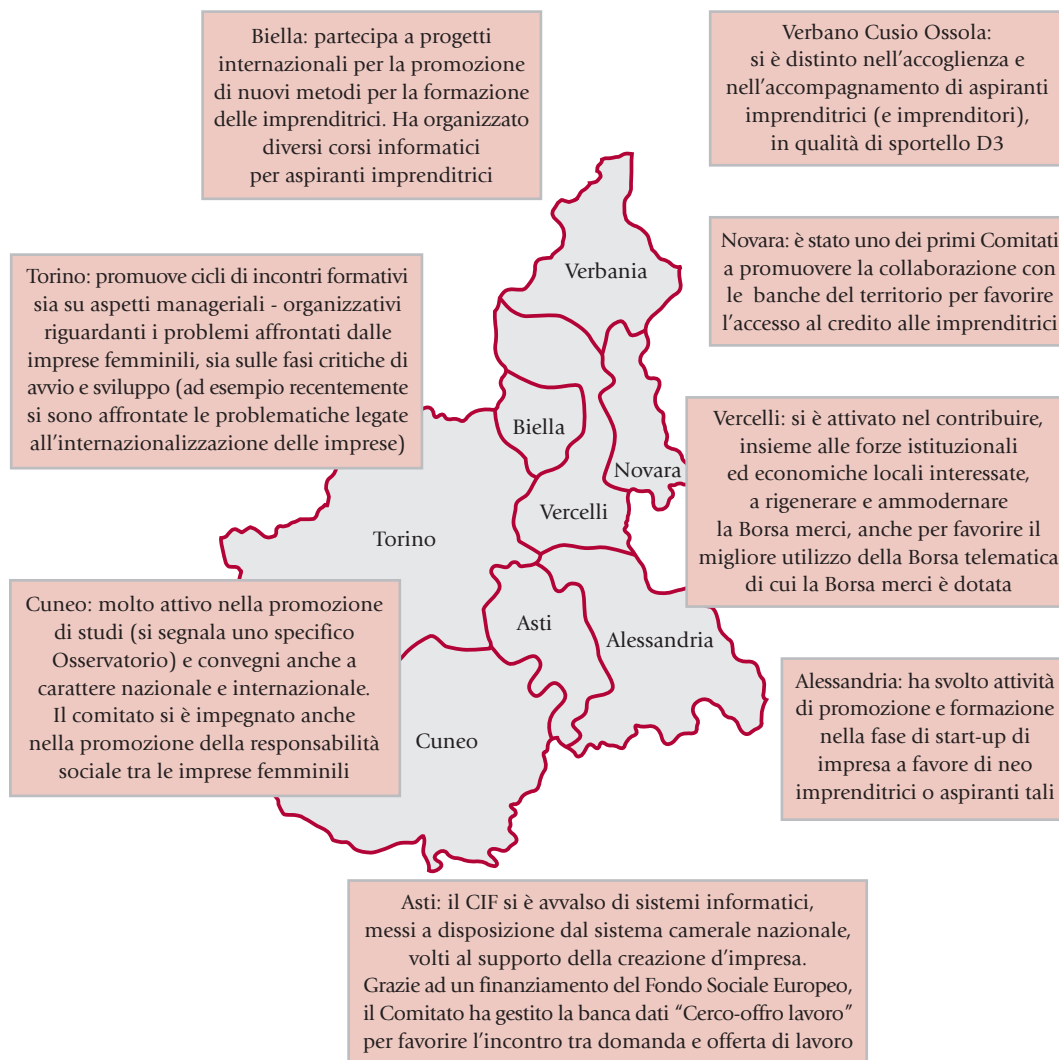
Risultati: la Regione Piemonte, attraverso il coordinamento di Unioncamere Piemonte, si è avvalsa della loro collaborazione, rafforzandone il ruolo di rappresentanza dell'imprenditoria femminile in seno alle Camere di commercio.

I CIF hanno rivestito un ruolo da esperti sia per le imprese sulle questioni dell'imprenditoria femminile, sia per la Regione e Unioncamere nella progettazione e gestione delle misure ad essa dedicate (indagine dei bisogni delle imprese e valutazione dei progetti per il miglioramento degli stessi). Hanno costituito in questi anni uno strumento di supporto operativo per le iniziative della Regione Piemonte, informando, accompagnando e formando migliaia di imprenditrici.

Sono stati fra i primi promotori di protocolli d'intesa con le banche del territorio per facilitare l'accesso al credito dell'imprenditoria femminile.

Le eccellenze sviluppate dai CIF piemontesi.

2



2.4 LA GESTIONE REGIONALE DEL FONDO SOCIALE EUROPEO

Dal 2000 al 2006 la Regione Piemonte ha gestito 100 milioni di euro a favore dell'occupazione e dell'imprenditorialità femminile.

Misura: Programma Operativo Regionale (POR) 2000-2006 del Fondo Sociale Europeo, Misura E1

Periodo: 2000-2006

Finanziamento: la dotazione finanziaria della Misura E1 è stata di oltre 100 milioni di euro, pari al 10% della dotazione totale del POR.

Finalità:

- aumentare il tasso di partecipazione delle donne al mercato del lavoro e favorire l'imprenditorialità femminile
- migliorare la posizione relativa della componente femminile nel mondo del lavoro e favorire la conciliazione tra tempi di lavoro e tempi della vita in un'ottica di condivisione delle responsabilità familiari.

Da evidenziare, quali azioni particolarmente significative della Misura E1, gli interventi di politica del lavoro e di inserimento lavorativo delle persone in particolari momenti della vita (voucher di conciliazione vita/lavoro a cui sono stati destinati oltre 9 milioni di euro); progetti per la flessibilità nell'organizzazione del lavoro finalizzati alla conciliazione vita/lavoro (telelavoro, flessibilità di orario, nidi aziendali); sviluppo delle carriere delle donne occupate tramite percorsi di formazione individuali; azioni integrate di orientamento e di formazione; interventi di diffusione della cultura di parità e progetti interregionali.

Risultati: sono stati stanziati 18.162.983 di euro per le azioni relative al sostegno della conciliazione in ambito aziendale e per il reinserimento socio-lavorativo di soggetti svantaggiati, per un totale di 221 progetti finanziati in tutto il Piemonte, promossi da aziende pubbliche e private, consorzi e parti sociali.

Prospettive future: la nuova programmazione POR FSE 2007-2013 (obiettivo specifico "f"), ha una dotazione di 33 milioni di euro per migliorare l'accesso delle donne all'occupazione e ridurre le disparità di genere. Gli interventi saranno mirati alla promozione della cultura della parità, della condivisione delle responsabilità fra i generi, della conciliazione fra vita familiare e professionale e dell'aumento della qualificazione dell'occupazione femminile.

2.5 LE MISURE DELLA REGIONE PIEMONTE PER LO SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

I principali strumenti d'azione della Regione negli ultimi quattro anni.

Misure del Programma Regionale VI bando (2006-2008)

- ammontare dei fondi: 700mila euro (di cui 58% impegnati dalla Regione Piemonte e il restante 42% a carico dello Stato italiano)
- ente attuatore: Unioncamere Piemonte
- azioni intraprese:
 - monitoraggio e valutazione delle imprese beneficiarie dei fondi (ex L. 215/1992) e aggiornamento della ricerca sull'imprenditoria femminile in Piemonte "Piccole imprese, grandi imprenditrici 2007"
 - il mentoring: attività di formazione imprenditoriale
 - servizi di assistenza e consulenza tecnica e manageriale alle imprese femminili a rischio di continuità aziendale, creazione degli sportelli a rischio continuità
 - consulenza per la presentazione delle domande e figura di sostituzione, creazione degli sportelli 53.

Strumenti di incentivazione finanziaria promossi dalla Regione Piemonte

- Fondo di garanzia a sostegno dell'accesso al credito a favore dell'imprenditoria femminile e giovanile (2004-2007 solo per l'imprenditoria femminile)
- protocollo di intesa per agevolare l'accesso al credito firmato dalla Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte e Commissione Regionale ABI del Piemonte (con validità da dicembre 2007 a dicembre 2010)
- L. R. del 22 dicembre 2008, n. 34 - art. 42 "Misure a favore dell'autoimpiego e della creazione di impresa"
- Fondo regionale di garanzia per il microcredito, istituito dall'art. 33 della L. R. del 4 dicembre 2009, n. 30.

2.5.1 IL MENTORING

Un progetto per trasferire conoscenze e creare reti sociali e economiche fra donne e di donne.

Misura: formazione da parte di imprenditrici esperte nei confronti di neo imprenditrici.

Finanziamento: Programma Regionale VI bando, "Azioni positive per l'imprenditoria femminile". Le mentori hanno ricevuto un contributo da parte della Regione per il loro lavoro di formazione imprenditoriale.

Gestione: Unioncamere Piemonte con il supporto dei CIF e degli sportelli provinciali di accompagnamento d'impresa.

