

INDICE

Cap. 1 – Premessa della presidente del CIF della CCIAA di Livorno	3
Cap. 2 -- Introduzione a cura del Centro Studi e Ricerche	5
Cap. 3 – Il tessuto imprenditoriale femminile in provincia di Livorno	8
Par. 3.1 – Definizione di impresa femminile	8
Par. 3.2 – La struttura del tessuto imprenditoriale femminile	9
Par. 3.3 – L’evoluzione del tessuto imprenditoriale femminile.....	14
Cap. 4 – L’indagine qualitativa	24
Par. 4.1 – Il campione	24
Par. 4.2 – Caratteristiche distintive dell’imprenditrice	26
Par. 4.3 – Fattori di successo e di insuccesso delle imprese femminili	34
Par. 4.4 – Andamento economico delle imprese	42
Par. 4.5 – Il Comitato per l’Imprenditoria Femminile della CCIAA di Livorno.....	52
Cap. 5 – Conclusioni	53
Par. 5.1 – Identikit di un imprenditrice	53
Par. 5.2 – Analisi swot: punti forti e di debolezza delle imprese femminili alla luce delle opportunità e delle minacce derivanti dall’ambiente circostante.....	53
Cap. 6 – Nota metodologica	59

1. PREMESSA DELLA PRESIDENTE DEL CIF DELLA CCIAA LIVORNO

Il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile di Livorno è stato istituito il 15 novembre 2000, a seguito di un Protocollo di Intesa siglato il 20 maggio 1999 tra il Ministero delle Attività Produttive e Unioncamere. Attualmente il Comitato, che resterà in carica sino al 17.04.2014, è composto da un presidente, la sottoscritta Franca Rosso, e da 9 componenti rappresentanti i settori economici e le associazioni di categoria provinciali: Diana Bettini, Industria; Manola Bracci, Servizi alle imprese; Maristella Calgaro, Commercio; Luciana Coltellini, Artigianato; Gloria Dari, Spedizioni; Pieralba Fraddanni, Organizzazioni Sindacali; Giulia Massini, Trasporti; Elisa Nannini, Consumatori; Cinzia Pagni, Agricoltura.

Al CIF è assegnato il compito di promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile e della qualificazione della presenza femminile nel mondo del lavoro, nonché attività inerenti la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, anche tramite collaborazioni sinergiche con gli enti pubblici che sul territorio sono impegnati nella promozione delle pari opportunità. Lo strumento principe, e preliminare, per dar vita ad iniziative attinenti alle reali esigenze del territorio, e coerenti con le caratteristiche ed i bisogni dell'imprenditoria femminile locale contemporanea, è senz'altro l'indagine conoscitiva del settore. Questa rappresenta, al contempo, obiettivo e strumento per il Comitato, al fine di individuare le cause che ostacolano l'accesso delle donne al mondo del lavoro ed al tessuto imprenditoriale in particolare. L'aspetto decisionale e quello di intervento passano, pertanto, attraverso una necessaria fase preliminare di approfondimento della conoscenza del fenomeno in esame. Ed è in quest'ottica che si inquadra la presente indagine commissionata al Centro Studi e Ricerche, Azienda Speciale della CCIAA di Livorno.

Da questa indagine emergono molti aspetti, ma soprattutto una situazione di sostanziale sofferenza delle imprese femminili indotta, da una parte dalla crisi economica, e dall'altra dalle politiche restrittive del credito, a cui si aggiungono i gravami della burocrazia e dell'inadeguatezza formativa del personale disponibile sul mercato. Si tratta di problematiche la cui soluzione viene resa, tuttavia, ancor più gravosa da una serie di ostacoli legati alla connotazione di genere delle imprese, quali innanzitutto la difficoltà di conciliazione degli impegni lavorativi con quelli familiari e gli scarsi ed inadeguati servizi di sostegno alla genitorialità.

Ciononostante le imprenditrici si dimostrano determinate. Forti della loro esperienza, credono fermamente nella qualità del prodotto/servizio offerto tanto da investire nella propria attività anche il patrimonio di famiglia. Questa convinzione le ha portate a reagire alla crisi con strategie aziendali ben precise nonostante le difficoltà ad innovare e ad investire provocate dalla recente contrazione dei fatturati, dall'incertezza dei mercati e dall'inasprimento del livello di garanzie richiesto dal sistema creditizio. Insomma, le imprenditrici lottano e fanno la loro parte ma vorrebbero, al tempo stesso, disporre di servizi di sostegno all'imprenditorialità migliori e più mirati alle loro esigenze ed alla fase di vita dell'azienda. Una start up necessita anzitutto di punti di riferimento precisi in termini di consulenza fiscale e di formazione personale e dei dipendenti, nonché di servizi volti all'orientamento all'interno del mercato di riferimento (competitors, bacino d'utenza, fornitori, tendenze etc.). Ad attività avviata le priorità diventano altre: informazioni sulle agevolazioni d'impresa ed assistenza al credito. Resta tuttavia fermo lungo tutto l'arco di vita dell'azienda il nodo della formazione, della consulenza fiscale e legale nonché l'orientamento al mercato di sbocco ed ai suoi mutamenti.

In definitiva, molto *può* e *deve* ancora essere fatto per la rimozione degli ostacoli di genere e non, al fine di sostenere un tessuto imprenditoriale provato dalla crisi ed evitarne così il depauperamento.

Dal canto suo, nel 2012, il Comitato ha sin'ora posto in essere una serie di attività, alcune delle quali volte anzitutto alla diffusione della cultura imprenditoriale nella scuola, fucina di potenziali future imprenditrici. Tale iniziativa, avviata con il contributo del Centro Studi e Ricerche della Camera, è consistita nella predisposizione di un format di incontro con gli studenti delle scuole superiori, riproposto nei quattro SEL della provincia. Durante questi incontri alcune imprenditrici

hanno condiviso la loro esperienza con gli studenti, i quali sono stati messi nella condizione di approfondire la conoscenza sia del tessuto imprenditoriale provinciale e di SEL, femminile e non, sia del fabbisogno di figure professionali da esso espresso. Tutto ciò nell'ottica anche di ottimizzare il meccanismo di incontro tra domanda e offerta di lavoro.

Tra gli eventi camerali sostenuti dal CIF si annovera la presentazione della Legge Regionale 28/2011 in materia di finanziamento delle misure di sostegno all'imprenditoria femminile e giovanile in collaborazione con Fidi Toscana.

Tra i propositi del CIF, in osservanza delle linee programmatiche 2013 stabilite dal Comitato, c'è la realizzazione di un database delle imprese femminili del territorio interessate a ricevere le informazioni relative alle iniziative promosse dal Comitato. Si tratta di un'iniziativa volta a colmare alcune lacune informative, così come emerso dall'indagine qualitativa sul settore. Molte imprese hanno infatti manifestato la necessità di adeguati servizi di informazione su alcune materie e sulle possibilità di sostegno offerte da esso. Al contempo, l'indagine ha fatto emergere una situazione di scarsa conoscenza del Comitato e delle sue attività, alle quali deve pertanto essere data una maggior visibilità.

Per il 2013 il CIF ha in progetto anche di realizzare a Livorno una rassegna espositiva di imprese femminili, nonché di proporre la città di Livorno come tappa all'interno del "Giro d'Italia delle donne che fanno impresa". Quest'ultima è una manifestazione itinerante ideata e promossa da Unioncamere in collaborazione con le Camere di Commercio e i Comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile. Si tratta di una serie di appuntamenti per riflettere sul contributo che le donne possono dare allo sviluppo economico, sociale e culturale del Paese attraverso la creazione di nuova imprenditorialità.

Molti sono gli ambiti d'intervento possibili emersi dall'indagine e sui quali occorre intervenire con attività concrete e mirate, così come indicato da chi fa impresa al femminile.

Auguro, a nome mio e delle componenti del Comitato, una buona lettura a tutti voi, nella convinzione che aver dato voce alle imprenditrici costituisca un passo avanti, non solo per la conoscenza di questa particolare classe imprenditoriale, ma anche e soprattutto perché l'emersione di certe problematiche possa aiutare, chi di dovere, a predisporre adeguati piani d'intervento, a tutti i livelli istituzionali e non coinvolti, CIF e Camera di Commercio compresi.

Colgo infine l'occasione per ringraziare sentitamente le imprenditrici che si sono rese disponibili ad essere intervistate, augurando loro un buon proseguimento nell'attività d'impresa.

Franca Rosso

2. INTRODUZIONE DEL CENTRO STUDI

In una recente indagine di Banca d'Italia si stima che il conseguimento dell'obiettivo di un tasso di occupazione femminile al 60%, definito a livello europeo dal trattato di Lisbona, comporterebbe, anche ipotizzando un effetto negativo sulla produttività di 0,3 punti percentuali, un aumento del Pil fino al 7%. Banca d'Italia sottolinea come «la scarsa partecipazione femminile al mercato del lavoro è un fattore cruciale di debolezza del sistema».

Anche Confindustria sembra aver sposato questa teoria. Marcella Panucci, direttore generale di Confindustria, ha dichiarato che «l'occupazione femminile ha un effetto espansivo superiore a quella maschile: l'ingresso sul mercato del lavoro di un milione di donne inattive farebbe crescere il PIL del 3%». Questo perché, una maggior occupazione femminile crea, diversamente da quella maschile, una maggior domanda di servizi per la famiglia. Si tratta di una teoria lanciata dal settimanale «The Economist» già nel 2006 e tratta da un paper di Kathy Matsui, analista di Goldman Sachs. La teoria, denominata Womenomics, si basa sul presupposto del premio Nobel 2010 per l'economia C. Pissarides il quale sostiene che quando le donne lasciano la famiglia ed entrano nel mercato del lavoro creano una domanda aggiuntiva di servizi che spaziano dall'accudimento dei figli e/o degli anziani a tutta la gamma dei lavori domestici. Maurizio Ferrera ha tradotto in numeri questa teoria. Secondo i suoi calcoli l'ingresso nel mondo del lavoro di 100 donne inattive crea ben 15 nuovi posti di lavoro legati appunto al sociale. Si tratta fondamentalmente di servizi alla persona che hanno il vantaggio di non essere delocalizzabili in Paesi a più basso costo della manodopera. Purtroppo in Italia questo tipo di servizi è poco sviluppato, sia sotto il profilo qualitativo che quantitativo, anche a causa di un tasso di occupazione femminile talmente basso da non generare una sufficiente spinta al settore. D'altro canto, il livello di sottosviluppo di questi servizi, spesso induce una donna ad abbandonare il mercato del lavoro o ne rende scarsamente conveniente l'ingresso.

Come noto, tuttavia, la spinta al tasso di occupazione femminile non viene soltanto dal lavoro dipendente, ma anche dall'imprenditorialità femminile, sempre più capace di diffondersi ai vari livelli di gestione aziendale, dalla titolarità di impresa alla partecipazione societaria nei consigli di amministrazione. Anna Maria Tarantola, già vicedirettore generale della Banca d'Italia, ha sottolineato come la presenza femminile fra gli amministratori di imprese stia progressivamente aumentando. Si pensi che le donne che a fine 2009 sedevano nei board delle società di capitali erano poco più del 14% contro il 12% circa nel 2001. Queste presenze si concentrano soprattutto tra le imprese di minore dimensione a prevalente conduzione familiare. La quota femminile all'interno dei cda delle società di capitali va dal 15,7% nelle aziende con fatturato inferiore ai 50 milioni di euro all'8,3% tra le società con fatturato superiore ai 200 milioni di euro. Quanto alle posizioni dirigenziali, la quota delle donne è in crescita ma rimane lontana da una situazione di parità, ha sottolineato Anna Maria Tarantola: la percentuale nel complesso è infatti salita dal 26% del 2008 al 29% due anni dopo. La situazione è peggiore nel settore privato, dove nel 2010, a fronte di una presenza femminile del 40% fra gli occupati più giovani (15-44 anni) e del 36% nella fascia più matura (45-64), le dirigenti donne risultano essere rispettivamente il 24 ed il 15%. La percentuale di donne con figli che occupano posizioni dirigenziali all'interno delle imprese italiane è la più bassa tra i paesi europei. Il nodo cruciale è il tempo dedicato a casa e famiglia per le donne italiane resta molto maggiore che negli altri Paesi e anche le retribuzioni sono più basse del 10%. Servirebbero un miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi di supporto alla famiglia (nidi d'infanzia, scuole materne, case di cura e di riposo per anziani etc.) e una organizzazione del lavoro volta a consentire una migliore conciliazione tra vita e lavoro, una riduzione dei disincentivi impliciti nel regime fiscale e si potrebbe aggiungere anche una equiparazione dei redditi con il mondo maschile. Fare impresa costituisce spesso per una donna una soluzione di lavoro flessibile che consente di meglio conciliare lavoro e vita privata, realizzazione delle proprie idee e custodia della famiglia, nonché di ambire ad un'autonomia reddituale e decisionale equiparabile a quella degli uomini, così

come emerge chiaramente dai risultati dell'indagine qualitativa fulcro di questo lavoro. La CISL Toscana indica anche un altro buon motivo da parte delle donne per abbandonare il lavoro dipendente ed entrare a fare dell'imprenditoria attiva. Infatti, una recente indagine CISL, condotta tra le donne toscane, ha evidenziato come il 27,2% delle lavoratrici intervistate (1 donna su 4) ha dichiarato che la maternità ha condizionato in modo negativo la propria carriera professionale. Peggio ancora, il 21% delle lavoratrici ha dichiarato che al momento dell'assunzione sono state chieste loro informazioni sulla propria situazione sentimentale e sulla volontà di avere figli. Insomma, un atteggiamento del tessuto imprenditoriale degno di un paese del Terzo mondo più che della Comunità europea.

Molto può e deve ancora essere fatto per dar vita ad una vera situazione di pari opportunità sia sul fronte imprenditoriale che nel mondo del lavoro dipendente. Esperienze concrete di Paesi europei hanno dimostrato, ad esempio, l'efficacia del voucher (buono di servizio) come strumento di welfare immediato e flessibile, specialmente se proposto per servizi "sociali" che potrebbero sollevare le lavoratrici/imprenditrici da alcune incombenze familiari. Si tratta solo di un esempio, ma molti sono gli strumenti di politica sociale ad oggi sperimentati.