Criticità affrontata: le aspiranti imprenditrici hanno solitamente una conoscenza limitata del mercato in cui operano e degli interlocutori qualificati a cui richiedere consulenze nella fase di avvio (gestione, portafoglio clienti, nozioni tecniche).

Funzionamento: i CIF hanno selezionato 14 imprese mentori in base alle caratteristiche dell'impresa gestita, al settore di attività e alla disponibilità di tempo. Seguendo gli stessi criteri, gli sportelli provinciali hanno invece individuato 14 neo imprenditrici piemontesi, di cui 2 straniere, affiancandole alle imprenditrici esperte in base al settore di attività. Sono stati organizzati dalla Regione e da Unioncamere Piemonte incontri trimestrali con tutte le partecipanti al fine di valutare i progressi di collaborazione tra imprese (anche attraverso relazioni scritte) e di condividere le migliori pratiche.

Monitoraggio delle attività: luglio 2007 - luglio 2008.

Risultati: i responsabili dell'indagine hanno rilevato un alto indice di gradimento sia da parte delle neo-imprenditrici sia da parte delle mentori. Le neo imprenditrici hanno avuto un supporto costante nella loro formazione, che ha permesso loro di pianificare, di validare le proprie idee e di acquisire un ventaglio di informazioni e nozioni informali, nonché accedere a reti di conoscenze.

Anche le mentori hanno tratto vantaggio da questa esperienza, rafforzando le loro motivazioni e strutturando le proprie tecniche imprenditoriali.

Vi è quindi stato uno scambio proficuo fra i soggetti che ha motivato entrambe le parti: le più giovani hanno portato idee innovative ed entusiasmo, le più esperte hanno trasmesso il loro know-how.

In ultima analisi bisogna evidenziare la creazione di partnership durature fra neo imprenditrici e mentori.

L'esperienza ha ricevuto manifestazioni di interesse da parte di diverse regioni italiane, fra cui Veneto, Sardegna e Valle d'Aosta.

Prospettive future: il successo dell'iniziativa spinge ad augurarsi un allargamento della stessa. La Regione ha finanziato un progetto pilota per collaudare e promuovere questa pratica, non si esclude che in futuro tale misura possa assurgere a strumento di legge. Più di un soggetto intervistato, ad esempio, ha sottolineato l'importanza cruciale del coinvolgimento delle Associazioni di categoria per il reperimento e l'incrocio fra le neo imprenditrici e le mentori ed il supporto formativo.

2.5.2 L'ASSISTENZA ALLE IMPRESE A RISCHIO CONTINUITÀ

Misura: servizi di assistenza e consulenza tecnico-manageriale alle imprese femminili a rischio di continuità, previsto dal V obiettivo del Programma Regionale VI bando.

Finanziamento: contributo della Regione Piemonte agli enti che hanno attivato gli sportelli sul territorio regionale.

Criticità affrontata: la necessità per le imprese femminili in situazione di difficoltà di ottenere consulenza. Un'esigenza emersa in fase di monitoraggio e di studio della realtà piemontese.

Destinatari: il 70% dei destinatari dei servizi di assistenza e consulenza dovevano essere imprese femminili a rischio di continuità aziendale.

Funzionamento: sono stati creati 152 sportelli in tutto il Piemonte per l'assistenza e la consulenza alle imprese presso le Associazioni di categoria e altri soggetti che hanno partecipato all'avviso pubblico.

Periodo e durata: 14 mesi fra il 2007 e il 2008.

Servizi offerti: i soggetti che hanno offerto consulenza (scelti con avviso pubblico fra consorzi e Associazioni di categoria) hanno prestato i seguenti servizi:

- accoglienza ed informazioni preliminari
- realizzazione di un check-up finalizzato a valutare le possibilità residue di rilancio
- assistenza e consulenza per l'attivazione delle azioni di rilancio
- assistenza e consulenza per il riposizionamento (analisi costi/benefici, finanziamenti, marketing, consulenza per usufruire delle leggi di salvataggio e consolidamento dei debiti)
- valutazione di possibili azioni di internazionalizzazione dell'impresa
- assistenza per l'azione di contro spin-off (ricerca di una partner verso cui far confluire l'impresa) o di mentoring
- consulenza legale e contabile per l'accompagnamento alla liquidazione "non traumatica" dell'azienda.

Risultati: sono state assistite 140 imprese. Questo strumento è servito anche per conoscere a fondo i bisogni e le criticità delle imprese femminili, oltre a condurre alla progettazione di altri strumenti regionali (in particolare il Fondo di garanzia a favore dell'imprenditoria femminile).

Prospettive future: 91 sportelli, creati grazie al finanziamento regionale, continuano ad operare. Tale misura ha riscontrato grandi difficoltà a decollare. In linea generale tutti gli enti concordano sul fatto che la gestione di tali sportelli ha rappresentato un'esperienza pilota positiva, che ha evidenziato le reali esigenze delle imprese sul territorio. Da sottolineare la poca disponibilità delle imprese di palesare la difficoltà, c'è pudore nel far sapere all'esterno che l'attività non va bene. Molti enti raccolgono solo ora i frutti delle loro campagne pubblicitarie svolte principalmente presso i propri associati e del passa parola tra imprenditrici/imprenditori e continuano a operare prestando servizi anche alle imprese non femminili. Nel 2010 la Regione Piemonte intende impegnarsi nella promozione di questi sportelli in sinergia con altri enti locali interessati.

2.5.3 GLI SPORTELLI PER L'ASSISTENZA ALLE IMPRESE CHE INTENDONO USUFRUIRE DELL'ART. 9 DELLA L. 53/2000

Misura: sportelli per l'assistenza alla presentazione di progetti sulla L. 53/2000, art. 9, "Misure a sostegno della flessibilità di orario".

Contributo: la Regione Piemonte con il supporto di Unioncamere Piemonte ha contribuito alla realizzazione di sportelli sul territorio regionale.

Destinatari: gli sportelli sono destinati alle piccole e medie imprese intenzionate a presentare progetti ai sensi dell'art. 9 della L. 53/2000. Almeno il 70% delle imprese che si sono rivolte agli sportelli regionali dovevano avere carattere di imprese femminili, secondo la definizione della ex L. 215/1992.

Funzionamento: gli sportelli per l'assistenza e la consulenza alle imprese sull'art. 9 della L. 53/2000 sono stati organizzati e gestiti da nove Associazioni di categoria, coinvolte in un'unica Associazione temporanea di scopo (ATS).

Sono stati aperti 48 sportelli sul territorio, ognuno dei quali ha garantito almeno 24 ore di servizi al mese per i primi 9 mesi del 2008 (per un totale superiore alle 15mila ore). La Regione ha chiesto loro di avere un ruolo attivo per contattare, informare ed ascoltare le esigenze delle imprenditrici.

Servizi offerti: i servizi di assistenza e consulenza prestati dagli "sportelli di assistenza sulla L. 53/2000" sono di seguito elencati:

- accoglienza ed informazioni preliminari
- analisi dei fabbisogni
- individuazione del progetto nell'ambito delle tipologie di legge
- ideazione e progettazione
- individuazione del sostituto se necessario (dipendente o imprenditrice)
- accompagnamento alla conciliazione
- valutazione delle azioni di flessibilità (part-time, orario flessibile, telelavoro, banca delle ore) con specificazione della valenza di azione positiva
- assistenza nella gestione del progetto
- assistenza nel monitoraggio del progetto e nella gestione dell'aiuto (rendicontazione)
- altre forme di servizio individuate dai soggetti destinatari dell'avviso e pertinenti all'obiettivo del medesimo.

Risultati: nel periodo di monitoraggio sono state assistite 1.016 imprese di cui 800 imprese femminili.

Prospettive future: il lavoro degli sportelli è stato molto importante ed i risultati sono visibili dal punto di vista dei progetti finanziati; infatti la graduatoria dei progetti presentati alla scadenza di febbraio 2009 e approvati, pubblicata il 10 novembre 2009, evidenzia che su 54 progetti ben un terzo sono stati presentati da imprese del Piemonte. L'art. 9 della L. 53/2000 è stato recentemente modificato dall'art. 38 della L. 69/2009

“Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile”. Le modifiche apportate all’art. 9 sono molto importanti e rispondono anche alle criticità esposte dagli sportelli piemontesi e contenute in una lettera dell’ Assessora Teresa Angela Migliasso inviata al Responsabile del Dipartimento per le Politiche della famiglia. Purtroppo c’è da segnalare che, a causa della sospensione delle attività della Conferenza unificata Stato - Regioni e autonomie locali, non è possibile prevedere la conclusione dell’iter di approvazione delle norme applicative dell’art. 9 modificato, e dare indicazione della prossima scadenza per la presentazione delle domande. Gli Uffici regionali competenti hanno richiesto che dopo l’approvazione delle modalità applicative dell’articolo si possa organizzare un incontro tra gli sportelli piemontesi ed un funzionario del Dipartimento per approfondire la conoscenza delle modifiche in modo da poter assistere efficacemente le imprese nell’inoltro dei progetti. Non si vuole a nessun costo disperdere nel nulla il patrimonio culturale e l’attività realizzata fino ad oggi sul territorio regionale.

2.5.4 LA FIGURA DI SOSTITUZIONE

Un progetto ambizioso per rendere possibile la conciliazione fra tempi di vita e di lavoro anche per le imprenditrici e le libere professioniste.

Misura: creazione di una banca dati in cui inserire i nominativi e i curricula di soggetti candidati alla “figura di sostituzione”.

Affronta il tema della conciliazione, rispondendo alle esigenze di imprenditrici che desiderano allontanarsi temporaneamente dalla vita professionale per esigenze di varia natura (ad esempio cura dei figli o dei genitori, malattia, formazione, aggiornamento) pur ricoprendo un posto da imprenditrice o lavoratrice autonoma.

Criticità: l’applicazione del sistema di congedi parentali alle figure imprenditoriali e di lavoro autonomo, coinvolgendo ruoli di particolare responsabilità gestionale e manageriale, comporta difficoltà e diffidenze.

Funzionamento: Unioncamere gestisce un data base con i nominativi e i curricula di figure candidate alla sostituzione e li trasferisce agli sportelli 53 che accolgono le imprenditrici interessate a questa misura.

Risultati: recenti indagini presso le Associazioni di categoria hanno evidenziato che:

- le imprenditrici sembrano preferire l’ipotesi di organizzazione del servizio di sostituzione creando una banca dati delle sostitute individuate tra ex imprenditrici, lavoratrici appositamente professionalizzate, imprenditrici in attività che offrono parte del loro tempo alle colleghe nei periodi di assenza dal lavoro
- le imprenditrici ritengono indispensabile la stipulazione di un patto di non concorrenza (ad esempio attraverso l’inserimento obbligatorio nel contratto di sostituzione del diritto/dovere di garantire la privacy e la riservatezza sui dati acquisiti e trattati).

Prospettive future: nel 2010 la Regione intende impegnarsi nella promozione e diffusione di questa misura, superando soprattutto le diffidenze delle imprenditrici.

2.5.5 IL FONDO DI GARANZIA FEMMINILE E GIOVANILE

Migliorare l'accesso al credito per le imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile e giovanile.

Normativa: L. R. 12/2004, art. 8, come modificato dall'art. 30 della L. R. 9/2007. L'idea nasce dalla constatazione che l'ente pubblico sia il primo soggetto a creare un rapporto fiduciario con le imprenditrici, aprendo così la strada a quello fra esse e le banche.

Durata: dal gennaio 2005, ancora attiva.

Finanziamento: garanzia regionale su finanziamenti bancari agevolati.

Criticità affrontata: migliorare l'accesso al credito a piccole imprese femminili operanti per richieste modeste di aiuto relative a problemi contingenti di liquidità.

Destinatari: piccole imprese femminili e giovanili (18-35 anni).

Funzionamento: l'agevolazione regionale si sostanzia nella concessione di una garanzia fideiussoria sui finanziamenti concessi dalle banche convenzionate con Finpiemonte Spa (soggetto gestore del Fondo). Questa garanzia è pari all'80% dell'esposizione sottostante il finanziamento bancario stesso. Il Fondo opera come garanzia sostitutiva, per cui la banca non richiede ulteriori garanzie (rimanente 20%). Le principali caratteristiche sono le seguenti:

- le imprese la cui domanda è accolta da Finpiemonte godono (grazie alla garanzia regionale ed all'accordo con il sistema bancario) di un tasso di interesse a condizioni di particolare favore (Euribor a 3 mesi +1,25 punti di spread)
- il prestito deve essere rimborsato a rate trimestrali all'istituto di credito nel termine massimo di 36 mesi (di cui 6 mesi di preammortamento) per i finanziamenti di importo pari o inferiore a 20.000 euro e nel termine massimo di 60 mesi (di cui 12 di preammortamento) per i finanziamenti di importo pari o inferiore al tetto massimo di finanziamento di 40.000 euro
- le spese ammissibili non sono solo quelle per investimenti (macchinari, software), ma anche spese generali e in conto gestione (affitti, formazione, materie prime, merce da rivendere e utenze)
- il costo della garanzia per le imprese è pari a zero.

L'impegno del Fondo regionale ammonta a quasi 7 milioni di euro (nel 2004 si era iniziato con 400mila euro)

Nell'anno 2009 le domande pervenute a Finpiemonte sono nell'ordine del migliaio

Il moltiplicatore delle garanzie è passato da 3 a 5 nel gennaio 2009: pertanto a fronte di uno stanziamento regionale di 7 milioni di euro, i finanziamenti garantiti sono pari a 35 milioni di euro

Il Fondo di garanzia come strumento di dialogo fra le donne e le banche e volano di sviluppo.

Risultati: con l'istituzione del Fondo di garanzia si supera la logica dei finanziamenti a fondo perduto e si introduce il principio di un sostegno fiduciario fra ente pubblico e impresa che a sua volta si impegna a restituire, tramite l'attività imprenditoriale, il prestito richiesto. Tutte le parti coinvolte nell'iniziativa (amministrazione pubblica, istituti di credito e Associazioni datoriali) evidenziano un alto grado di soddisfazione a riguardo. La partecipazione al Fondo è stata corale, tanto che tutte le Banche del territorio hanno aderito all'iniziativa. Il Fondo di garanzia è stato uno dei primi passi nella collaborazione fra Regione, Unioncamere e banche, che da qualche anno sta portando a una sensibilizzazione nei confronti dell'imprenditoria femminile. Le banche sono divenute anche antenne sul territorio ed hanno restituito alla Regione informazioni per calibrare meglio i suoi strumenti. Grazie a questo scambio continuo nel 2007 è stato possibile migliorare lo strumento del Fondo e aumentare nel gennaio 2009 il moltiplicatore (da 3 a 5) in modo da poter incrementare proporzionalmente l'erogazione di prestiti, al punto che nei primi 10 mesi del 2009 le domande giunte a Finpiemonte sono state un migliaio.

Il tasso di restituzione dei prestiti (e quello speculare delle sofferenze) è nella media del totale delle imprese, anche nel recente periodo di crisi. Negli ultimi anni una delle banche più importanti ha aperto i cosiddetti "corner rosa": 19 sportelli ben distinguibili presso le filiali di tutto il Piemonte per la consulenza specifica alle imprenditrici femminili, dal supporto per la redazione di un business plan all'indirizzamento verso gli sportelli o i finanziamenti nazionali o regionali. Il Fondo di garanzia rappresenta un caso di best practice piemontese, tanto che diverse altre Regioni d'Italia hanno manifestato il loro interesse (in particolare Lazio, Veneto, Emilia Romagna, Sardegna e Basilicata).

2.5.6 IL PROTOCOLLO DI INTESA PER L'ACCESSO AL CREDITO

Regione Piemonte, Unioncamere e Commissione Regionale ABI del Piemonte moltiplicano idee e collaborazioni per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile.

Strumento: protocollo di intesa per agevolare l'accesso al credito delle imprese femminili.

Durata: dicembre 2007 - dicembre 2010, rinnovabile per eguale periodo (tre anni).

Criticità affrontata: è una spinta per il sistema bancario regionale a coordinarsi con la Regione e gli enti gestori delle misure a vantaggio dell'imprenditoria femminile per aumentare l'efficienza delle stesse non solo tramite una maggiore reattività delle banche, ma anche per valorizzarle in quanto canali di informazione, formazione e consulenza.

Risultati: la stipula del protocollo è stata funzionale a:

- diffondere presso le banche la conoscenza degli strumenti agevolativi a favore dell'imprenditoria femminile, in particolare del Fondo di garanzia, e l'impegno alla sottoscrizione delle convenzioni per il concorso bancario previsto dalla gestione del predetto Fondo
- invitare le banche a ridurre gli attuali tempi di risposta alle richieste di finanziamento
- promuovere presso le banche la collaborazione con gli sportelli per le imprese a rischio di continuità aziendale, nella ricerca di soluzioni per l'uscita dalle difficoltà delle imprenditrici
- promuovere iniziative di formazione finanziaria destinate alle imprenditrici.

Il protocollo è una testimonianza della collaborazione fra diversi soggetti (Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte e CIE, Commissione Regionale ABI) che ha come unico scopo lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile. Un dialogo proficuo che porta a risultati concreti: ad esempio tutte le banche, coordinate dall'ABI, hanno accettato il passaggio della copertura delle garanzie sull'erogato dal 100% all'80%, impegnandosi a non chiedere ulteriori garanzie rispetto a quelle emesse dalla Regione Piemonte.

2.5.7 LA NUOVA LEGGE PER L'AUTOIMPIEGO E LA CREAZIONE DI IMPRESA

L'art. 42 della L. R. 34/2008 tiene conto della precedente esperienza in materia di sostegno alle nuove iniziative imprenditoriali e supera l'esperienza degli ultimi anni.

Normativa: L. R. del 22 dicembre 2008, n. 34 - art. 42 "Misure a favore dell'autoimpiego e della creazione d'impresa", in abrogazione della L. R. 28/1993 e s.m.i.