Del resto, specialmente in un momento drammatico di crisi economica globale come questo non si può pensare che il commercio estero funga da solo come volano della crescita. L'Italia, insieme all'Europa, deve mettere le donne in condizione di essere un altrettanto valido strumento propulsivo per lo sviluppo, nell'ottica delle sopra esposte ragioni di beneficio sociale e di ricchezza interna prodotta.

In attesa che l'Italia riesca a compiere quel salto culturale necessario non solo per il bene del PIL e dell'economia del Paese ma anche per la valorizzazione umana delle donne, cerchiamo con il presente lavoro di meglio comprendere l'universo femminile locale sotto il profilo imprenditoriale, contestualizzandone l'immagine in un difficile periodo storico dell'economia, nella speranza che emerga forte e chiaro un fabbisogno di politiche sociali che possano essere viste non come un costo per welfare, ma come un'opportunità di mettere in moto un meccanismo virtuoso di crescita imprenditoriale, occupazionale ed economica.

Il quadro che emerge dal nostro studio è quello di un'imprenditoria femminile determinata, mai paga, pronta a mettere in gioco anche le risorse personali per guardare oltre la crisi e salvaguardare così, oltre alla propria azienda, una parte di se, ovvero lo spirito di auto determinazione e la volontà di affermazione personale che hanno spinto ad intraprendere la strada dell'imprenditorialità. Strada spesso impervia e difficile per tutti, senza distinzioni di genere, ma che per una donna è, ad oggi, ancora più difficile.

Si noterà come, nell'indagine qualitativa, trovi spazio, in modo particolare, la voce di imprenditrici di lunga esperienza, un tempo pioniere del fare impresa al femminile.

Come prevedibile, le difficoltà legate alla crisi non presentano prerogative di genere. Barriere di questo tipo si ritrovano semmai al momento dell'ingresso nel tessuto imprenditoriale a causa delle scarsità qualitative e quantitative dei servizi "di genere". La donna trova difficoltà ad essere sostituita nello svolgimento dei servizi che normalmente offre alla famiglia di origine e di appartenenza. Una volta risolti i problemi legati alle incombenze familiari ed inserite nel contesto imprenditoriale, le donne fanno della propria esperienza, della qualità del prodotto/servizio che offrono, e della loro capacità, tutta femminile, di relazionarsi con gli interlocutori del mercato i punti di forza del proprio modo di fare impresa. Hanno sostanzialmente fiducia nelle loro capacità organizzative, nel contenuto tecnologico del loro prodotto/servizio e nel personale che le affianca. Avvertono come punti deboli, invece, gli stessi che solitamente manifesta essere come tali l'intero tessuto imprenditoriale, ovvero: il rapporto con il credito, la capacità/possibilità di innovare e la collocazione geografica.

Il mercato di riferimento dell'imprenditoria femminile locale è ancora piuttosto limitato ma non mancherebbero possibilità di sviluppo osteggiate dalle scarse disponibilità finanziarie, dalla

burocrazia e dalle lacune del sistema formativo scolastico che mette le imprese nella condizione di doversi occupare direttamente della formazione e della specializzazione del personale.

Sorprende vedere come l'incertezza del futuro indotta dalla fase recessiva, non sia tra le principali difficoltà avvertite al momento dalle imprenditrici intervistate. Questo fatto potrebbe essere interpretato come l'esistenza di una forte fiducia nel proprio lavoro, esperienza, prodotto/servizio offerto, tale da ingenerare una volontà di reazione e sviluppo imprenditoriale, a prescindere dalla crisi, frenata solo dalla scarsa disponibilità di fondi, preferibilmente propri piuttosto che delle banche. Il tessuto imprenditoriale, femminile e non, a questo punto della sua storia, sembra avere capito che una ristrutturazione dell'organizzazione aziendale e delle modalità di approvvigionamento dei capitali necessari a soddisfare il fabbisogno del ciclo operativo è necessaria. Da tempo, l'Italia dei "piccoli imprenditori" ha messo in moto un processo di crescita e di riorganizzazione. Diminuiscono le imprese individuali e crescono le società di capitali. Le imprese divengono quindi al contempo più forti nei confronti del sistema bancario ma anche meno dipendenti da esso, perché hanno imparato ad approvvigionarsi di capitale direttamente sul mercato aggregando altri imprenditori che apportano la loro esperienza (capitale umano) e le loro risorse (capitale finanziario). Si tratta di una tendenza in atto che non ha carattere di genere ma che viene, tuttavia, confermata anche dall'andamento di questo primo semestre 2012.

Certo nell'imprenditoria femminile esiste ancora una certa resistenza a far entrare nel processo decisionale d'impresa soggetti terzi dopo tanto aver fatto per costruirsi una certa autonomia gestionale. Ma la situazione economica e di accesso al credito temporaneamente non apre a molte altre alternative. Il nodo della situazione è sempre lo stesso: la disponibilità di fondi. Sciolto questo è possibile affiancare all'abbattimento dei prezzi di listino e dei costi di approvvigionamento anche strategie di reazione alla crisi fondate sul miglioramento qualitativo del prodotto/servizio offerto, nonché sull'ampliamento della gamma offerta. Queste sono infatti le principali strategie poste in essere dall'imprenditoria femminile locale che chiede però una maggior disponibilità di servizi volti ad orientare le imprese sul sistema di agevolazioni previste, sulle opportunità di accesso al credito ed a percorsi formativi adeguati, nonché l'ausilio di un adeguato e sostenibile servizio di consulenza fiscale e legale. Insomma, alle imprenditrici non manca la volontà, la grinta e lo spirito di iniziativa. In definitiva ciò che emerge dall'indagine è un'esplicita richiesta alle istituzioni di fare la loro parte. E di queste necessità è chiesto anche al Comitato per l'Imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Livorno di prendersi carico e farsi promotore, ampliamento la gamma delle iniziative basate sulle specifiche manifestazioni d'interesse espresse dalle imprese oggetto d'indagine, nonché migliorando la propria visibilità. Ciò affinché le imprese femminili stesse possano sentirsi più rappresentate e sostenute nel migliorare a loro volta la propria visibilità e quella delle problematiche che le contraddistinguono.

Tanto per chiudere il cerchio tornando alle argomentazioni di partenza, l'imprenditoria femminile necessita di veder riconosciuto il suo contributo nella produzione di ricchezza territoriale affinché possano venire ascoltate ed accolte le proposte di risoluzione delle problematiche di genere ponendo fine ad una sottocultura nazionale che vede la donna equiparata all'uomo solo nella teoria. Solo così l'imprenditoria locale e nazionale potrà dire di essere *veramente europea*.

3. IL TESSUTO IMPRENDITORIALE FEMMINILE IN PROVINCIA DI LIVORNO

In questo capitolo si fornisce, anzitutto, una definizione di impresa femminile così come emerge dalla legge 215/92 che prevede Azioni positive per l'imprenditoria femminile, e viene inoltre descritta la struttura dell'imprenditoria femminile in provincia di Livorno, indicandone le caratteristiche principali. L'ultima parte di questo capitolo è, infine, dedicata all'analisi evolutiva del tessuto imprenditoriale femminile per evidenziarne le dinamicità prevalenti ed i cambiamenti intervenuti con l'avvento della crisi iniziata a fine 2008.

3.1 Definizione di impresa femminile

Si definisce femminile un'impresa la cui partecipazione di genere risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite. Tale definizione, nonché il grado di partecipazione femminile all'impresa, si desume dalla definizione data dalla legge 215/92 - Azioni positive per l'imprenditoria femminile, art. 2 e dalla successiva Circolare n° 1151489 22/11/2002 art. 1.2 del Ministero delle Attività Produttive.

In base a tali norme, il grado di partecipazione femminile dipende 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.

Le imprese femminili vengono inoltre classificate in base alla maggiore o minore capacità di controllo esercitato dalle donne cioè in base alla maggiore o minore presenza femminile, così come riassunto nella tabella 1.

Tab. 1 – Tabella riassuntiva delle modalità di calcolo per la determinazione del grado di partecipazione femminile all'interno dell'impresa

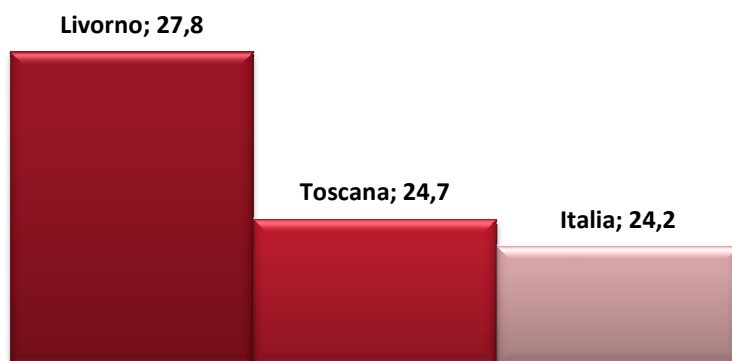
Grado Partecipazione	Società di Capitale	Società di Persone e Cooperative	Imprese Individuali	Altre Forme
<i>Maggioritaria</i>	(% cariche donne + % quote donne) > 100%	% soci > 50%	-----	% amministratori > 50%
<i>Forte</i>	(% cariche + % quote) >= 4/3	% soci >= 60%	-----	% amministratori >= 60%
<i>Esclusiva</i>	100% cariche + 100% quote	100% soci	Titolare	100% amministratori

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 le imprese partecipate in prevalenza da soggetti giuridici.

3.2 La struttura del tessuto imprenditoriale femminile

A fine giugno 2012 le imprese femminili, in provincia di Livorno, ammontano a 7.988 ed incidono sul tessuto imprenditoriale complessivo per il 27,8%. Questa percentuale, intesa come “*quota rosa*” provinciale, risulta decisamente più elevata rispetto alla media regionale (24,7%) e nazionale (24,2%).

Graf. 1 - Quota rosa del tessuto produttivo locale
Incidenza % dell'imprenditoria femminile sul tessuto economico complessivo



All'interno del contesto provinciale la quota rosa del tessuto produttivo risulta particolarmente cospicua in Val di Cornia dove supera persino il 31%. Al contempo, valori inferiori alla media provinciale si rintracciano nel SEL del capoluogo e nell'Arcipelago.

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese femminili nei SEL abbiamo che il 44,1% di esse hanno sede tra Livorno e Collesalveti, il 23,8% in Val di Cecina, il 20,3% in Val di Cornia ed il resto nell'Arcipelago.

Guardando ai singoli comuni quello con la più alta incidenza di imprese femminili sul tessuto imprenditoriale locale è Sassetta (41,7%) seguito, nell'ordine, da Suvereto, Campiglia Marittima, San Vincenzo, Rio nell'Elba e Piombino, tutti comuni con una quota rosa superiore al 30%. Come prevedibile, i comuni dove l'imprenditoria femminile ha un minor peso sono quelli di Livorno/Collesalveti o dell'Arcipelago.

Tab. 2 - Imprese femminili attive divise per SEL provinciale - Giugno 2012

	Imprese femminili attive	Incidenza % sul tessuto imprenditoriale locale	Distribuzione % per SEL
Livorno Collesalveti	3.523	26,78	44,10
Val di Cecina	1.899	27,71	23,77
Val di Cornia	1.622	31,31	20,31
Arcipelago	944	26,68	11,82
LIVORNO	7.988	27,81	100,00

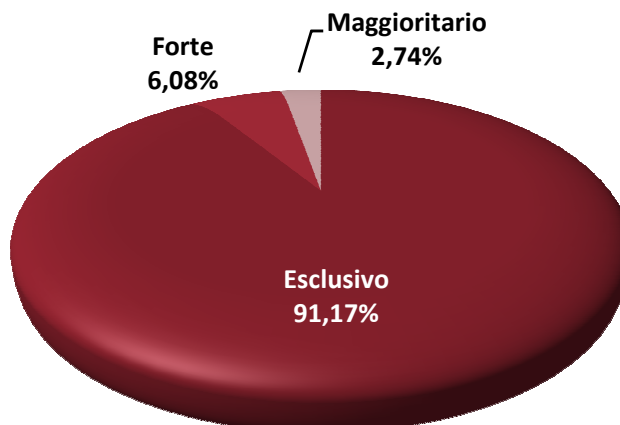
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere

Le imprenditrici livornesi non sembrano gradire particolarmente la promiscuità di genere nella conduzione dell'azienda. Infatti, nel 91,2% dei casi il *grado di femminilità* dell'impresa¹ è tipo

¹ Per la definizione del grado di femminilità dell'impresa vedere la tabella 1 riassuntiva delle tipologie di calcolo previste in base alla forma giuridica.

esclusivo (si scende all'87,6% in Toscana ed all'88,9% in Italia), mentre risulta *forte* nel 6,1% dei casi e *maggioritario* nel restante 2,7%.

Graf. 2 - Grado di imprenditorialità femminile - Livorno



Il *grado di artigianalità*² dell'imprenditoria femminile (16,6%) risulta invece basso ed inferiore a quello calcolato per l'imprenditoria non femminile³ (28,4%). Un contesto analogo, da questo punto di vista, è rintracciabile anche a livello regionale e nazionale.

Si considerano "Imprese giovani" le imprese la cui partecipazione nel controllo e nella proprietà è detenuta in prevalenza da persone di età inferiore ai 35 anni. La percentuale di queste imprese "giovani"⁴ all'interno dell'imprenditoria femminile livornese risulta di buon livello (10,5%), superiore a quanto calcolato per il tessuto imprenditoriale non femminile (9,1%). Tuttavia, rispetto a Livorno, l'incidenza delle imprese giovanili sull'imprenditoria femminile in Toscana è maggiore (11,1%), ed ancor più a livello nazionale (12,1%).

L'*imprenditoria straniera*⁵ si conferma essere prevalentemente a carattere non femminile. Solo il 22,6% delle imprese straniere possono, infatti, essere definite anche femminili. L'incidenza delle imprese guidate da donne non italiane, all'interno dell'imprenditoria femminile, è pari al 7,4% (11,4% media regionale e 7,7% media nazionale) contro il 9,7% calcolato sull'imprenditoria non femminile.

Fig. 1 - Incidenza percentuale all'interno dell'imprenditoria femminile di:



² Percentuale di imprese iscritte all'Albo Artigiano.