L'atto di indirizzo, approvato dalla Giunta regionale il 16 novembre 2009, prevede i seguenti tre allegati:

Allegato A interventi per la nascita e lo sviluppo "di creazione di d'impresa"

Allegato B interventi per la nascita e lo sviluppo del "lavoro autonomo", intendendo per lavoratori autonomi i titolari di Partita IVA in tutti i settori merceologici e professionali compresi quelli privi di Albo o ordine professionale

Allegato C servizi di accompagnamento ed assistenza tecnica finalizzati al trasferimento d'impresa extra famiglia.

Destinatari: con questa legge l'amministrazione regionale ha voluto ampliare il novero dei destinatari e delle misure adottate. Oltre alle imprese sono previsti così anche i lavoratori autonomi. Allo stesso modo si supera la logica della scelta fra fondo perduto o finanziamento, prevedendo la possibilità di inoltrare due domande disgiunte.

Infine con l'Allegato C la Regione Piemonte diventa la prima Regione italiana ad attuare le indicazioni della Commissione europea del 25 giugno 2008 "Small Business Act" che invitano i Paesi membri a supportare le piccole imprese a rischio continuità (6 milioni di loro rischiano di chiudere a causa della crisi economico-finanziaria). Questa misura può favorire un "passaggio generazionale" ad esempio di un'impresa i cui eredi diretti siano assenti o non interessati a rilevarne l'attività, tutelando entrambe le parti.

Partner strategico: le domande ai sensi degli interventi previsti dagli Allegati A e B saranno presentate alle Province competenti territorialmente.

Funzionamento: sarà possibile fare domande disgiunte per usufruire del contributo a fondo perduto per le spese di avviamento, assistenza tecnica-gestionale, formazione professionale e manageriale e per beneficiare del finanziamento a tasso agevolato per la realizzazione di interventi e per l'attivazione e adeguamento di locali e impianti.

Il piano di rientro per il finanziamento agevolato è di 72 mesi di ammortamento, di cui 12 mesi di preammortamento per le imprese, mentre per i lavoratori autonomi è di 48 mesi di ammortamento, di cui sei mesi di preammortamento. Il finanziamento agevolato sarà assistito da un Fondo di garanzia appositamente istituito.

La gestione (come ad esempio la valutazione di merito dei progetti imprenditoriali) è affidata a Finpiemonte. Con l'Allegato C si prevedono adeguate misure di sostegno per favorire e agevolare il trasferimento di impresa extra famiglia, promuovendo un sistema integrato di servizi di accompagnamento e assistenza tecnica specialistici in grado di garantire lo sviluppo e la continuità di imprese destinate alla chiusura per mancanza di eredi "naturali" interessati. Tali servizi sono importanti per consentire all'imprenditore un valido accompagnamento nelle complicazioni legislative, burocratiche, fiscali, finanziarie e nell'attività di preparazione alla cessione.

Saranno istituiti, a seguito di avviso pubblico, sportelli su tutto il territorio regionale per la prestazione dei citati servizi agli imprenditori interessati ad acquisire un'attività economica preesistente. In tutti gli interventi è prevista la priorità (maggiore intervento regionale) per le imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile e per le lavoratrici autonome.



3

IL BENCHMARK INTERNAZIONALE: IDEE DALL'ESTERO PER RISOLVERE PROBLEMI LOCALI E NAZIONALI

3.1 IL CONFRONTO INTERNAZIONALE

La comparazione con gli altri Paesi occidentali rivela un ritardo dell'Italia rispetto alla partecipazione al lavoro, all'assunzione di posizioni di vertice nelle imprese e alla rappresentanza politica delle donne.

La scomposizione per genere di numerose variabili (tasso di occupazione e attività, tipo di contratto, numerosità e caratteristiche delle imprese) evidenzia come nel mondo del lavoro in Italia persistano differenze notevoli fra uomini e donne.

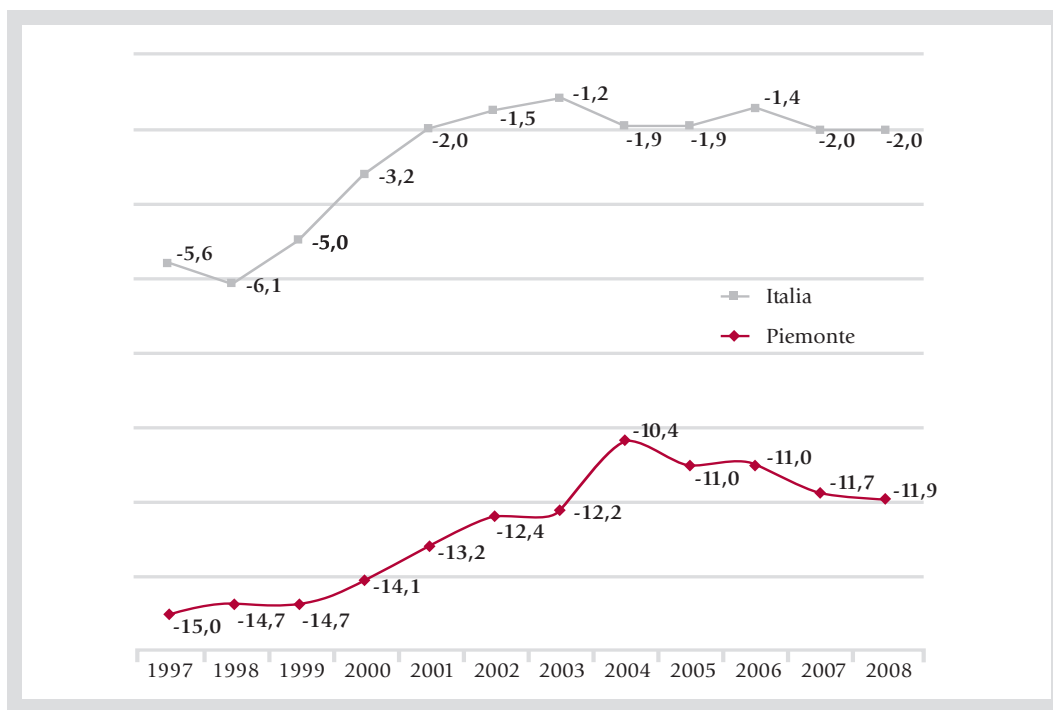
Il quadro non migliora quando si confrontano i risultati delle donne in Italia con quelli raggiunti dalle donne negli altri Paesi occidentali.

Il tasso di occupazione femminile italiano (47,2%) è il terzultimo fra i Paesi dell'Ocse, superiore solamente a quello della Turchia e del Messico. Il recupero del gap fra l'Italia e la media europea registrato fra la fine del XX secolo e l'inizio del XXI si è arrestato a partire dal 2005. Ancora recentemente l'Eurispes ha segnalato la persistenza di differenziali salariali nelle retribuzioni fra uomini e donne: a parità di capacità e funzioni ricoperte, le donne in Europa percepiscono un salario medio del 15% inferiore a quello degli uomini. Lo stesso dato in Italia sale al 16%, che si traduce in una differenza media pari a 4mila annui.

Se analizziamo la posizione relativa dell'Italia rispetto a variabili che misurano il raggiungimento di posizioni apicali all'interno delle imprese o di rappresentanza politica, i risultati non migliorano. Dei 33 Paesi censiti dalla Commissione europea l'Italia è ventinovesima per numero di donne presenti nei consigli di amministrazione delle società quotate in borsa: con il 5,4% (dato relativo al 2008) dei consiglieri donna il nostro Paese si colloca davanti a Malta, Cipro, Lussemburgo e Portogallo, distante da competitor come Norvegia (33%), Germania (11%) e Francia (8%), oltre che dalla media europea (pari all'11%). Anche la rappresentanza politica delle donne italiane è sotto la media continentale: qui le parlamentari donne sono il 18% del totale (contro una media continentale del 22%) e le ministre il 16% (contro una media del 29% in Europa).

Come vedremo nel corso del capitolo le determinanti del gap che ci tengono lontani dai risultati dei principali partner occidentali sono molteplici e vanno ricercate nella diversità degli impianti legislativi, nel minore accesso a strutture di sostegno (ad esempio gli asili nido) e al perdurare di fattori culturali discriminanti (ad esempio gli stereotipi di genere). Non è un caso che nel 2007 e nel 2008 l'Italia sia stata richiamata dal Csw (Commission on the status of women delle Nazioni Unite) per la presenza di stereotipi legati al genere nelle famiglie, nelle scuole, nei media e nelle aziende. Gli stereotipi sono spesso vivi nel pensare comune e si traducono in forme di disuguaglianza verticale o orizzontale a danno delle donne. Spesso si preclude una mansione o un ruolo manageriale a una candidata perché, in quanto donna, si suppone che non sia abbastanza resistente fisicamente, capace di assumersi responsabilità di comando o di conciliare la vita professionale con quella familiare.

Dinamica del ritardo fra il tasso di occupazione femminile piemontese e italiano e la media Ue 27 Anni 1997-2008 (differenza espressa in punti percentuale)



Fonte: Eurostat e Istat

L'imprenditoria femminile nei Paesi occidentali ha numeri simili a quelli italiani, caratteristiche e problematiche comuni.

Analizzando le statistiche e le problematiche relative all'imprenditoria femminile, la distanza fra il nostro Paese e l'estero sembra assottigliarsi. L'incidenza delle imprese femminili italiane e piemontesi (rispettivamente il 23,4% e il 23,7% del totale) è simile a quella svedese (dove le imprese femminili rappresentano il 22% del totale) e paragonabile a realtà estere vicine a noi, come la regione francese del Paca⁽⁵⁾ (dove sono pari al 30% del totale). Statistiche e studi internazionali rilevano come le problematiche principali delle imprese femminili piemontesi e italiane siano comuni a quelle degli altri Paesi occidentali. Ovunque le donne trovano difficoltà nell'avviare e mantenere attiva un'impresa. Nonostante gli stessi ostacoli siano spesso incontrati anche dagli uomini, in un numero significativo di casi tendono ad essere più rilevanti per le donne. Questo è dovuto a fattori comuni fra le imprenditrici dei diversi Paesi occidentali quali la concentrazione in alcuni settori produttivi, la prevalenza per forme di impresa poco strutturate, le difficoltà nell'accedere a informazioni strategiche per l'attività imprenditoriale, un network professionale e relazionale non sufficientemente sviluppato, la presenza di stereotipi del mondo del lavoro, l'insufficienza di strutture per l'infanzia e la difficoltà nella conciliazione di tempi di vita e di lavoro e la mancanza di un approccio originale nel concepire e promuovere la propria idea imprenditoriale. Per queste ragioni anche gli altri Paesi occidentali hanno messo in campo negli ultimi anni una serie di misure per incentivare il lavoro, le carriere e l'imprenditorialità femminile. Di seguito analizzeremo alcuni approcci che possano rappresentare uno spunto di riflessione per le future azioni di promozione del lavoro e dell'imprenditoria femminile in Italia e in Piemonte.

Alcune di queste misure si concretizzano in programmi puntuali volti a supportare le donne in uno specifico aspetto della propria vita professionale, che può riguardare ad esempio lo sviluppo della carriera (programmi di mentoring⁽⁶⁾) o la disponibilità di strutture per l'infanzia (il caso dell'Irlanda).

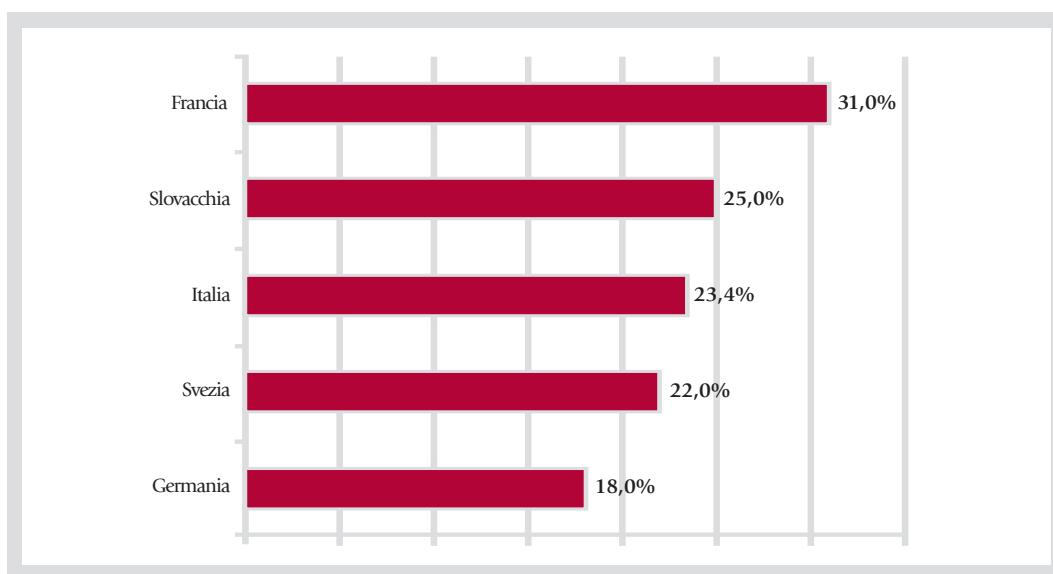
Inoltre esistono interventi di natura sistemica, solitamente promossi a livello governativo attraverso la promulgazione di leggi ad hoc per incentivare o normare una buona pratica (ad esempio i congedi parentali, o le misure atte a favorire il raggiungimento da parte delle donne di posizioni di vertice nelle aziende o incoraggiare la loro partecipazione e rappresentanza politica). È il caso della Spagna, che nel 2007 si è dotata di una legge sull'uguaglianza di genere, secondo cui ciascun genere deve essere rappresentato almeno per il 40% nelle liste elettorali e nei consigli di amministrazione delle aziende. Inoltre essa prevede l'obbligo di introdurre programmi di parità nei contratti collettivi delle imprese con più di 250 addetti.

Le azioni sistemiche possono anche non prevedere la promulgazione di leggi, ma contemplare un ventaglio di azioni complementari tese a favorire la partecipazione e la riuscita professionale e imprenditoriale delle donne (come nel caso della Svezia).

⁽⁵⁾ *Provence Alpes Cote d'Azur.*

⁽⁶⁾ *tutti i casi qui accennati sono sviluppati nel corso del capitolo.*

*Incidenza percentuale delle imprese femminili sul totale delle imprese
in alcuni Paesi europei Anno 2008*



Fonte: elaborazioni Step Ricerche da fonti varie

3.2 UN ESEMPIO DI INTERVENTO DI SISTEMA: IL CASO DELLA SVEZIA

Si è scelto di presentare l'esperienza svedese come caso di studio per i traguardi raggiunti dalle donne nel mondo del lavoro e per i programmi a loro dedicati dall'amministrazione pubblica. Le politiche pubbliche per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile hanno mosso i primi passi nella seconda metà degli anni Novanta fino ad essere inserite tra le priorità dell'agenda politica.

I dati seguenti dimostrano il successo dei risultati raggiunti:

- il tasso di occupazione femminile in Svezia è pari al 71,8%, fra i più alti in Europa (ricordiamo che quello italiano è del 47,2%)
- l'incidenza delle imprese femminili su totale è pari al 22%
- l'incidenza delle imprese femminili sul totale delle nuove imprese è pari al 32%.

L'azione dell'agenzia per lo sviluppo locale e dell'economia a favore dell'imprenditoria femminile.

Uno dei maggiori soggetti responsabili delle iniziative per la promozione dell'imprenditoria femminile è l'agenzia per lo sviluppo locale e dell'economia. Questa agenzia gestisce direttamente dei progetti e ne coordina indirettamente altri, con partner che possono essere costituiti da altre agenzie governative o aziende partecipate dallo Stato e dagli enti locali.

Le iniziative dell'agenzia hanno una portata nazionale, regionale e locale.

Il principio ispiratore è che gli uomini e le donne debbano avere pari opportunità di avviare e sviluppare un'impresa. Il raggiungimento di questo obiettivo rende possibile uno sviluppo più sostenibile in tutto il Paese. Perché questo possa avvenire le persone appartenenti a entrambi i generi devono poter percepire l'imprenditorialità come una possibile scelta nella vita professionale.

Di seguito sono riassunti le principali azioni promosse negli ultimi anni e alcuni dei sotto obiettivi, che hanno coinvolto più di 12.500 imprese.

	FOCUS D'AZIONE	PROGETTI PROMOSSI	DESCRIZIONE DEI PROGETTI
1	AUMENTARE LA VISIBILITÀ DELLE IMPRENDITRICI	Ambasciatrici del governo per l'imprenditorialità femminile	800 donne rappresentative dell'imprenditoria svedese sono state nominate ambasciatrici dal Governo nazionale. Il loro compito è quello di promuovere in tutto il Paese, presso scuole, università, associazioni ed eventi pubblici il loro spirito e la loro esperienza imprenditoriale di successo per fornire un modello da seguire.
2	FORNIRE GLI STRUMENTI	Consulenza e finanziamenti	Sono stati offerti di servizi di consulenza diretta e indiretta: dalle guide alle giornate dedicate, ad esempio, alla fase di avvio di un'attività. Sono stati inaugurati 80 centri in tutto il Paese che fungono da punto di riferimento per le donne che desiderano ricevere informazioni e consigli per sviluppare la propria idea di business. I finanziamenti sono di diverso tipo (microfinanziamenti per lo start-up, lo sviluppo delle imprese, l'innovazione o l'internazionalizzazione), 200 imprese ne hanno beneficiato per progetti riguardanti l'innovazione di prodotto o di processo.
3	RENDERE POSSIBILE LA SCELTA IMPRENDITORIALE	Mentoring, coaching, servizi per il passaggio di proprietà di un'impresa, reti di business angel e progetti di imprenditorialità con gli studenti delle università	I business angel sono manager che investono in un'impresa appena nata o nei primissimi anni della sua vita. Le imprese selezionate sono di solito fortemente innovative e in quanto tali hanno ottime potenzialità di crescita. I business angel non sono investitori tradizionali sia perché investono direttamente (o tramite il loro network), sia perché intervengono nella gestione e nelle scelte strategiche dell'impresa, portando la loro esperienza e quella di eventuali collaboratori.