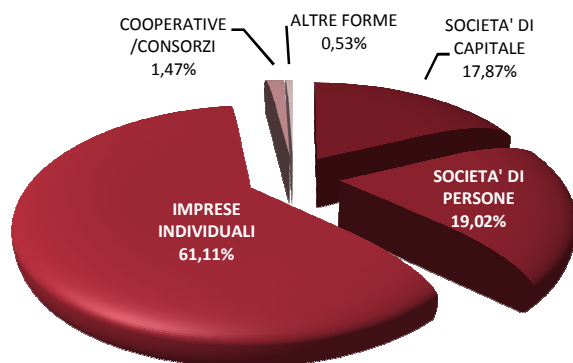
³ Le imprese non femminili non si possono identificare automaticamente come "imprese maschili" cioè partecipate in prevalenza da uomini; questo perché sul totale delle imprese giocano un ruolo significativo le imprese partecipate in prevalenza da soggetti giuridici.

⁴ In generale si considerano giovani le imprese la cui partecipazione di giovani risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e di cariche amministrative detenute da giovani, per tipologia di impresa, in base ai criteri definiti nella tabella 1 per distinzione di genere.

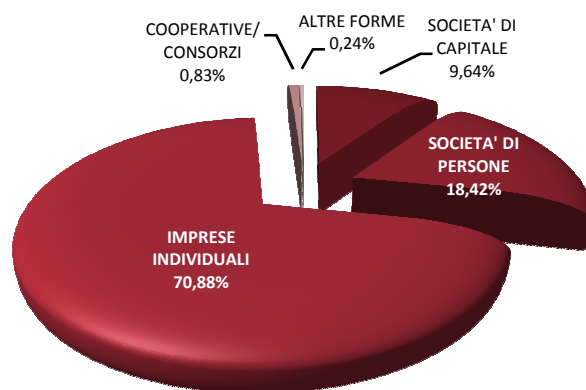
⁵ Le modalità di individuazione e definizione sono le stesse usate per la femminilità e per le imprese "giovani" (tab. 1).

Quanto alla *forma giuridica* delle aziende, quasi il 71% delle imprese femminili locali sono semplici imprese individuali, mentre il 18,4% sono organizzate nella forma di società di persone, il 9,6% sono società di capitali ed il restante 1% presenta una diversa forma giuridica (cooperative, consorzi o altro). Rispetto sia al tessuto provinciale complessivo che a quello femminile regionale e nazionale si nota una più bassa incidenza delle società di capitali all'interno dell'imprenditoria femminile locale, accompagnata da un maggior peso delle imprese individuali.

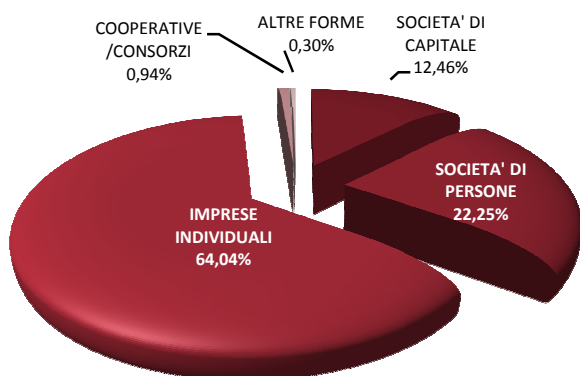
Graf. 3 - Composizione del tessuto imprenditoriale livornese complessivo per forma giuridica



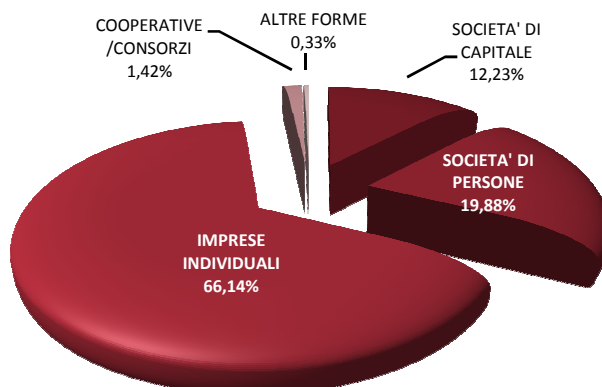
Graf. 4 - Composizione dell'imprenditoria femminile provinciale per forma giuridica



Graf. 5 - Composizione dell'imprenditoria femminile toscana per forma giuridica



Graf. 6 - Composizione dell'imprenditoria femminile italiana per forma giuridica

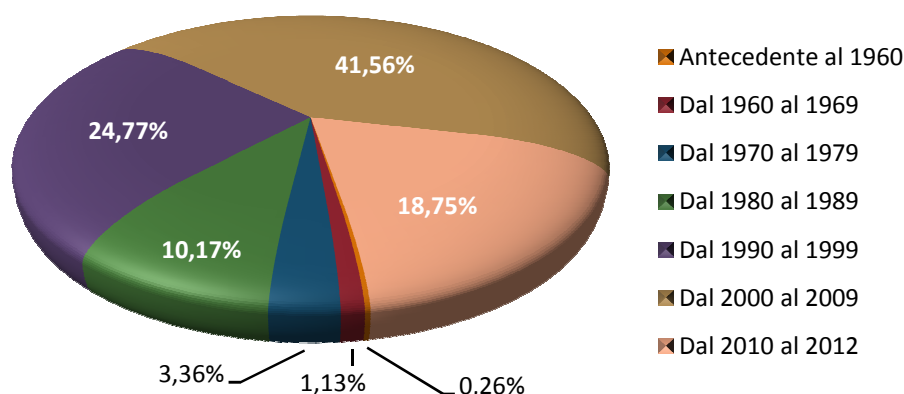


Guardando alla distribuzione delle imprese femminili per *anno di iscrizione* occorre anzitutto fare una precisazione: trattasi dell'iscrizione al Registro Dite fino al 1995 ed al Registro delle Imprese a partire dal 1996.

La maggior parte delle imprese femminili ad oggi attive sono state costituite nei primi 10 anni del nuovo millennio (41,6%), per quanto risultano numerose anche quelle nate negli anni '90 (24,8%), dal 2010 ad oggi (18,8%) e negli anni '80 (10,2%). Sono tutt'ora attive anche 379 imprese femminili nate prima del 1980, di cui la maggior parte iscritte al registro delle ditte negli anni '70.

Da segnalare che delle 48 imprese provinciali sorte prima degli anni '50 ben 14 sono considerate femminili, ovvero il 29,2%. Non si evidenziano difformità sostanziali rispetto alle evidenze di Toscana e Italia per quanto riguarda la distribuzione per anno di iscrizione.

Graf. 7 - Distribuzione % delle imprese femminili livornesi per anno d'iscrizione



Dal punto di vista della distribuzione settoriale si delinea una forte concentrazione delle imprese femminili all'interno del Commercio (35,4% del totale). Agricoltura e Servizi di alloggio e ristorazione sono gli altri due settori dove si raggruppano numerose attività economiche a conduzione femminile. In generale, le donne tendono ad essere molto attive nell'ambito dei servizi, soprattutto alle persone.

Tab. 3 - Imprese femminili attive per settore Ateco 2007

	Val. Ass.	Quota % sul totale imprese femminili	Quota rosa % sul totale imprese di settore
Agricoltura, silvicoltura pesca	1.056	13,22	38,27
Estrazione di minerali da cave e miniere	3	0,04	16,67
Attività manifatturiere	427	5,35	20,35
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore etc.	9	0,11	37,50
Fornitura di acqua; reti fognarie etc.	7	0,09	8,43
Costruzioni	391	4,89	8,85
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione auto	2.828	35,40	32,34
Trasporto e magazzinaggio	177	2,22	14,94
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	1.047	13,11	34,99
Servizi di informazione e comunicazione	142	1,78	25,63
Attività finanziarie e assicurative	162	2,03	27,05
L Attività immobiliari	406	5,08	25,98
Attività professionali, scientifiche e tecniche	172	2,15	24,09
Noleggio, agenzie di viaggio, supporto alle imprese	335	4,19	33,37
Istruzione	50	0,63	31,65
Sanità e assistenza sociale	60	0,75	55,56
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento etc.	118	1,48	28,03
Altre attività di servizi	587	7,35	46,81
Imprese non classificate	11	0,14	40,74
Totale	7.988	100,00	27,81

Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere

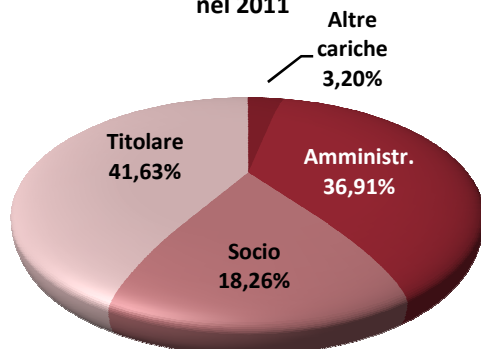
E' interessante notare come si distribuiscono le imprese all'interno dei settori tra femminili e non.

Se calcoliamo la “quota rosa” per ciascun settore si delinea una maggior incidenza delle imprese femminili rispetto a quelle non femminili soltanto nel settore Sanità e assistenza sociale (Servizi per l’infanzia, Centri medici, fisioterapici e diagnostici, studi odontoiatrici, Case di riposo etc.).

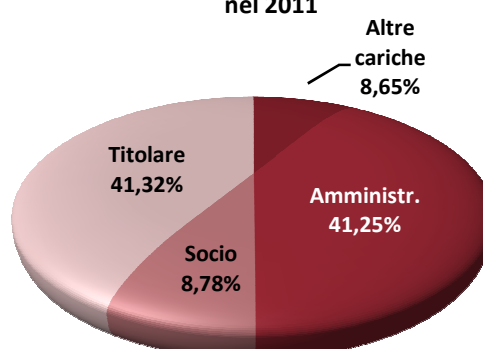
All’interno delle Altre attività di servizi la prevalenza di imprese non femminili risulta comunque contenuta, mentre può dirsi rilevante la quota rosa presente all’interno di Agricoltura, Fornitura di energia elettrica, gas, etc., Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese, Commercio ed Istruzione. Gli altri settori rimangono a più forte prevalenza di imprese non femminili.

Alcuni spunti di riflessione interessanti possono nascere dall’analisi delle cariche ricoperte all’interno delle imprese con sede a Livorno. La percentuale di titolari d’impresa è grosso modo analoga per uomini e donne, fanno invece la differenza le altre cariche. In particolare, l’incidenza di soci risulta decisamente più alta all’interno dell’imprenditoria femminile (18,26%). Al contrario la percentuale di “amministratori” tra le cariche maschili è superiore a quella calcolata per le donne.

Graf. 8 -Le cariche ricoperte dalle **donne all'interno delle imprese con sede a Livorno nel 2011**



Graf. 9 - Le cariche ricoperte dagli uomini all'interno delle imprese con sede a Livorno nel 2011



Dal benchmark territoriale si evince che l’incidenza delle titolari e delle amministrate all’interno dell’imprenditoria femminile livornese è ben più alta rispetto alla media regionale e nazionale. Per contro, succede l’opposto per le altre due classi di cariche, ovvero Soci e Altre Cariche (sindaci, curatori fallimentari, consiglieri, direttore etc.). Una situazione analoga si rintraccia, comunque, anche all’interno dell’imprenditoria maschile, rendendo quella evidenziata una caratteristica del tutto locale.

Tab. 4 - Incidenza % delle classi di cariche 2011 tra Livorno, Toscana e Italia				
Sesso	Classe di Carica	Livorno	Toscana	Italia
M	Altre cariche	8,65	8,60	10,06
	Amministratore	41,25	37,12	36,97
	Socio	8,78	15,42	11,24
	Titolare	41,32	38,86	41,74
	Totale	100,00	100,00	100,00
F	Altre cariche	3,20	4,40	6,32
	Amministratore	36,91	33,72	32,52
	Socio	18,26	26,78	22,16
	Titolare	41,63	35,10	39,00
	Totale	100,00	100,00	100,00
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere				

3.3 L'evoluzione del tessuto imprenditoriale femminile

Il 2011 ha rappresentato un anno particolarmente difficile per l'imprenditoria femminile locale. Si tratta, infatti, della componente del tessuto imprenditoriale più colpita dalla pesante fase recessiva in atto. Le *imprese femminili attive* in provincia di Livorno passano da 8.082 a 8.016 e seguito di una flessione dello 0,8% contro il +0,2% delle imprese non femminili.

A livello regionale e nazionale succede l'opposto: l'imprenditoria femminile cresce rispettivamente del +0,5 e +0,1% mentre le imprese non femminili risultano in leggero calo (-0,3% e -0,2%). Sta di fatto che nessuna variazione, sia negativa che positiva, raggiunge l'1%, e pertanto la struttura portante del tessuto imprenditoriale femminile e non è da considerarsi sostanzialmente stabile. Resta comunque valida l'indicazione di tendenza fornita dai segni di variazione, tendenza purtroppo confermata dal primo semestre 2012 che vede le imprese femminili ridursi di un ulteriore 0,35%. Certo siamo nell'ordine di poche unità, la cui perdita, tuttavia, evidenzia uno stato di involuzione della compagine femminile di un tessuto imprenditoriale che, invece, nella componente non femminile non registra perdite (+0,1%).

Anche in Toscana si conferma il trend 2011. A fine giugno 2012, infatti, a fronte di un incremento dell'imprenditoria femminile dello 0,3% si ha una seppur debole contrazione dell'imprenditoria non femminile (-0,4%). A livello nazionale, invece, si assiste ad una contrazione media dello 0,4% senza distinzione di genere.