3.3 IL MENTORING IN EUROPA: UNO STRUMENTO DI MOBILITÀ VERTICALE ALL'INTERNO DELLE IMPRESE

Come già riportato nella presente pubblicazione, la rappresentanza nei posti di comando (in tutti i Paesi Ocse, ma in Italia in particolare) e i profili delle carriere delle donne (si ricorda che in Italia solo un dirigente su 4 è donna) non corrispondono al loro grado di istruzione e alle loro capacità professionali. Persistono freni all'ascesa delle donne ai posti dirigenziali. Si rendono quindi necessari strumenti, tra cui il mentoring, per superare questa immobilità. Per un periodo di tempo solitamente di un anno una manager (in alcuni casi il mentore può anche essere un uomo) già affermata nel mondo del lavoro come manager mette a disposizione la sua esperienza di successo, seguendo l'attività professionale di un'altra donna per un numero significativo di ore (circa 20 ore mensili).

Le due partecipanti possono quindi seguire congiuntamente dei progetti: la manager può condividere le proprie relazioni professionali, sviluppare e promuovere le capacità dell'aspirante. Non di rado la mentore coinvolge l'aspirante nello sviluppo delle proprie idee e la aiuta nella presa di decisioni e elaborazione di strategie per il proprio percorso di carriera. L'azione della mentore è anche importante nell'evoluzione e nello sviluppo della personalità, delle capacità e delle competenze individuali.

I programmi possono essere interni (senza che fra le due figure ci sia relazione professionale diretta) o esterni all'azienda.

Non sono rari i casi in cui le donne stesse (soprattutto se giovani) hanno chiesto espressamente di poter avere un mentore di sesso maschile per essere valorizzate non in base al genere, ma alle capacità e alle qualifiche.

Chi usufruisce di questo programma può scegliere di partecipare ad attività complementari tali da arricchire e integrare l'attività principale (ad esempio percorsi di formazione).

Spesso i progetti sono su base volontaristica e non prevedono compensi economici, che in ogni caso non devono sussistere fra il mentore e l'aspirante.

Il tutoring di dirigenti già affermati (uomini o donne che siano) a vantaggio delle lavoratrici (impiegate o quadri) funge da potenziale fattore ascensionale, trasferendo conoscenza e esperienza riguardante i percorsi di carriera e i fattori che ne hanno determinato il successo. Inoltre il mentoring rende possibile la creazione di nuove reti sociali diverse da quelle prettamente maschili ("old boys networks").

La valutazione dei progetti europei mostra come nella stragrande maggioranza dei casi entrambe le parti (mentore e assistita) siano soddisfatti del progetto e ne traggano beneficio. Agire sulle carriere delle donne all'interno di un'azienda è importante in un'ottica di riequilibrio fra i generi sia nel mondo del lavoro dipendente che in quello autonomo: spesso i manager sono responsabili dell'assunzione delle donne prima e della gestione della loro vita professionale poi (tempi, organizzazione, carriere). Non di rado i manager decidono di fare impresa in prima persona (e gli esempi recenti di salvataggi di imprese in crisi non mancano), con il vantaggio di possedere un solido e articolato bagaglio di competenze.

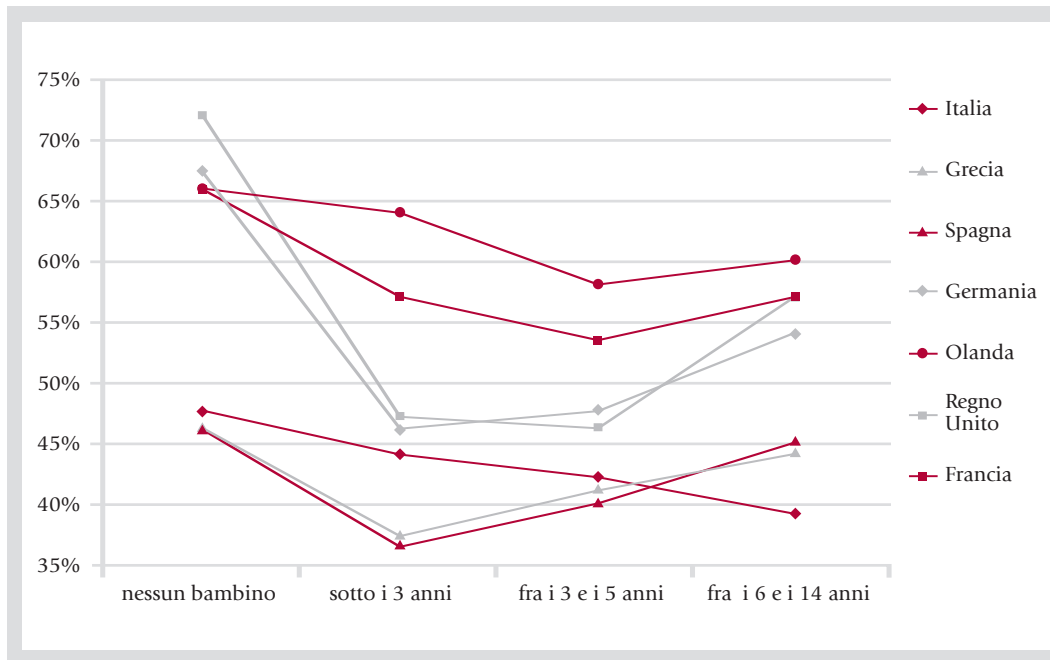
Scopi del mentoring	Vantaggi per l'impresa
Stimolo della mobilità verticale all'interno delle imprese, promuovendo la meritocrazia	Aumento della mobilità verticale interna e della meritocrazia, che aiuta a promuovere e far emergere le capacità professionali
Aumento delle nozioni informali delle lavoratrici	Aumento di una virtuosa competitività interna
Aumento delle competenze tecniche delle lavoratrici	Maggiore stimolo e produttività dei lavoratori
Creazione di un réseau informale che includa le donne	Aumento della circolazione delle informazioni e delle conoscenze con un'accelerazione della formazione e della soluzione dei problemi
Presenza di coscienza delle possibilità e dei percorsi di carriera da parte delle donne	Miglioramento della formazione dei manager di domani
Aiuto a sistematizzare un percorso di carriera	
Aiuto nella risoluzione dei problemi	

3.4 LA CONCILIAZIONE FRA TEMPI DI VITA E DI LAVORO

È necessario che le madri continuino a partecipare alla vita produttiva, facilitate da una maggiore flessibilità di orari, disponibilità di asili nidi e condivisione dei tempi di cura.

Il rapporto del 2006 dell'Ocse, *Society at a Glance*, mostra che in tutti i principali Paesi europei la maternità comporta un abbassamento del livello del tasso di occupazione, ma per lo più circoscritto ai primi anni di vita del bambino. L'Italia è l'unico dei Paesi analizzati in cui un numero significativo di madri non ritorna a lavorare neppure dopo che il figlio ha superato i 3 o i 5 anni di vita. In tutti gli altri Paesi si nota come il livello del tasso di occupazione femminile aumenti al crescere dell'età del figlio. Per le donne italiane che hanno un figlio la probabilità di non rientrare nel mondo del lavoro è quindi la più alta e aumenta al crescere dell'età dello stesso, contrariamente a quanto, ad esempio, avviene in Spagna e in Grecia dove l'opt out delle madri con bambini piccoli (sotto i tre anni) è sensibile, ma una buona parte di esse ritrova un'occupazione.

Tasso di occupazione femminile per Paese ed età del figlio minore



Fonte: Ocse

Realizzare una piena conciliazione necessita di un cambiamento culturale che porti alla condivisione dei carichi di cura.

Per favorire l'inserimento o il reinserimento delle madri (ma anche di soggetti con altri carichi assistenziali) è necessario rendere concretamente possibile la conciliazione fra tempi di vita e di lavoro delle donne (e degli uomini). A tal fine sono indispensabili misure come l'accessibilità a infrastrutture (quali gli asili nido), una maggiore flessibilità nell'organizzazione e negli orari di lavoro e dei tempi di vita delle città. È quindi necessario attuare un cambiamento culturale che culmini con la condivisione dei compiti fra i generi. Risulta quindi evidente come i decisori pubblici nazionali e locali debbano farsi carico di misure legislative ad hoc. La L. 53/2000 ("Disposizioni per il sostegno della maternità e della paternità, per il diritto alla cura e alla formazione e per il coordinamento dei tempi delle città") ha rappresentato uno snodo cruciale nella strada per il raggiungimento della conciliazione, ma è altrettanto vero che il numero dei congedi parentali maschili rimane estremamente limitato. In altri contesti, come quello svedese, le domande di congedo parentale da parte degli uomini hanno già raggiunto il 20% del totale. I fattori che determinano questa diversità non sono esclusivamente di natura storico-culturale, ma derivano anche da diversi quadri giuridici. Il padre italiano che decide di prendere un congedo genitoriale nei primi tre anni di vita del figlio, percepirà il 30% del suo stipendio, a differenza di quello svedese che, per un periodo solitamente più lungo, gode delle stesse condizioni retributive riservate alle donne (svedesi e italiane), pari all'80% dello stipendio. L'amministrazione regionale piemontese ha proposto quindi la concessione di un contributo integrativo al reddito dei padri che decidano di chiedere il congedo parentale, ma al momento (2009) i fondi sono stati riservati alle misure di contrasto della crisi economico finanziaria.

In Irlanda la carenza di strutture e strumenti per l'assistenza all'infanzia è stata affrontata dal Governo centrale (nel 2006), sensibilizzando al problema e coinvolgendo le piccole e medie imprese nella risoluzione dello stesso. Ad esempio sono stati attivati micro-nidi in prossimità delle abitazioni dei lavoratori oppure concessi contributi per il pagamento della rata dell'asilo. Se le misure e il finanziamento del progetto sono di tipo governativo, la conduzione dello stesso e la regia delle Pmi è stata affidata dal Dipartimento della Salute e del Fanciullo al sistema camerale.

In generale l'approccio sistemico di molti Paesi europei, a cui l'Italia si sta allineando, parte dal presupposto che la nascita di un figlio non rappresenti solo un fattore privato delle famiglie (o peggio delle sole donne), ma un'opportunità per la società che come tale si assume parte del carico di responsabilità.

Congedi di maternità e parentali in alcuni Paesi europei

	Congedi di maternità	Congedi parentali
Danimarca	18 settimane al 100% dello stipendio fino a un tetto massimo, equivalente di fatto a circa il 60% dello stipendio. In pratica, in base ad accordi sindacali l'80% dei lavoratori riceve l'80% dello stipendio	10 settimane alle stesse condizioni del congedo di maternità. Se il padre ne prende almeno 2 sono portate a 12. Successivamente ogni genitore ha diritto fino ad un massimo di 26 settimane di congedo di cura, fruibili fino al compimento dei 9 anni di età del bambino, pagate al 60% dello stipendio
Svezia	I genitori possono dividersi 65 settimane di congedo entro gli otto anni del bambino. Le prime 53 sono retribuite all'80% dello stipendio, le restanti in base ad un contributo flat rate. Il congedo può essere fruito part-time	
Francia	16 settimane ciascuno per i primi due figli, 26 dal terzo in su, al 100% dello stipendio	156 settimane divisibili tra i genitori entro i tre anni di vita del bambino, senza compenso per il primo figlio, con compenso flat rate per il secondo figlio e successivi. Il congedo è utilizzabile part-time
Germania	14 settimane, al 100% dello stipendio	a) fino a dicembre 2006: 156 settimane divisibili tra i genitori, con un'indennità flat rate e subordinata al livello di reddito solo per i primi due anni, per cui molti ne sono esclusi. Se sono soddisfatte le condizioni di reddito, l'indennità può essere fruita anche se si lavora part-time b) da gennaio 2007: 12 mesi, aumentabili a 14 se il padre ne prende almeno due, con una indennità pari al 67% dello stipendio fino a un massimo di 1.800 euro
Italia	80% dello stipendio per i primi 5 mesi. (L'80% dello stipendio è pagato dall'Inps. A questo si aggiungono eventuali integrazioni per arrivare al 100% a seconda del contratto collettivo nazionale di lavoro)	10 mesi divisibili tra entrambi i genitori, aumentabili ad 11 se il padre ne prende almeno sette e fruibili entro gli otto anni di vita del bambino. L'indennità è del 30% dello stipendio, a carico dell'Inps, ed è pagata solo entro i primi tre anni del bambino, mentre per i periodi successivi è in funzione del reddito. Il congedo è fruibile in caso di part-time orizzontale e solo ad alcune condizioni nel part-time verticale



4

ANALISI SWOT: punti di forza, di debolezza, minacce e opportunità dell'imprenditoria femminile piemontese

Uno strumento per riassumere i punti di forza e di debolezza dell'imprenditoria femminile piemontese, che permette di pensare e affinare le politiche pubbliche future.

Conclusa l'esposizione dell'indagine, l'analisi Swot è un ottimo strumento per sintetizzare i risultati raggiunti dalle donne piemontesi nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria e al contempo analizzare le minacce e le opportunità con le quali le donne e i responsabili delle politiche a loro vantaggio dovranno confrontarsi nel prossimo futuro.

Il metodo Swot permette inoltre di individuare i punti di forza e di debolezza di un fenomeno come l'imprenditoria femminile, prevedendone le traiettorie future. Una volta definito l'obiettivo principale della sua azione (incentivare e assistere l'aumento della partecipazione delle donne al settore produttivo in qualità di imprenditrici e lavoratrici), la Regione Piemonte può quindi agire sia sfruttando e massimizzando i punti di forza dell'imprenditoria femminile e minimizzando o eliminando le sue debolezze, sia promuovendo misure per tenere le donne al riparo dalle minacce, facendo leva sui punti di forza per cogliere le opportunità presenti.



4.1 I PUNTI DI FORZA

Le donne hanno tassi di scolarizzazione superiori agli uomini.

Le donne hanno spesso un approccio originale rispetto ai problemi e alle soluzioni degli stessi, che si integra e fornisce valore aggiunto a quello "tradizionale".

L'imprenditoria femminile è un fenomeno emergente con ampi margini di crescita e potenzialità ancora da sfruttare; è un fenomeno dinamico all'interno di un quadro socioeconomico prevalentemente statico.

Le donne di cittadinanza estera si stanno integrando nel sistema produttivo.

Essendo un fenomeno giovane vanta spesso caratteri innovativi, anche in quei comparti apparentemente "tradizionali".

Le donne mostrano una tenacia e un sistema di valori che spesso include la passione, non di rado la responsabilità sociale e l'attaccamento al territorio. Quest'ultima caratteristica si traduce, ad esempio, nella volontà di tenere in vita le imprese di famiglia anche in fasi congiunturali negative o durante il difficile passaggio del ricambio generazionale.

L'imprenditoria offre alle donne uno sbocco lavorativo e la possibilità di avviare e veder crescere le proprie idee di business e permette la realizzazione dal punto di vista professionale.

Nonostante i carichi di lavoro spesso superiori a quelli di un lavoro dipendente, l'impiego autonomo rende possibile una maggiore flessibilità nell'organizzazione e ripartizione dei tempi di vita e di lavoro.

A vantaggio delle imprenditrici (o aspiranti tali) esiste ormai un'articolata serie di misure legislative nazionali e regionali di supporto alle attività di impresa: dalla concezione dell'idea, al suo sviluppo, fino alla sua difesa nei periodi di crisi.

Queste iniziative, promosse e finanziate dalla Regione Piemonte e spesso gestite da Unioncamere Piemonte, sono accessibili su tutto il territorio regionale, grazie a numerosi e qualificati attori come le Camere di commercio, attraverso i suoi Comitati per la promozione dell'Imprenditoria Femminile, le Province, le Associazioni di categoria e gli istituti di credito.

4.2 I PUNTI DI DEBOLEZZA

La parità di occupazione fra uomini e donne non è ancora stata raggiunta: in Piemonte gli occupati uomini nel 2008 erano 260mila in più rispetto alle donne occupate.

Lo squilibrio nella scelta fra uomini e donne piemontesi di un contratto di lavoro a tempo parziale o a tempo pieno (su 100 contratti part-time 81 sono stipulati da donne) denuncia come la responsabilità dei tempi di cura all'interno dei nuclei familiari sia ancora assunta maggiormente dalle donne.

Si denuncia una scarsa presenza delle donne piemontesi e italiane in seno agli organi decisionali pubblici e privati. I ruoli dirigenziali sembrano essere ancora preclusi alla maggior parte delle occupate (in Italia come in Piemonte solo un dirigente su 4 è donna).

L'organizzazione del mondo del lavoro in Italia non si è ancora dotata di un approccio sistemico e continuativo a favore della conciliazione fra tempi di vita e di cura.

Settori e decisori pubblici e privati hanno cominciato a interrogarsi e misurarsi con le tematiche legate alla conciliazione, ma il passaggio successivo o il traguardo che le rende effettivamente raggiungibili (la condivisione delle problematiche e responsabilità da parte di tutti gli attori all'interno e all'esterno della famiglia) è ancora lontano.

Come sottolineato da un rapporto del 2008 delle Nazioni Unite, all'interno della società italiana e del mondo produttivo sono ancora presenti numerosi stereotipi.