Tab. 5- Imprese femminili dal 2007 ad oggi per Livorno, Toscana e Italia

	2007	2011	giu-12
Livorno Collesalveti	3.455	3.515	3.523
Val di Cecina	1.877	1.932	1.899
Val di Cornia	1.582	1.613	1.622
Arcipelago	963	956	944
LIVORNO	7877	8.016	7.988
TOSCANA	86.103	89.966	90.273
ITALIA	1.243.192	1.276.191	1.271.712
Var. %			
	2007/2012	2011/2010	30.06.2012/31.12.2011
Livorno Collesalveti	2,0	-1,4	0,2
Val di Cecina	1,2	-0,7	-1,7
Val di Cornia	2,5	-1,2	0,6
Arcipelago	-2,0	1,8	-1,3
LIVORNO	1,4	-0,8	-0,3
TOSCANA	4,8	0,5	0,3
ITALIA	2,3	0,1	-0,4

Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere

Nel 2011 tra i SEL provinciali solo l'Arcipelago si è discostato dal generale trend negativo e registra un ottimo +1,8% a livello di imprese femminili, da confrontarsi con una crescita nulla del tessuto imprenditoriale non femminile isolano. Il SEL dove si registra la maggior perdita di imprese femminili è quello del capoluogo di provincia, l'unico peraltro dove non se la passano bene neanche le imprese non femminili.

Nel 2012 il quadro delle variazioni territoriali si presenta decisamente più variegato e complesso. In sei mesi le imprese femminili della Val di Cecina e dell'Arcipelago sono diminuite rispettivamente dell'1,7% e dell'1,3%, mentre Livorno/Collesalveti e Val di Cornia registrano una seppur modesta variazione positiva (rispettivamente +0,2% e +0,6%). Al contempo le imprese non femminili diminuiscono solo nel SEL del capoluogo (-0,5%), restano sostanzialmente stabili in Val di Cecina e Val di Cornia, mentre crescono del 2,1% nell'Arcipelago.

Dal confronto con il periodo pre crisi emerge un quadro ancora positivo. Rispetto al 2007 l'imprenditoria femminile è cresciuta dell'1,4% contro lo 0,5% delle imprese non femminili. Anche in Toscana ed in Italia le imprese femminili risultano essere aumentate più delle non femminili. In particolare, l'espansione delle imprese femminili nel periodo 2007/2012 risulta più consistente per la media regionale e nazionale piuttosto che per Livorno.

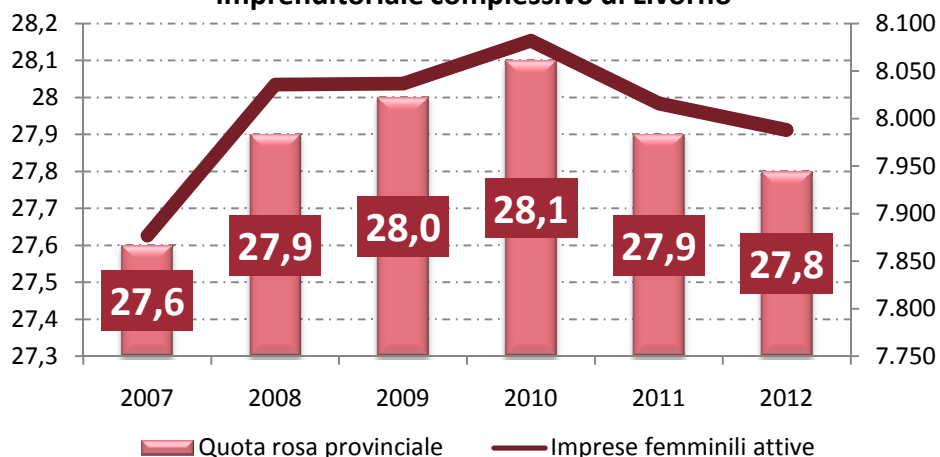
Tab. 6- Imprese non femminili dal 2007 ad oggi per Livorno, Toscana e Italia			
	2007/2012	2011/2010	30.06.2012/31.12.2011
Livorno/Colles.	0,2	-0,1	-0,5
Val di Cecina	-1,2	0,0	0,0
Val di Cornia	2,5	1,4	0,1
Arcipelago	2,6	0,0	2,1
LIVORNO	0,5	0,2	0,1
TOSCANA	0,6	-0,3	-0,4
ITALIA	1,3	-0,2	-0,4
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere			

L'evoluzione descritta ha portato l'*incidenza delle imprese femminili sul tessuto imprenditoriale* locale a quota 27,8%, valore che continua a diminuire dal 2010 seppur in termini minimali. Anche in questo caso, non è tanto l'entità della variazione ad avere un peso, quanto piuttosto il segno di quest'ultima ed il suo ripetersi negli anni, elementi che delineano una tendenza di fondo specifica non trascurabile.

A livello regionale, invece, la quota rosa continua a crescere, mentre la media nazionale risulta invariata (24,2% 2011 e primo semestre 2012).

Da notare come l'incidenza dell'imprenditoria femminile sul tessuto economico locale sia attualmente di poco al di sopra dei livelli 2007, ovvero al periodo cosiddetto pre crisi. Questo accade in quanto l'insorgere della crisi sembra aver interrotto quel percorso di timida crescita che, comunque, la quota rosa aveva intrapreso.

Graf. 10 - Andamento 2007-2012 del numero di imprese femminili attive e della loro incidenza sul tessuto imprenditoriale complessivo di Livorno



Tab. 7- Imprese secondo la classe di natura giuridica al 31/12/11, incidenza %, variazione % sul 2007 e sul 2010

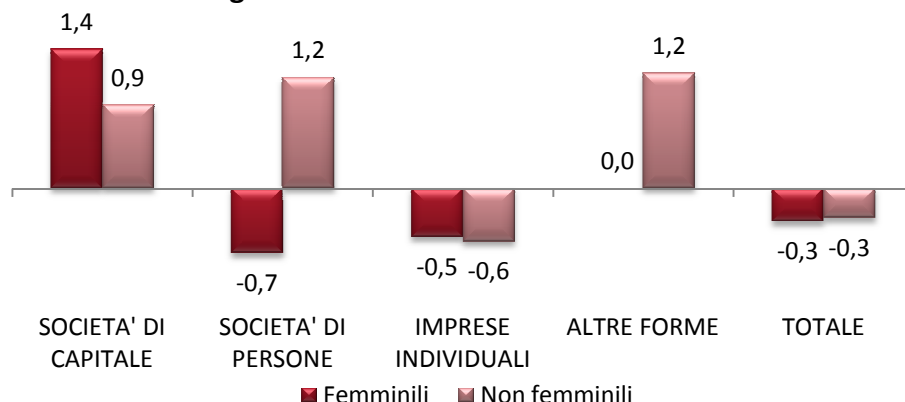
Imprese femminili												
	LIVORNO				TOSCANA				ITALIA			
	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07
SOCIETA' DI CAPITALE	759	9,5	0,7	26,9	11.090	12,3	2,8	31,1	153.576	12,0	3,3	34,8
SOCIETA' DI PERSONE	1.481	18,5	-1,2	3,1	20.149	22,4	-0,5	1,4	253.487	19,9	-0,2	4,0
IMPRESE INDIVIDUALI	5.691	71,0	-0,8	-1,3	57.642	64,1	0,4	1,4	847.435	66,4	-0,5	-2,4
ALTRE FORME	85	1,1	-5,6	11,8	1.085	1,2	0,9	17,4	21.693	1,7	3,3	25,3
TOTALE	8.016	100,0	-0,8	1,8	89.966	100,0	0,5	4,5	1.276.191	100,0	0,1	2,7
Imprese NON femminili												
	LIVORNO				TOSCANA				ITALIA			
	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07	v.a. 2011	Incid. %	Var. % 11/10	Var. % 11/07
SOCIETA' DI CAPITALE	3.673	17,7	3,7	10,3	55.315	20,0	2,1	14,6	800.373	20,0	2,5	24,8
SOCIETA' DI PERSONE	3.899	18,8	-0,8	-4,1	53.298	19,3	-1,1	-2,5	646.666	16,2	-1,3	-1,6
IMPRESE INDIVIDUALI	12.745	61,5	-0,4	-0,7	161.629	58,5	-0,9	-2,1	2.449.924	61,3	-0,7	-3,5
ALTRE FORME	410	2,0	-0,2	4,9	5.913	2,1	-0,6	7,6	102.361	2,6	-0,6	9,5
TOTALE	20.727	100,0	0,2	0,5	276.155	100,0	-0,3	1,0	3.999.324	100,0	-0,2	1,7
<i>Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere</i>												

Le imprese femminili sembrano reagire alle difficoltà congiunturali attraverso un irrobustimento della struttura d'impresa. Tra le forme giuridiche si dimostrano, infatti, in controtendenza le società di capitali che continuano il loro percorso di espansione registrando per il solo 2011 un incremento dello 0,7% mentre tutte le altre forme presentano una variazione negativa sul 2010. Da questo punto di vista le imprese femminili si allineano al trend delle non femminili. Sono interessate dall'espansione 2011 delle società di capitali femminili e non anche la Toscana e l'Italia. Si tratta di un fenomeno che rispetto al 2007 si sostanzia in variazioni positive a due cifre, per tutte le imprese e per tutti i contesti territoriali esaminati.

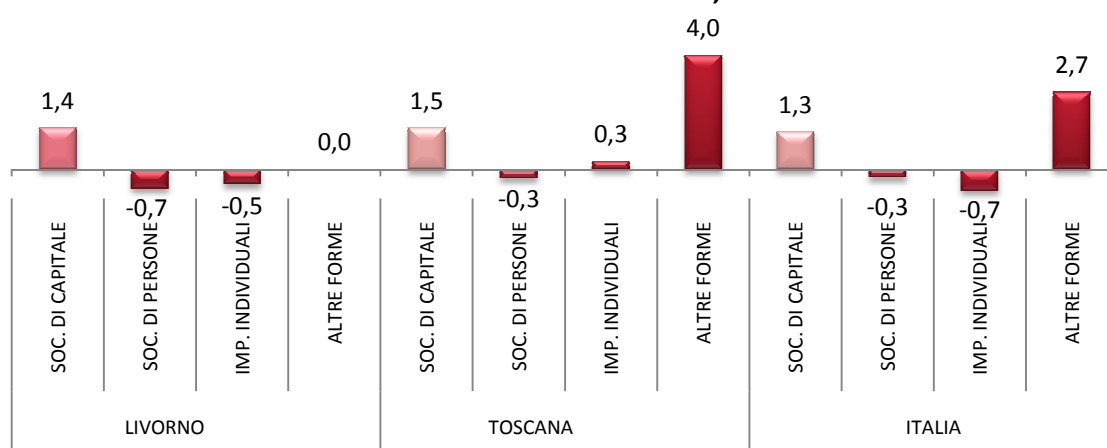
Da sottolineare che nonostante gli incrementi del numero di società di capitali femminili l'incidenza delle stesse all'interno dell'imprenditoria rosa a Livorno (9,5%) resta inferiore alla media regionale (12,3%) e nazionale (12%), nonché al di sotto della quota di società di capitali presenti all'interno delle imprese non femminili. Questa forma giuridica, presenta da tempo incrementi annui importanti e anche nella prima metà del 2012 continua la sua performance positiva. In particolare, le società di capitali femminili risultano più dinamiche di quelle non femminili. Ciò vale anche per le società di persone, dove quelle non femminili registrano addirittura una variazione negativa. Prosegue, al contempo, il graduale depauperamento delle imprese individuali. Si tratta di una tendenza consolidata anche a livello regionale e nazionale. E' come se, l'imprenditoria, si fosse convinta che "piccolo è bello ma non sempre efficiente". In generale, ad oggi, le piccole imprese individuali incontrano difficoltà maggiori nel gestire liquidità, fare investimenti, rapportarsi con le banche ed ottenere affidamenti. Per molte, sostenere il sovraccarico fiscale generato dalle recenti politiche del governo per far fronte al deficit pubblico, è divenuto insostenibile, tanto da indurre ad una scelta: cambiare o morire. Ecco che alcune hanno tentato la strada della trasformazione in forme giuridiche più complesse, magari aggiungendo nuovo capitale umano o finanziario. Da questo punto di vista le imprese femminili hanno dato il loro importante contributo, dimostrandosi sensibili ed attente alle necessità evolutive indotte dai mutamenti strutturali dell'economia e della società. A Livorno, in particolare, sarebbe tuttavia auspicabile un miglioramento della dinamicità

del fenomeno per ridurre il divario con la media regionale e nazionale in termini di incidenza delle società di capitali.

Graf. 11 - Var. % delle imprese attive femminili e non per forma giuridica tra il 31.12.2011 ed il 30.06.2012



Graf. 12 - Variazioni % delle imprese femminili per forma giuridica tra il 31.12.2011 ed il 30.06.2012 - Livorno, Toscana e Italia



Per completezza di informazione decliniamo il dato sulla forma giuridica anche a livello di SEL.

Gli incrementi più importanti a livello di società di capitali si calcolano per Val di Cecina ed Arcipelago, sia rispetto a fine 2011 che rispetto al periodo pre crisi. Resta buona la dinamica della Val di Cornia mentre il SEL del capoluogo ha una performance meno brillante. Da notare come le imprese individuali diminuiscono di più laddove sono cresciute maggiormente le società di capitali, ovvero in Val di Cecina e nell'Arcipelago. Ciò lascia pensare ad una qualche forma di trasformazione, per fusione ed incorporazione, di aziende più piccole in un unico soggetto giuridico più strutturato.

Tab. 8 - Evoluzione delle forme giuridiche dell'imprenditoria femminile tra i SEL di Livorno

30.06.2012	SOCIETA' DI CAPITALE	SOCIETA' DI PERSONE	IMPRESE INDIVIDUALI	ALTRE FORME	Totale
Livorno/Collesalveti	425	706	2.342	50	3.523
Val di Cecina	146	295	1.441	17	1.899
Val di Cornia	114	268	1.227	13	1.622
Arcipelago	85	202	652	5	944
Totale	770	1.471	5.662	85	7.988
Var. % sul 31.12.2011					
Livorno/Collesalveti	0,2	-0,8	0,6	0,0	0,2
Val di Cecina	3,5	-0,3	-2,6	6,3	-1,7
Val di Cornia	0,9	-1,1	1,0	-7,1	0,6
Arcipelago	4,9	0,0	-2,4	0,0	-1,3
Totale	1,4	-0,7	-0,5	0,0	-0,3
Var. % sul 31.12.2007					
Livorno/Collesalveti	20,4	1,3	-0,8	11,1	2,0
Val di Cecina	43,1	6,9	-3,2	54,5	1,2
Val di Cornia	31,0	2,3	0,4	18,2	2,5
Arcipelago	51,8	0,0	-6,3	-44,4	-2,0
Totale	28,8	2,4	-1,8	11,8	1,4
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere					

La tabella 9 fornisce un quadro di sintesi sul tema della nati-mortalità di impresa e sul grado di sviluppo dell'imprenditoria femminile e non di Livorno, Toscana ed Italia.