Mediamente le donne non sembrano essere sempre preparate ad affrontare con solide conoscenze, informazioni e valide consulenze, le fasi cruciali dell'attività imprenditoriale: avvio, sviluppo, eventuale crisi.

Le titolari di impresa mostrano a volte difficoltà nel far parte o sviluppare per proprio conto reti di relazioni con intenti e scopi economico-produttivi.

L'imprenditoria femminile è un fenomeno ancora poco strutturato. Solo l'8% delle imprese sono società di capitale, ben il 62% sono ditte individuali.

Nonostante non manchino dinamiche positive in questo senso, le occupate e le imprenditrici sono ancora troppo concentrate attorno ad alcune specializzazioni "tradizionalmente" femminili.

La conciliazione rappresenta un ostacolo maggiore per le imprenditrici. Alcune misure varate dalla Regione Piemonte, come la figura di sostituzione, sono complesse ma non impossibili da attuare nella realtà.

4.3 LE MINACCE

Vi è il rischio che i risultati raggiunti dalle lavoratrici e imprenditrici italiane e piemontesi negli ultimi anni vengano assunti come prova di un processo ormai innescato, destinato ad appianare spontaneamente i disequilibri ancora presenti fra i generi.

Alcune resistenze culturali (anche interne al mondo femminile stesso) e stereotipi di genere costituiscono un freno e un ostacolo al pieno sviluppo delle donne nel mondo economico-produttivo.

Dopo una svolta operata con la L. 53/2000 alcuni attori denunciano la preoccupazione riguardo alla volontà del legislatore nazionale di perseguire la strada del riequilibrio dei compiti di cura personali e familiari e di lavoro: sono ancora troppe le donne che in Italia non tornano a lavorare dopo la maternità e ancora pochi i padri che si avvalgono dei congedi parentali (anche a causa di un rimborso dello stipendio che si ferma al 30% del totale).

Per raggiungere i posti di responsabilità e comando e riuscire ad avere successo sul piano commerciale, c'è il rischio che le donne emulino i modelli tradizionali di business e organizzazione dello stesso, invece di affermare un modello alternativo che promuova un maggiore equilibrio fra tempi "pubblici" (lavoro, vita sociale) e tempi "privati" (famiglia, maternità, responsabilità verso se stessi e gli altri).

Le donne devono essere le prime a evitare la differenziazione di competenze e mestieri. Non riuscire nella crescita strutturale e dimensionale delle imprese singole o in rete esporrebbe le imprese femminili alla concorrenza nazionale e internazionale, potenzialmente più attrezzata a cogliere le sfide e le opportunità date dalla ripresa economica.

4.4 LE OPPORTUNITÀ

L'aumento e la progressiva diversificazione dei titoli di studio conseguiti dalle giovani donne rappresenta un investimento da spendersi nel mondo produttivo.

La terziarizzazione dell'economia (non ancora conclusa) porta con sé un aumento delle occupazioni e della domanda per quei mestieri e attività in cui le donne hanno sempre mostrato capacità e interesse.

Lo sviluppo dell'economia piemontese in nuovi settori economici non ancora maturi (ambiente, biochimica, biotecnologie, biofarmaci, mecatronica), per definizione, presenta spazi non ancora presidiati e quindi accessibili alle nuove entranti.

Le donne possono candidarsi a ricoprire i ruoli di responsabilità lasciati scoperti dal ricambio generazionale delle imprese di famiglia.

Le donne e le imprese femminili mostrano spesso una sensibilità verso la qualità (e la valorizzazione della stessa) superiore alla media. Non è raro trovare delle donne fondatrici di marchi di eccellenza per la promozione dei prodotti piemontesi. Questa è una leva essenziale per la differenziazione e la creazione di valore aggiunto in qualsiasi contesto di mercato.

In futuro sarà sempre più agevole perseguire la qualità di prodotti e servizi tramite le innovazioni di prodotto e processo. Per questo l'articolato sistema della ricerca e dell'innovazione messo in campo dalla Regione Piemonte negli ultimi anni (incubatori, rapporti con le Università, poli di innovazione, parchi scientifici e tecnologici) rappresenta un'opportunità per le donne imprenditrici.

In un mondo globale dove servono imprese strutturate o connesse in rete per la condivisione e addizione delle competenze, delle strutture e dei portafogli clienti, le giovani donne sembrano mostrare volontà e capacità a collaborare e costruire rapporti di fiducia con altre socie. Questa dinamica permette oltretutto la riduzione della percezione del rischio legato all'attività imprenditoriale.

In un contesto socioeconomico sostanzialmente statico aumenta la necessità, da parte dei decisori pubblici e privati, di liberare le forze ancora non pienamente sviluppate: le competenze e l'imprenditorialità femminile rappresentano in questo senso il serbatoio più importante.

Le quote rosa in alcuni contesti potranno favorire un primo accesso delle donne in ambiti in cui la loro presenza è assai ridotta.

L'amministrazione regionale e gli attori locali legati al mondo dell'imprenditoria stanno moltiplicando e affinando gli sforzi per sciogliere i nodi che ancora non permettono il pieno sviluppo dell'imprenditoria femminile. Strumenti come la figura di sostituzione, il microcredito, i fondi di garanzia e le consulenze mirate testimoniano l'inizio di un cammino e sono destinate a supportare e rafforzare questo fenomeno.

Il riequilibrio dei compiti in famiglia è favorito fra l'altro da una nuova consapevolezza da parte delle donne e da un nuovo approccio degli uomini specie verso la paternità.

RACCOMANDAZIONI PER LE IMPRESE

Dopo aver fotografato lo stato di salute delle imprese femminili e aver passato in rassegna gli interventi pubblici a loro rivolti, è ora di chiedere loro di (continuare a) fare la loro parte. Si propone di seguito una lista sintetica di raccomandazioni, nella consapevolezza (grazie alle interviste condotte nel corso dello studio) che molte di esse sono già presenti come obiettivi prioritari nell'agenda delle titolari di imprese piemontesi e da esse perseguiti.

Le raccomandazioni possono essere così sintetizzate:

- le imprenditrici devono imparare a muoversi e gestire contatti e relazioni, capire l'importanza della comunicazione e delle diverse forme di pubblicità per scegliere la più efficace, avere una buona conoscenza del mercato a cui rivolgersi, capire l'importanza della remunerazione di ogni ora impegnata nell'attività, imparare a gestire il proprio tempo; dedicare più tempo alla pianificazione e strategia imprenditoriale e imparare a delegare alcune mansioni
- dopo che negli ultimi anni la Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte hanno moltiplicato gli sforzi progettuali e finanziari a favore delle imprenditrici femminili, è auspicabile che sempre più imprese mostrino interesse e si rivolgano alle strutture loro dedicate senza diffidenza (sportelli provinciali per la creazione d'impresa, sportelli delle Associazioni di categoria, sportelli camerali, centri per l'impiego, sportelli dei Confidi regionali e sportelli dei Comitati per l'Imprenditoria Femminile)
- in seguito alle ultime politiche regionali che hanno dimostrato una fiducia crescente da parte dell'amministrazione piemontese e di altre istituzioni verso le imprese femminili, attraverso strumenti come il Fondo di garanzia a favore dell'accesso al credito, le nuove misure per il sostegno delle nuove iniziative imprenditoriali e del lavoro autonomo è auspicabile che le imprese aumentino il loro grado di fiducia nei confronti delle istituzioni presenti sul territorio
- le imprese femminili devono prepararsi al meglio alle sfide e opportunità del prossimo futuro offerte dalla ripresa economica. Per rendere questo possibile bisogna agire sulle leve di sviluppo e crescita delle idee e delle strutture aziendali: formazione, qualità, innovazione e internazionalizzazione devono diventare ingredienti della stessa strategia. Per far questo le imprese devono crescere in struttura e dimensione. Un'impresa più strutturata è un'impresa che dispone dei mezzi necessari per sviluppare figure professionali specialistiche, che possano dedicare tempo alle attività chiave per il suo successo. Come potrà un'impresa individuale essere presente nell'attività ordinaria e allo stesso tempo investire nella crescita del portafoglio prodotti e clienti anche oltre i confini regionali e nazionali?

- in un panorama frammentato in cui le micro e piccole imprese formano la quasi totalità dell'orizzonte imprenditoriale femminile, il ruolo di soggetto guida che possono giocare il sistema camerale e il mondo dell'associazionismo riveste un potenziale straordinario
- le imprese guidate da donne hanno una sensibilità maggiore verso l'applicazione di misure che permettano la conciliazione dei tempi di cura e di lavoro e il pieno sviluppo delle carriere e delle idee femminili. È augurabile che siano esse le prime a mostrare volontà nel perseguimento di programmi come il mentoring, nell'eliminazione degli stereotipi, nell'aumento della flessibilità degli orari di lavoro e nella condivisione (insieme ad altre imprese) di strutture per l'accoglienza infantile
- le imprenditrici che prendono il timone di un'azienda familiare devono "svecchiare la loro azienda" e innovarla senza paure.



www.pie.camcom.it/imprenditoriafemminile

www.regione.piemonte.it/lavoro