Tab. 9- Nati-mortalità d'impresa - Livorno, Toscana, Italia

	Imprese femminili			Totale imprese			Imprese non femminili		
	<i>Livorno</i>	<i>Toscana</i>	<i>Italia</i>	<i>Livorno</i>	<i>Toscana</i>	<i>Italia</i>	<i>Livorno</i>	<i>Toscana</i>	<i>Italia</i>
Registrate 2011	8.840	100.045	1.433.863	32.589	417.200	6.110.074	23.749	317.155	4.676.211
Attive 2011	8.016	89.966	1.276.191	28.743	366.121	5.275.515	20.727	276.155	3.999.324
Var. % attive 2011/2010	-0,8	0,5	0,1	0,1	0,2	-0,2	0,2	-0,3	-0,2
Iscrizioni 2011	757	8.317	108.225	2.458	28.865	391.310	1.701	20.548	283.085
Iscrizioni 2010	790	8.852	112.126	2.478	30.289	410.736	1.688	21.437	298.610
Tasso di Natalità 2011	8,5	8,4	7,6	7,6	6,9	6,4	7,2	6,5	6,0
Tasso di Natalità 2010	9,0	9,1	7,9	7,7	7,3	6,7	7,1	6,7	6,3
Tasso di Natalità 2007	9,4	8,6	8,0	7,75	7,69	7,12	7,2	7,4	6,8
Cassazioni 2011	759	7.662	102.382	2.374	28.922	393.463	1.615	21.260	291.081
Cessazioni 2010	680	7.371	101.562	2.167	27.855	389.076	1.487	20.484	287.514
Tasso di Mortalità 2011	8,5	7,7	7,2	7,3	6,9	6,4	6,8	6,7	6,2
Tasso di Mortalità 2010	7,8	7,5	7,2	6,7	6,7	6,4	6,2	6,4	6,1
Tasso di Mortalità 2007	9,1	8,5	8,0	8,2	7,8	7,2	7,8	7,6	7,0
Tasso di Crescita 2011	0,0	0,7	0,4	0,3	0,0	0,0	0,4	-0,2	-0,2
Tasso di Crescita 2010	1,3	1,5	0,7	1,0	0,6	0,4	0,8	0,3	0,2
Tasso di Crescita 2007	0,3	0,1	0,0	-0,4	-0,1	-0,1	-0,7	-0,2	-0,1
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere									

In periodo di crisi sono state 757 le nuove iscrizioni 2011 di imprese femminili, 33 in meno rispetto al 2010. Il tasso di natalità risulta, pertanto, diminuito, contrariamente a quanto avviene per le non femminili. Guardando al periodo pre crisi il tasso di natalità delle imprese femminili mostra un calo di circa un punto percentuale, mentre per le non femminili è rimasto sostanzialmente stabile.

La contropartita è un tasso di mortalità⁶ 2011 decisamente in crescita rispetto al 2010 (79 cessazioni in più) ma al di sotto del 2007. Si tratta di un trend in armonia con quello delle non femminili.

Da tutto ciò deriva un tasso di crescita nullo, in discesa rispetto al 2010 ed al 2007, da confrontarsi con il +0,4% delle non femminili. In definitiva, tenuto conto della fase recessiva che sta attraversando l'economia, una situazione di sostanziale stabilità del tessuto imprenditoriale è da considerarsi positiva.

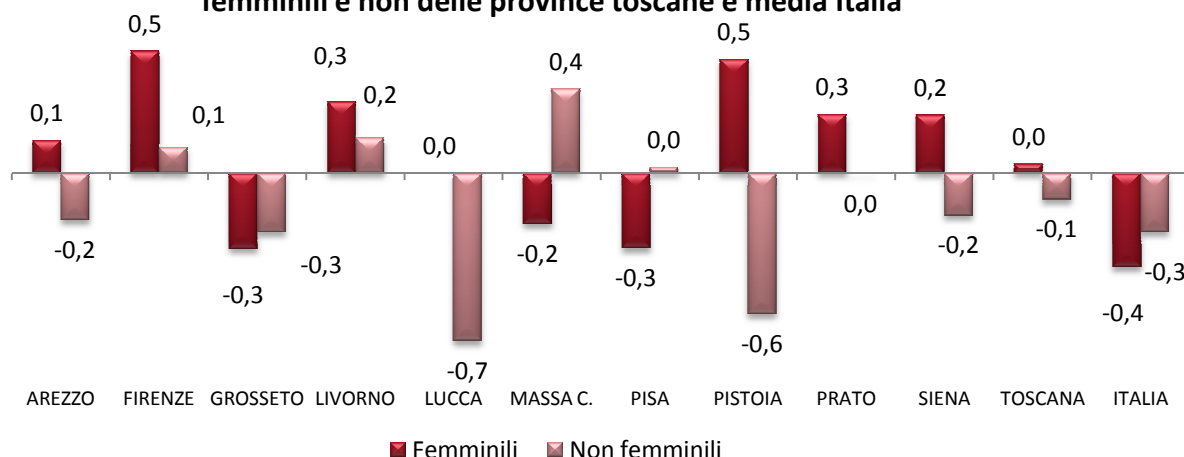
L'andamento dell'imprenditoria femminile sembra in linea con la media regionale per quanto riguarda il tasso di natalità, che rimane tra l'altro più alto rispetto alla media Italia. Quanto al tasso di mortalità è purtroppo stabilmente al di sopra delle media regionale e nazionale.

Gettando uno sguardo a questo primo semestre 2012 veniamo anzitutto rassicurati da un tasso di crescita⁷ dell'imprenditoria femminile provinciale positivo benché contenuto (+0,3%) ma, comunque, al di sopra dell'altrettanto positivo indice di sviluppo dell'imprenditoria non femminile.

Questo risultato scaturisce da un livello del tasso di natalità e di mortalità non eccessivamente dissimile da quello registrato nel primo semestre degli anni precedenti. In sostanza, imprenditori e imprenditrici si muovono con cautela, il rischio d'impresa in questo momento è massimo e la "visibilità" sul medio/lungo periodo è scarsa. Ne consegue che, guardando al breve periodo, la spinta imprenditoriale è ridotta al minimo.

Alcune province Toscane sembrano mostrare una minor capacità di tenuta, sia sul fronte dell'imprenditoria femminile che non. Ad esempio, a giugno 2012 Grosseto, Massa Carrara e Pisa registrano un tasso di crescita negativo per le imprese femminili. Tra queste, peraltro, Grosseto presenta lo stesso trend per le non femminili. In generale, in Toscana l'indice di sviluppo medio a giugno 2012 è dello 0,04% per le imprese femminili (-0,4% Italia) e del -0,1% (-0,3% Italia) per quelle non femminili.

Graf. 13 - Andamento dei tassi di crescita a giugno 2012 per le imprese femminili e non delle province toscane e media Italia



La maggior parte delle imprese femminili continua a concentrarsi in tre settori: Commercio, Agricoltura e Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione. Analizzando la serie delle variazioni

⁶ Indice che include le cessazioni di ufficio

⁷ I tassi di natalità e di mortalità a giugno 2012 non sono confrontabili con il corrispondente dato annuale. Essi risentono delle tempistiche amministrative che portano a concentrare le iscrizioni nei primi mesi dell'anno e le cessazioni sul finire dell'anno stesso. Il tasso di crescita, che invece deriva dal saldo tra le variabili citate, è più indicativo in termini di trend di periodo ma comunque non confrontabile con il dato annuale.

interventute nell'imprenditoria femminile dal 2009⁸ ad oggi, si nota che nel 2010 le imprese femminili si trovavano ancora in fase di crescita.

Tab. 10 - Imprese femminili per settori di attività - Valori assoluti e variazioni % dal 2009 al II trimestre 2012

Settore	2009	2010	2011	II trim 2012
Agricoltura, silvicoltura pesca	1.089	1.076	1.067	1.056
Estrazione di minerali da cave e miniere	3	3	3	3
Attività manifatturiere	431	430	430	427
Fornitura di energia elettrica, gas, etc.	6	4	6	9
Fornitura di acqua; reti fognarie etc.	0	6	6	7
Costruzioni	375	389	397	391
Commercio e riparazione auto	2.901	2.891	2.855	2.828
Trasporto e magazzinaggio	176	177	173	177
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	1.015	1.015	1.031	1.047
Servizi di informazione e comunicazione	144	142	145	142
Attività finanziarie e assicurative	154	160	160	162
Attività immobiliari	400	412	408	406
Attività professionali, scientifiche e tecniche	156	170	172	172
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese	356	355	337	335
Istruzione	46	53	49	50
Sanità e assistenza sociale	52	56	60	60
Attività artistiche, sportive, intrattenimento	121	123	118	118
Altre attività di servizi	609	617	594	587
Totale	8.037	8.082	8.016	7.988
Settore	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011	2012/ 2009
Agricoltura, silvicoltura pesca	-1,19	-0,84	-1,03	-3,03
Estrazione di minerali da cave e miniere	0,00	0,00	0,00	0,00
Attività manifatturiere	-0,23	0,00	-0,70	-0,93
Fornitura di energia elettrica, gas, etc.	-33,33	50,00	50,00	50,00
Fornitura di acqua; reti fognarie etc.	100,00	0,00	16,67	100,00
Costruzioni	3,73	2,06	-1,51	4,27
Commercio e riparazione auto	-0,34	-1,25	-0,95	-2,52
Trasporto e magazzinaggio	0,57	-2,26	2,31	0,57
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	0,00	1,58	1,55	3,15
Servizi di informazione e comunicazione	-1,39	2,11	-2,07	-1,39
Attività finanziarie e assicurative	3,90	0,00	1,25	5,19
Attività immobiliari	3,00	-0,97	-0,49	1,50
Attività professionali, scientifiche e tecniche	8,97	1,18	0,00	10,26
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese	-0,28	-5,07	-0,59	-5,90
Istruzione	15,22	-7,55	2,04	8,70
Sanità e assistenza sociale	7,69	7,14	0,00	15,38
Attività artistiche, sportive, intrattenimento	1,65	-4,07	0,00	-2,48
Altre attività di servizi	1,31	-3,73	-1,18	-3,61
Totale	0,56	-0,82	-0,35	-0,61

Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere

⁸ Il 2009 è l'ultimo anno disponibile per un confronto con gli anni precedenti a causa del passaggio all'Ateco 2007 che ha comportato una riclassificazione delle attività e di conseguenza un'inconfrontabilità dei dati antecedenti al 2009.

Le imprese attive erano cresciute dello 0,6% sul 2009. Ma eravamo soltanto all'inizio di una crisi che, col tempo, è divenuta recessione. Ecco che anche la quota rosa del tessuto imprenditoriale provinciale subisce gli inevitabili contraccolpi e comincia a perdere unità all'interno della propria dotazione (-0,8% tra il 2010 ed il 2011 e -0,35% tra il 31.12.2011 ed il 30.06.12). In definitiva, dal 2009 ad oggi le imprese femminili sono diminuite dello 0,61%. In termini assoluti ciò corrisponde ad una unità in meno al mese in due anni e mezzo. Questo impoverimento del tessuto imprenditoriale femminile si ricollega, a livello settoriale, anzitutto alla grave situazione in cui versano i Servizi. In particolare i settori Noleggio, Agenzie di viaggio e servizi alle imprese (-5,9%), i servizi alle persone (-3,6%) e le attività ricreative (-2,5%). Sempre all'interno dei Servizi risultano in contrazione anche quelli di informazione e comunicazione seppur in misura più contenuta rispetto a quelli precedentemente citati. Ma anche altri due settori tipicamente femminili, Agricoltura e Commercio, continuano a perdere unità dal 2009. Il risultato finale è una perdita di dotazione di oltre il 5% per le imprese agricole femminili e del 2,5% per il Commercio. Anche la crisi delle imprese manifatturiere non conosce differenza di genere.

Tab. 11 - Composizione percentuale settoriale dell'imprenditoria femminile per ogni SEL della provincia di Livorno al 31.12.2009 ed al 30.06.2012

	Area Livornese		Val di Cecina		Val di Cornia		Arcipelago		Provincia	
	'09	'12	'09	'12	'09	'12	'09	'12	'09	'12
Agricoltura, silvicoltura pesca	4,0	3,9	22,9	21,9	26,3	26,5	7,9	7,9	13,5	13,2
Estrazione di minerali da cave e miniere	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Attività manifatturiere	6,3	6,1	4,8	4,8	5,0	4,8	3,8	4,3	5,4	5,3
Utilities	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	0,0	0,0	0,1	0,2
Costruzioni	4,5	4,9	6,0	5,9	3,7	4,1	4,0	4,1	4,7	4,9
Commercio e riparazione auto	42,1	41,7	30,8	29,6	29,9	29,7	35,4	33,3	36,1	35,4
Trasporto e magazzinaggio	3,1	2,9	1,2	1,3	1,8	2,3	1,4	1,6	2,2	2,2
Attività di alloggio e di ristorazione	9,8	9,8	12,0	13,2	10,9	11,3	27,4	28,2	12,6	13,1
Servizi di informazione e comunicazione	2,5	2,6	1,2	1,2	1,3	1,1	1,2	1,0	1,8	1,8
Attività finanziarie e assicurative	2,4	2,6	1,7	1,6	1,7	1,7	1,3	1,3	1,9	2,0
Attività immobiliari	6,1	6,1	4,2	4,2	4,5	4,8	3,2	3,5	5,0	5,1
Attività professionali, scientifiche e tecniche	2,7	2,8	1,5	2,1	1,5	1,4	0,9	1,1	1,9	2,2
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese	5,2	5,1	3,0	2,9	3,9	3,1	5,4	5,1	4,4	4,2
Istruzione	0,8	0,7	0,4	0,5	0,3	0,5	0,7	0,6	0,6	0,6
Sanità e assistenza sociale	0,9	1,1	0,5	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,8
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento etc.	1,7	1,7	1,7	1,9	1,0	0,6	1,4	1,4	1,5	1,5
Altre attività di servizi	7,8	7,5	8,1	8,0	7,8	7,3	5,3	5,8	7,6	7,3
Imprese non classificate	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,3	0,0	0,1
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere										

Ma ci sono anche settori in cui, le imprese femminili, in questi anni hanno incrementato la propria dotazione imprenditoriale senza registrare neanche un anno di variazione negativa. Si tratta di Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Attività finanziarie e assicurative, Attività professionali, scientifiche e tecniche, Sanità e assistenza sociale. All'interno degli altri settori sin'ora non menzionati, il numero delle imprese femminili cresce ma con qualche difficoltà dovuta ad una o due variazioni negative dal 2009 ad oggi. Dopo tutto si può comunque parlare di una buona tenuta di questi settori di fronte ai disagi indotti da un sistema economico in difficoltà.

Agricoltura, attività ricreative e manifatturiere presentano una diminuzione del numero di imprese anche nell'imprenditoria non femminile. Le imprese commerciali non guidate da donne presentano una maggior capacità di tenuta, in quanto si incrementano di numero anche in tempo di crisi, seppur moderatamente. Lo stesso dicasi per settori come Noleggio, Agenzie di viaggio, servizi alle imprese e altre attività di servizi, in particolare alle persone.

La tabella 11 riassume l'evoluzione 2009-2012 della composizione settoriale dell'imprenditoria femminile all'interno di ciascun SEL provinciale. Quel che emerge è una situazione sostanzialmente stabile.

Guardando invece alle variazioni percentuali delle imprese femminili attive, intercorse nel medesimo periodo di riferimento, possiamo fare alcune riflessioni.

Tab. 12 - Variazione percentuale delle imprese femminili attive per SEL e settore tra il 31.12.2009 ed il 30.06.2012					
	Area Livornese	Val di Cecina	Val di Cornia	Arcipelago	Provincia
Agricoltura, silvicoltura pesca	-2,2	-6,5	0,0	-1,3	-3,0
Estrazione+Attività Manifatturiere+Utilities	-1,3	2,1	2,4	13,5	1,4
di cui Attività manifatturiere	-2,3	-1,1	-3,7	13,9	-0,9
Costruzioni	9,4	-4,3	8,2	2,6	4,3
Commercio; riparazione auto	-0,5	-5,5	-1,6	-7,1	-2,5
Trasporto e magazzinaggio	-8,2	0,0	27,6	15,4	0,6
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	1,5	8,2	2,2	1,5	3,2
Servizi di informazione e comunicazione	3,4	0,0	-14,3	-18,2	-1,4
Attività finanziarie e assicurative	10,8	-6,3	3,7	0,0	5,2
Attività immobiliari	0,9	-3,7	6,8	6,5	1,5
Attività professionali, scientifiche e tecniche	7,5	37,9	-12,0	11,1	10,3
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese	-0,5	-5,2	-20,3	-7,7	-5,9
Istruzione	-3,7	42,9	60,0	-14,3	8,7
Sanità e assistenza sociale	19,4	20,0	0,0	0,0	15,4
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento etc.	1,7	9,1	-41,2	0,0	-2,5
Altre attività di servizi	-4,0	-3,8	-7,1	7,8	-3,6
Totale	0,5	-2,0	-0,9	-1,3	-0,6
<i>Fonte : Elaborazione Centro Studi CCIAA Livorno su dati Infocamere</i>					

Risulta diminuita la percentuale di imprese operanti nell'ambito dell'Agricoltura. Si tratta di un fenomeno diffuso in tutti i SEL che, tuttavia, risulta più rilevante in Val di Cecina.

Per l'Industria il periodo in esame coincide con una fase di espansione estesa a tutti i livelli territoriali con l'unica eccezione di Livorno/Collesalveti. Particolarmente significativo è l'incremento calcolato per l'Arcipelago a cui contribuisce in maniera determinante l'espansione delle attività manifatturiere. Da notare come invece la variazione positiva di Val di Cornia e Val di Cecina sia indotta dall'aumento delle imprese femminili in ambito Estrattivo e/o delle Utilities mentre il dato sulle attività manifatturiere indica una contrazione della compagine femminile.

La contrazione delle imprese nell'edilizia interessa solo la Val di Cecina, mentre per il Commercio si allarga a tutti i SEL, ed in misura considerevole per Val di Cecina ed Arcipelago.

Cresce in modo significativo il numero di imprese dei Trasporti nei comuni della Val di Cornia, lo stesso dicasi per l' Arcipelago dove, tuttavia, l'aumento effettivo in termini assoluti è pari ad appena 2 unità.

Altro settore dove le imprese risultano crescere in modo diffuso è quello dei Servizi di alloggio e ristorazione. In proposito si segnala l'eccellente performance della Val di Cecina.

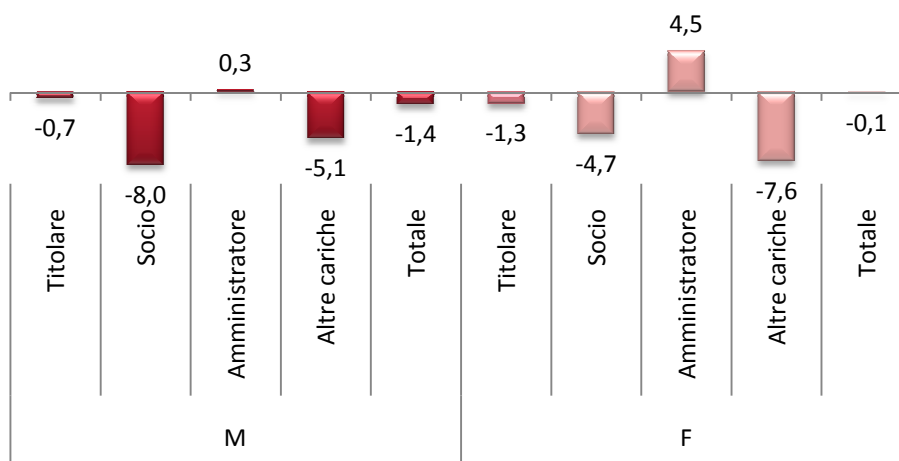
I Servizi di informazione e comunicazione non sono particolarmente incisivi all'interno dell'imprenditoria femminile. Per di più Val di Cornia ed Arcipelago registrano anche una diminuzione importante delle imprese all'interno del settore, diminuzione che porta ad una variazione negativa del dato complessivo provinciale.

Per le Attività finanziarie ed assicurative e per quelle immobiliari si calcola, invece, un aumento delle imprese ovunque fuorché in Val di Cecina.

Le restanti categorie di attività dei Servizi presentano un andamento spesso fortemente diversificato a seconda del SEL in esame.

Circa le *cariche ricoperte* all'interno delle imprese nel 2011 l'incidenza di soci (persone o capitali) risultava decisamente più alta all'interno dell'imprenditoria femminile (18,26%). Al contrario la percentuale di "amministratori" tra le cariche maschili si presenta superiore a quella calcolata per le donne. Particolarmente interessante è l'evoluzione delle cariche detenute dagli imprenditori livornesi, distinti per genere, dal 2007 ad oggi. Rispetto a tale anno, infatti, è aumentata la percentuale delle donne amministratrici (da 35,3% a 36,9%, +1,6%), in misura superiore rispetto a quanto avviene per gli uomini (da 40,6% a 41,3%, +0,7%). Al contempo, la contrazione numerica dei titolari d'impresa è più forte all'interno dell'imprenditoria femminile. Sembrerebbe in atto un sorta di processo di sostituzione che vede le donne succedere agli uomini ai vertici dell'amministrazione aziendale, abbandonando una posizione di titolarità d'impresa per inserirsi in forme organizzative più complesse. Ciò sarebbe avvalorato dalle variazioni percentuali intercorse, nelle consistenze numeriche delle singole classi di cariche, tra il 2007 ed il 2011. Tra le imprenditrici femminili si rintracciano tutte variazioni negative fatta eccezione per le Amministratrici che crescono del 4,5% contro l'irrisorio 0,3% degli amministratori maschi. Per di più, le titolari d'impresa subiscono una contrazione dell'1,3%, superiore a quanto calcolato per i maschi (-0,7%).

Graf. 14 - Var. % delle persone con carica per classe di carica e sesso tra il 2007 ed il 2011



L'imprenditoria femminile si va senza dubbio evolvendo, dimostrando una buona capacità di adeguamento al cambiamento strutturale richiesto dalla recente crisi alle nostre aziende. L'attuale fase recessiva, come da più parti sostenuto, non è solo una crisi economica congiunturale dovuta al crac del sistema finanziario globale, bensì una crisi strutturale che incombe su un sistema imprenditoriale obsoleto nelle modalità gestionali ed organizzative.

4. L'INDAGINE QUALITATIVA

Questo capitolo è dedicato all'indagine qualitativa, fortemente voluta dal Comitato per l'Imprenditoria Femminile della CCIAA di Livorno, allo scopo di portare alla luce le caratteristiche di natura più squisitamente qualitativa delle imprenditrici e delle loro imprese.

In primo luogo verrà brevemente inquadrato il campione⁹ di imprese che hanno partecipato all'indagine rispondendo alle domande del questionario somministrato telefonicamente.

Nel paragrafo successivo vengono poste in evidenza le caratteristiche distintive dell'imprenditrice così come emerse dalle dichiarazioni delle stesse intervistate, dopodiché viene affrontato l'argomento dei fattori di successo e di insuccesso delle imprese, sia derivanti dall'ambiente esterno che dalle caratteristiche stesse dell'azienda, nonché dalla connotazione di genere dell'impresa. L'analisi parte dall'esame delle risposte alle singole domande, proposte ad hoc nel questionario, per poi incrociare più variabili tra loro in modo da far emergere alcuni importanti spunti di riflessione. In questo paragrafo viene anche analizzato il rapporto tra le imprese ed i servizi di supporto ad esse sia istituzionali che non.

E' stato poi dedicato un paragrafo all'analisi della situazione economica delle imprese, valutata attraverso l'andamento del fatturato, degli addetti, degli investimenti e del rapporto con il credito. In questo contesto si affronta anche il tema delle strategie di reazione alla crisi.

L'ultima parte di questo capitolo analizza il livello di conoscenza del Comitato per l'Imprenditoria Femminile della CCIAA di Livorno e delle sue attività.

4.1 Il campione

Il prodotto finale dell'attività di rilevazione è costituito da 133 interviste concluse che risultano suddivise per SEL, settore di attività e forma giuridica come indicato dai grafici 1, 2 e 3¹⁰.

In particolare, il campione finale risulta costituito per la maggior parte (41,4%) da imprese con sede nel SEL Livorno Collesalveti. Le altre si distribuiscono in ugual misura tra Val di Cornia e Val di Cecina (24,1%) ed infine per il 10,5% nell'Arcipelago.

Come avviene nell'ambito del tessuto imprenditoriale femminile locale, anche nel campione in esame, la maggior parte delle imprese opera nell'ambito dei Servizi (compresi quelli al Turismo), a seguire risultano attive nel Commercio nella misura del 29,3%, nell'Industria per il 18,8% e nell'Agricoltura per il 18%.

Nella costruzione del campione e nell'elaborazione dei risultati si è tenuto conto anche della componente artigiana (trasversale ai settori) facendo in modo che potesse essere opportunamente rappresentata. In proposito, le imprese femminili artigiane che hanno risposto al sondaggio sono state 40, distribuite sul territorio come indicato nel grafico 4.

Si precisa che la codifica settoriale utilizzata è l'Ateco 2007, avvalendoci della quale i settori sono stati raggruppati in 4 macrocategorie: Agricoltura, Industria, Commercio e Turismo/Servizi. Il macrosettore Industria comprende: Utilities, Manifatturiero e Costruzioni. Il macrosettore Turismo/Servizi include sia la categoria Alberghi e ristoranti che tutti i Servizi alle imprese ed alle persone. Quanto all'Artigianato si ricorda che è una categoria trasversale ai settori suddetti in quanto l'appartenenza ad esso dipende da come viene svolto l'esercizio d'impresa e dalla dimensione della stessa. L'art. 2 della Legge 443/85 definisce l'imprenditore artigiano come colui che esercita personalmente, professionalmente ed in qualità di titolare l'impresa artigiana, svolgendo, peraltro in misura prevalente, il proprio lavoro nel processo produttivo. Ciò posto, l'artigiano potrà svolgere la sua attività all'interno di qualsiasi settore tra quelli indicati dal codice

⁹ Si tratta delle sole imprese che hanno effettivamente risposto al questionario, e pertanto di una parte del campione del campione predisposto inizialmente, così come meglio descritto nella Nota metodologica.

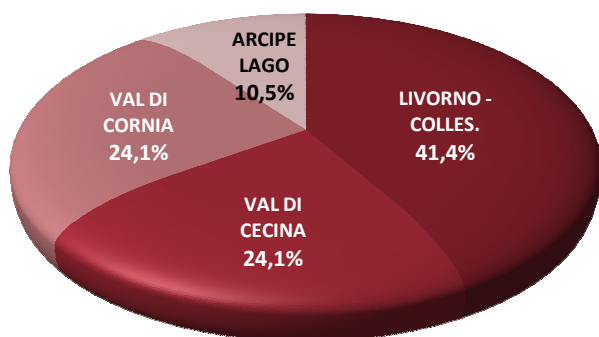
¹⁰ La fonte dei dati citati o inseriti in tabelle o grafici nell'analisi in oggetto è da intendersi sempre come elaborazione del Centro Studi CCIAA Livorno su dati forniti direttamente dalle imprese partecipanti al sondaggio.

Ateco, purch  siano rispettati i citati requisiti di legge circa l'impiego personale e manuale del titolare nel processo produttivo.

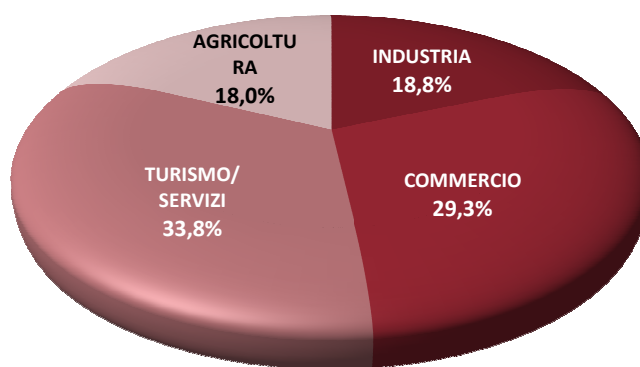
Per quanto riguarda le forme giuridiche d'impresa dall'attivit  di rilevazione   scaturito un campione costituito per il 78,2% da imprese individuali, per il 13,53% da societ  di persone, per il 7,5% da societ  per azioni e per il restante 1% circa da imprese con forma giuridica diversa.

Il grado di dettaglio e di approfondimento (scomposizione per settori, SEL, forma giuridica etc.) proposto per ciascuna domanda dipende dalla significativit  dello stesso, legato ai risultati ed alla tipologia di domanda. Questo per evitare un eccessivo e ridondante susseguirsi di numeri e tabelle, soprattutto nei casi in cui il contesto di indagine ed i risultati non lo rendono rilevante.

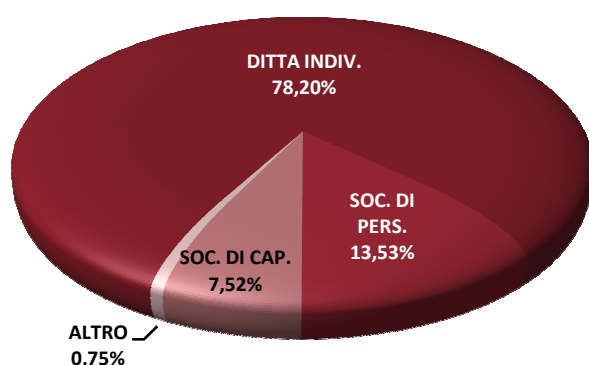
Graf. 15 - Composizione per *SEL* del campione uscito dalle interviste



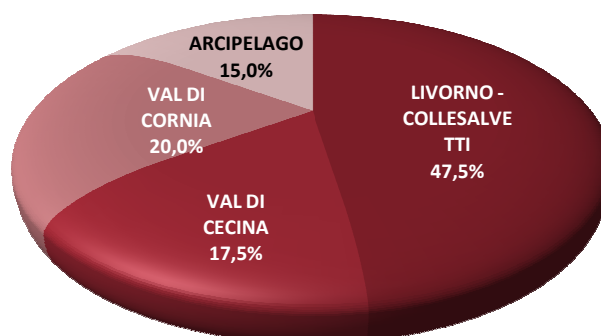
Graf. 16 - Composizione per *settori* del campione uscito dalle interviste



Graf. 17 - Composizione per *forma giuridica* del campione uscito dalle interviste

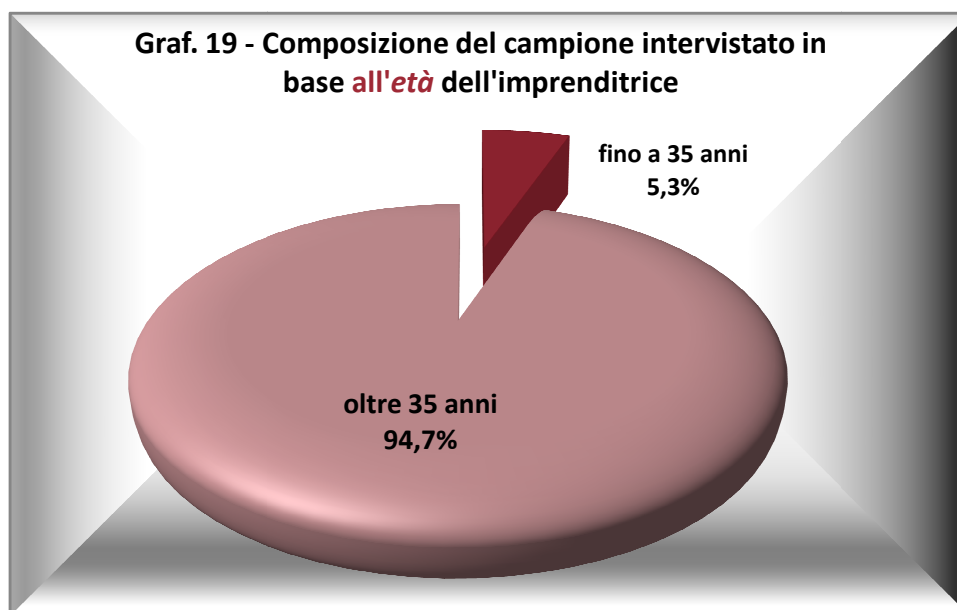


Graf. 18 - Composizione per SEL delle imprese artigiane intervistate



4.2 Caratteristiche distintive dell'imprenditrice

Quasi il 95% delle imprenditrici intervistate ha più di 35 anni, con punte del 98,2% tra Livorno e Collesalveti, se parliamo di SEL, e del 96,9% nel Commercio, se scomponiamo il risultato per settori. La componente più "giovane" dell'imprenditoria provinciale sembra invece trovarsi tra Piombino e dintorni con operatività tra l'industria e l'agricoltura. In generale, la componente artigiana presenta una quota di under 35 (7,5%) superiore alla media provinciale dell'imprenditoria femminile nel suo complesso (5,3%).



Nell'indagine condotta nel 2006¹¹ il dato sulle imprese guidate da giovani imprenditrici era decisamente migliore. Le donne under 35 intervistate furono infatti il 17,8%, ovvero più del triplo. Il dato sull'età concorda con i risultati in merito al *titolo di studio* dai quale si evince che il 46,6% delle imprenditrici detiene un diploma di scuola media superiore (38,8% nel 2006) mentre il 45,8% ha solo la licenza media o elementare (37,5% nell'indagine 2006). La percentuale delle qualifiche professionali e delle lauree è piuttosto bassa e risulta rispettivamente dell'1,1% e 4,6%. In entrambi i casi le percentuali erano decisamente più alte nel 2006, rispettivamente 16,45% e 7,24%. Da notare come, in generale, rispetto alla precedente indagine il campione delle intervistate è composto da un maggior numero di diplomate mentre la qualifica professionale appare decisamente molto meno presente. Sembra essersi fatta spazio l'abitudine ad uscire dal sistema dell'istruzione non appena terminato l'obbligo scolastico rinunciando ad acquisire almeno una qualifica professionale. Il livello di istruzione è quindi, in generale, non molto elevato nell'imprenditoria femminile e ciò concorda appunto con un'età media abbastanza elevata per il periodo lavorativo e, pertanto, facente riferimento a generazioni di donne dove la percentuale di coloro che proseguivano gli studi dopo la licenza elementare/media, ed ancor più dopo il diploma superiore, era piuttosto bassa. L'aspetto positivo è che l'innalzamento del livello di età può denotare una classe imprenditoriale caratterizzata da una maggior maturità e consapevolezza delle scelte portate avanti oltre che da un livello di esperienza professionale di tutto rispetto.

¹¹ La lettura dei confronti con il 2006 deve essere condotta tenendo presente che le differenze potrebbero essere indotte non già da un'evoluzione dell'imprenditoria femminile bensì semplicemente da una diversa composizione del campione.

Graf. 20 - Composizione per *titolo di studio* del campione di imprenditrici intervistate



Tab. 13 - *Titolo di studio* dell'imprenditrice

Composizione % per SEL al netto delle non risposte

	Licenza elementare/media	Diploma di scuola superiore	Qualifica professionale	Titolo universitario	Totale
Liv./Colle.	50,91	36,36	3,64	9,09	100,00
Val di Cecina	33,33	56,67	0,00	10,00	100,00
Val di Cornia	50,00	50,00	0,00	0,00	100,00
Arcipelago	42,86	57,14	0,00	0,00	100,00
Totale	45,80	46,56	1,53	6,11	100,00
Liv./Colle.	46,67	32,79	100,00	62,50	41,35
Val di Cecina	16,67	27,87	0,00	37,50	24,06
Val di Cornia	26,67	26,23	0,00	0,00	24,06
Arcipelago	10,00	13,11	0,00	0,00	10,53
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Composizione % per settore al netto delle non risposte

Industria	28,00	68,00	0,00	4,00	100,00
Commercio	40,54	54,05	0,00	5,41	100,00
Turismo/Servizi	62,22	28,89	4,44	4,44	100,00
Agricoltura	41,67	45,83	0,00	12,50	100,00
Totale	45,80	46,56	1,53	6,11	100,00
Artigianato	40,00	50,00	5,00	5,00	100,00
Industria	11,67	27,87	0,00	12,50	18,80
Commercio	25,00	32,79	0,00	25,00	29,32
Turismo/Servizi	46,67	21,31	100,00	25,00	33,83
Agricoltura	16,67	18,03	0,00	37,50	18,05
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Centro Studi CCAA Livorno

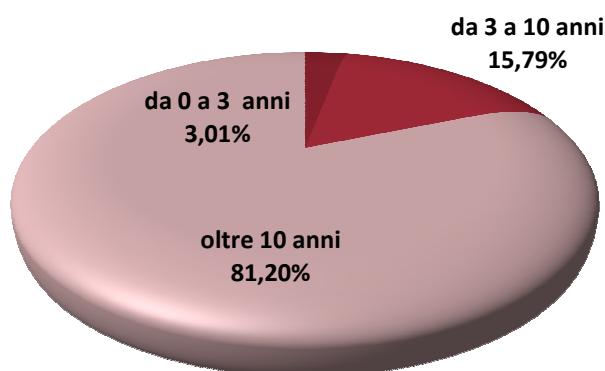
Scomponendo il dato relativo al titolo di studio per settore si ravvisa come la maggior parte delle imprenditrici in possesso della sola licenza elementare/media operi nell'ambito dei Servizi (46,7%, turismo compreso) e solo in seconda istanza nel Commercio (25%). Decisamente più limitata la loro presenza nell'Industria (11,7%) e nell'Agricoltura (16,7%). Le diplomate si concentrano invece nell'Industria e nel Commercio, mentre le laureate sono maggiormente presenti in Agricoltura, e solo in seconda istanza si trovano equamente ripartite tra Servizi e Commercio, resta scarsa la loro

presenza nell'Industria. L'importante incidenza delle lauree in Agricoltura non è un tendenza di genere o locale, bensì un fenomeno diffuso a livello di tessuto imprenditoriale complessivo e nazionale¹².

L'ultima annotazione riguarda l'Artigianato dove diplomi di scuola media superiore e qualifiche professionali sono più diffusi.

Sempre in linea con la composizione per età del campione di imprenditrici intervistate risulta essere anche l'anno di costituzione delle loro imprese. L'81,2% delle intervistate, infatti, ha dichiarato di aver avviato l'attività da oltre 10 anni, il 15,8% ha una storia imprenditoriale di durata tra i 3 ed i 10 anni, mentre solo il 3% delle imprese è stato costituito negli ultimi 3 anni (8% nell'indagine 2006). In definitiva si può dire che il campione in esame sia costituito da una classe imprenditoriale matura e di grande esperienza.

Graf. 21 - Composizione del campione per *anno di costituzione dell'attività*



Tab. 14 - *L'anno di costituzione dell'attività*

Composizione percentuale per <i>SEL</i> e <i>settore</i>				
	da 0 a 3 anni	da 3 a 10 anni	oltre 10 anni	TOT
Liv./Colle.	25,0	57,1	38,9	41,4
Val di Cecina	0,0	23,8	25,0	24,1
Val di Cornia	50,0	14,3	25,0	24,1
Arcipelago	25,0	4,8	11,1	10,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Industria	50,0	19,0	17,6	18,8
Commercio	0,0	38,1	28,7	29,3
Turismo/Servizi	0,0	33,3	35,2	33,8
Agricoltura	50,0	9,5	18,5	18,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Artigianato	5,0	17,5	77,5	100,0

Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno

La distribuzione per SEL lascia pensare che ultimamente in Val di Cecina si sia un po' ridotta la propensione delle donne a fare impresa, mentre negli anni precedenti l'area aveva dato un importante contributo allo sviluppo dell'imprenditoria femminile.

¹² La fonte è un'indagine presentata recentemente a Cernobbio in occasione dell'annuale Forum sull'Agricoltura.

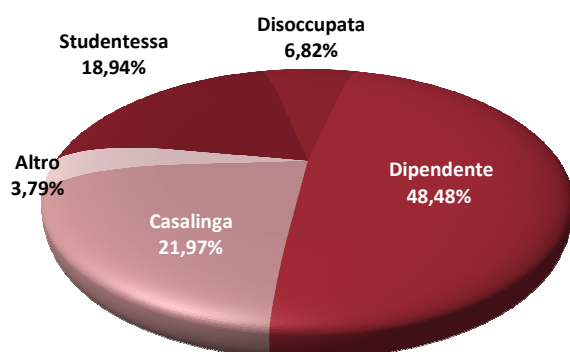
Le imprese più recentemente costituite si trovano nell'Industria e nell'Agricoltura, mentre le più "anziane" risultano fortemente concentrate nei Servizi e nel Commercio.

Da notare che nell'Artigianato le imprese ultradecennali sono percentualmente meno (77,5%) rispetto alla media provinciale (81,2%). Per contro, la percentuale di quelle costituite negli ultimi tre anni è più alta (5% contro il 3% della media complessiva). Insomma, le giovani imprenditrici sembrano preferire l'Artigianato, soprattutto manifatturiero più che di servizi. Inoltre, l'Agricoltura sembra un settore sempre più attrattivo per i nuovi ingressi.

Troppo spesso, soprattutto di fronte all'attuale crisi economica e dell'occupazione dipendente, si è portati a pensare che l'autoimprenditorialità non sia una scelta di vita, quanto piuttosto una via d'uscita da uno stato di disoccupazione o sotto occupazione. Ma, sembra non essere così per le donne, in quanto solo una minima parte di loro era disoccupata prima di diventare imprenditrice, e nella maggior parte dei casi ha fatto questa scelta per motivi indipendenti dalla mancanza di una possibilità di impiego.

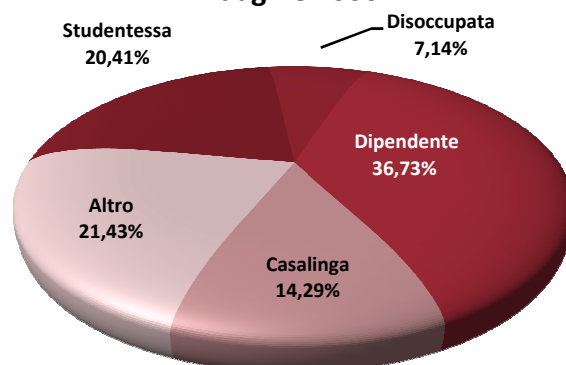
Graf. 22 - Che cosa faceva *prima di diventare imprenditrice*?

Indagine 2012



Graf. 23 - Che cosa faceva *prima di diventare imprenditrice*?

Indagine 2006



Nel 48,5% dei casi l'imprenditrice intervistata, prima di avviare l'impresa, era una lavoratrice dipendente che, per lo più (47% delle risposte) ha fatto questa scelta per veder realizzate le proprie idee ed attitudini personali, oppure per garantirsi una maggior autonomia decisionale ed economica. Insomma, imprenditrici si ma per scelta di vita e non come ultima spiaggia. L'affermazione sembra confermata dal fatto che (a parte il già citato 48,5% delle ex dipendenti) solo il 6,8% delle new entry nell'imprenditoria era precedentemente disoccupata, mentre il 18,9% è passata dalla scuola all'impresa, il 22% circa si occupava dei lavori domestici e della famiglia in modo esclusivo, ed il 5,8% ha segnalato di essere in condizione diversa da quelle precedentemente descritte.

Rispetto all'indagine del 2006¹³ la percentuale di imprenditrici provenienti da uno stato di lavoratrice dipendente è ancora maggiore, lo stesso dicasi per le casalinghe. Resta invece simile la quota di imprenditrici che da uno stato di disoccupazione al rischio d'impresa.

Tra le varie tipologie di provenienza l'unica alla quale possa essere attribuita una caratterizzazione di genere è quella delle ex casalinghe. Il fatto che tale categoria risulti più consistente rispetto all'indagine 2006 concorda con la progressiva crescita intervenuta sul fronte del tasso di attività¹⁴ femminile, ovvero la percentuale di donne in età da lavoro che risultano attive sul mercato del lavoro stesso. Tale percentuale, a Livorno, nel 2006 era pari al 53,7% mentre nel 2011 è salita a

¹³ La lettura dei confronti con il 2006 deve essere condotta tenendo presente che le differenze potrebbero essere indotte non già da un'evoluzione dell'imprenditoria femminile bensì semplicemente da una diversa composizione del campione.

¹⁴ Tasso di attività = percentuale di donne in età da lavoro che risultano occupate o cercano attivamente un lavoro.

quota 57,1%. Questa evoluzione è dovuta spesso proprio alla scelta di molte donne di abbandonare, per scelta o necessità, lo stato di casalinga per entrare nel mercato del lavoro. Alcune di queste avranno trovato un'occupazione dipendente altre hanno aperto un'attività.

Scomponendo il dato per SEL e settori emergono alcune particolarità. Anzitutto, in tutti i SEL ed in tutti i settori prevale una derivazione dell'imprenditrice dallo stato di dipendente, che risulta più forte a Livorno Collesalvetti e nell'Arcipelago, così come nell'Industria e nei Servizi.

All'interno delle singole categorie di derivazione le neo imprenditrici ex studentesse sembrano concentrarsi a Livorno/Collesalvetti e nel Commercio, mentre lo stato di disoccupazione sembra essere stata una motivazione più forte per le donne della Val di Cecina e per coloro che avvertivano una più spiccata predisposizione per le attività di servizio o agricole. Le ex dipendenti e le ex imprenditrici tendono a concentrarsi nell'area del capoluogo di provincia, mentre le ex casalinghe sono diffusamente presenti a Piombino e dintorni. Dal punto di vista settoriale le più insoddisfatte del lavoro dipendente o di casalinga hanno finito per orientarsi più che altro al settore Turismo e Servizi, mentre le "già imprenditrici" si sono riproposte in veste prevalentemente commerciale.

Tab. 15 - Che cosa faceva <i>prima di diventare imprenditrice</i> ?						
<i>Composizione % per SEL al netto delle non risposte</i>						
	Studentessa	Disoccupata	Dipendente	Casalinga	Altro	Tot.
Liv./Colle.	22,22	1,85	53,70	14,81	7,41	100,00
Val di Cecina	18,75	18,75	34,38	25,00	3,13	100,00
Val di Cornia	15,63	3,13	46,88	34,38	0,00	100,00
Arcipelago	14,29	7,14	64,29	14,29	0,00	100,00
Totale	18,94	6,82	48,48	21,97	3,79	100,00
Liv./Colle.	48,00	11,11	45,31	27,59	80,00	40,91
Val di Cecina	24,00	66,67	17,19	27,59	20,00	24,24
Val di Cornia	20,00	11,11	23,44	37,93	0,00	24,24
Arcipelago	8,00	11,11	14,06	6,90	0,00	10,61
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<i>Composizione % per settore al netto delle non risposte</i>						
Industria	20,00	8,00	64,00	8,00	0,00	100,00
Commercio	28,21	2,56	38,46	23,08	7,69	100,00
Turismo/Servizi	9,09	6,82	54,55	25,00	4,55	100,00
Agricoltura	20,83	12,50	37,50	29,17	0,00	100,00
Totale	18,94	6,82	48,48	21,97	3,79	100,00
Artigianato	17,50	5,00	65,00	10,00	2,50	100,00
Industria	20,00	22,22	25,00	6,90	0,00	18,94
Commercio	44,00	11,11	23,44	31,03	60,00	29,55
Turismo/Servizi	16,00	33,33	37,50	37,93	40,00	33,33
Agricoltura	20,00	33,33	14,06	24,14	0,00	18,18
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<i>Fonte: Centro Studi CCAA Livorno</i>						

La categoria Altro relativa all'attività svolta precedentemente riguarda anche le ex già imprenditrici, che tuttavia nel campione in esame non sono moltissime (9,8%) e si concentrano soprattutto nel SEL del capoluogo, dove attualmente svolgono un'attività prevalentemente legata ai Servizi ed al Commercio. Perché la precedente attività imprenditoriale si sia conclusa non è del tutto chiaro, in

quanto la maggior parte (oltre il 61%) delle 13 già ex imprenditrici non ha indicato una motivazione ben precisa per la conclusione dell'esperienza precedente, l'insoddisfazione personale rimane la prevalente tra le poche risposte indicative.

Assai interessati sono i risultati conseguenti alla domanda "Cosa l'ha spinto ad avviare la sua attuale attività?". Ebbene, nel 39,2% dei casi l'intervistata ha visto nell'attività imprenditoriale la possibilità di realizzare le proprie idee ed attitudini personali, mentre il 23,8% ha pensato all'impresa come ad una maggior possibilità di guadagno e di indipendenza economica. Tra le altre motivazioni proposte l'opzione "Ero disoccupata" è stata scelta dal 10,8% delle intervistate, l'opzione "Migliore gestione dei ritmi/carichi familiari e del tempo libero" dal 3,8%, Maggiore autonomia decisionale dal 9,2%, mentre il restante 13,1% dichiara di essere stata spinta da motivazioni diverse da quelle indicate. Si noti come nella maggior parte dei casi la motivazione a fare impresa non ha una connotazione di genere fatta eccezione per il 3,8% di imprenditrici che sono diventate tali nel tentativo di meglio coniugare lavoro e carichi familiari.

Tab. 16 - Cosa l'ha spinto ad avviare la sua attuale attività?

*Composizione % per **SEL** sul totale al netto delle non risposte*

	Ero disoccupata	Maggiore autonomia decisionale	Realizzazione delle proprie idee e delle attitudini personali	Migliore gestione dei ritmi/carichi familiari e del tempo libero	Maggiori possibilità di guadagno e/o l'indipendenza economica	Altro	Totale
Liv./Colle.	14,55	5,45	36,36	3,64	27,27	12,73	100,00
Val di Cecina	10,34	13,79	37,93	6,90	20,69	10,34	100,00
Val di Cornia	9,38	9,38	40,63	0,00	21,88	18,75	100,00
Arcipelago	0,00	14,29	50,00	7,14	21,43	7,14	100,00
Totale	10,77	9,23	39,23	3,85	23,85	13,08	100,00
Liv./Colle.	57,14	25,00	39,22	40,00	48,39	41,18	42,31
Val di Cecina	21,43	33,33	21,57	40,00	19,35	17,65	22,31
Val di Cornia	21,43	25,00	25,49	0,00	22,58	35,29	24,62
Arcipelago	0,00	16,67	13,73	20,00	9,68	5,88	10,77
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<i>Composizione % per settore sul totale al netto delle non risposte</i>							
Industria	12,00	4,00	40,00	8,00	24,00	12,00	100,00
Commercio	10,53	10,53	34,21	2,63	28,95	13,16	100,00
Turismo/Servizi	11,36	9,09	38,64	2,27	27,27	11,36	100,00
Agricoltura	8,70	13,04	47,83	4,35	8,70	17,39	100,00
Totale	10,77	9,23	39,23	3,85	23,85	13,08	100,00
Artigianato	12,50	10,00	37,50	5,00	25,00	10,00	100,00
Industria	21,43	8,33	19,61	40,00	19,35	17,65	19,23
Commercio	28,57	33,33	25,49	20,00	35,48	29,41	29,23
Turismo/Servizi	35,71	33,33	33,33	20,00	38,71	29,41	33,85
Agricoltura	14,29	25,00	21,57	20,00	6,45	23,53	17,69
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno

Posto che, in tutti i SEL, la maggior parte delle donne è stata indotta a fare impresa dal desiderio di veder realizzati i loro progetti di vita e le proprie attitudini personali, questa motivazione risulta più forte all'interno della Val di Cornia e dell'Arcipelago (percentuale sul totale interviste del SEL).

All'interno delle singole categorie di risposta l'unica particolarità nella scomposizione per SEL sta nella forte concentrazione delle imprenditrici motivate dalla ricerca di una maggior autonomia decisionale all'interno della Val di Cecina.

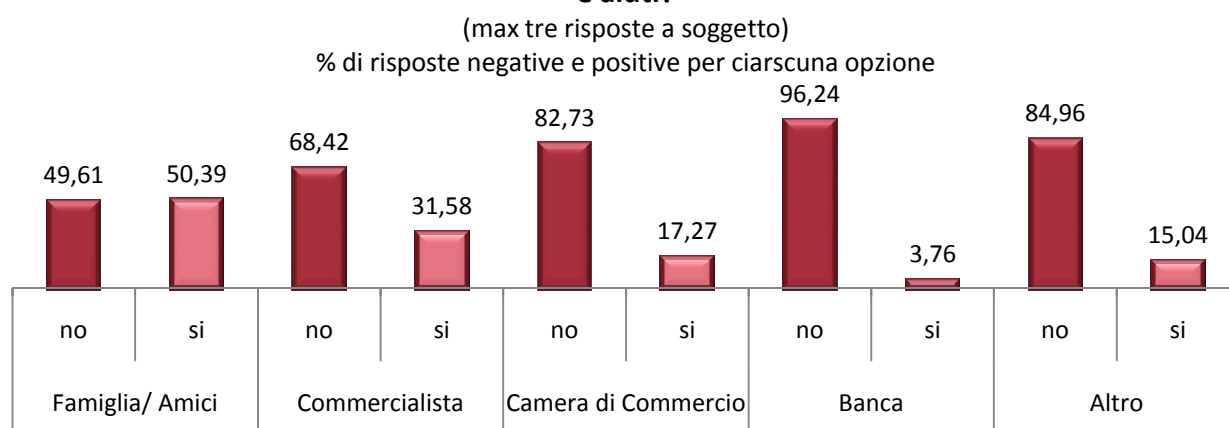
L'analisi settoriale mostra come quasi tutte le motivazioni abbiano portato le donne ad orientarsi soprattutto verso Turismo/Servizi (a seguire il Commercio), fatta eccezione per coloro che avevano l'esigenza di migliorare la gestione dei ritmi/carichi familiari e del tempo libero, le quali sono divenute imprenditrici industriali.

La scelta più consona a chi aspira a migliori condizioni economiche sembra essere suggerita dalla triade Turismo/Servizi/Commercio, Agli altri settori sembra essere attribuita una minor valenza in termini di possibilità di guadagno. Tant'è che chi sceglie di intraprendere un'attività agricola o industriale lo fa motivata da aspirazioni personali legate all'autonomia decisionale, attitudini personali o altro. In altre parole, sembra trattarsi di settori non adatti a chi aspira all'indipendenza economica o ad un maggior guadagno.

Sempre nella sezione dedicata alle caratteristiche distintive dell'imprenditrice ed al suo comportamento in fase di istruttoria dell'attività, il questionario presenta due quesiti per indagare a chi si è rivolta l'imprenditrice per avere consigli in fase di avvio dell'impresa e per capire, in base all'esperienza fatta, quali servizi ritiene più utili in quella fase.

Essendo il consiglio un qualcosa che si chiede generalmente alle persone più vicine e di cui ci si fida, è abbastanza logico che la risposta più selezionata, relativamente al primo dei due quesiti in esame, sia stata quella che vede appunto coinvolti parenti e amici nella fase di sostegno, consiglio ed aiuto prima di avviare un'attività. Il commercialista costituisce, comunque, un punto di riferimento importante, che tuttavia è scelto da un numero di imprenditrici inferiore. Decisamente meno coinvolte nella fase di start up Camera di Commercio e Banche, mentre la categoria Altro si potrebbe riferire, ad esempio, alle Associazioni di categoria, Istituzioni pubbliche etc..Spacchettando le risposte per SEL e per settore non emerge alcuna correlazione particolare tra la risposta data ed un particolare settore o area territoriale.

Graf. 24 - Quando ha cominciato l'attività, a chi si è rivolta per avere consigli e aiuti?



Per quanto riguarda i servizi ritenuti più utili nella fase di avvio dell'attività venivano offerte 6 opzioni di risposta. La più gettonata è stata la Consulenza fiscale e legale e subito dopo la Formazione personale e dei dipendenti. A seguire, troviamo l'Orientamento al mercato di riferimento e l'Accesso al credito ed alle agevolazioni previste. Pochissime imprenditrici hanno ritenuto utile un servizio di sostegno per la predisposizione del piano d'impresa (business plan).

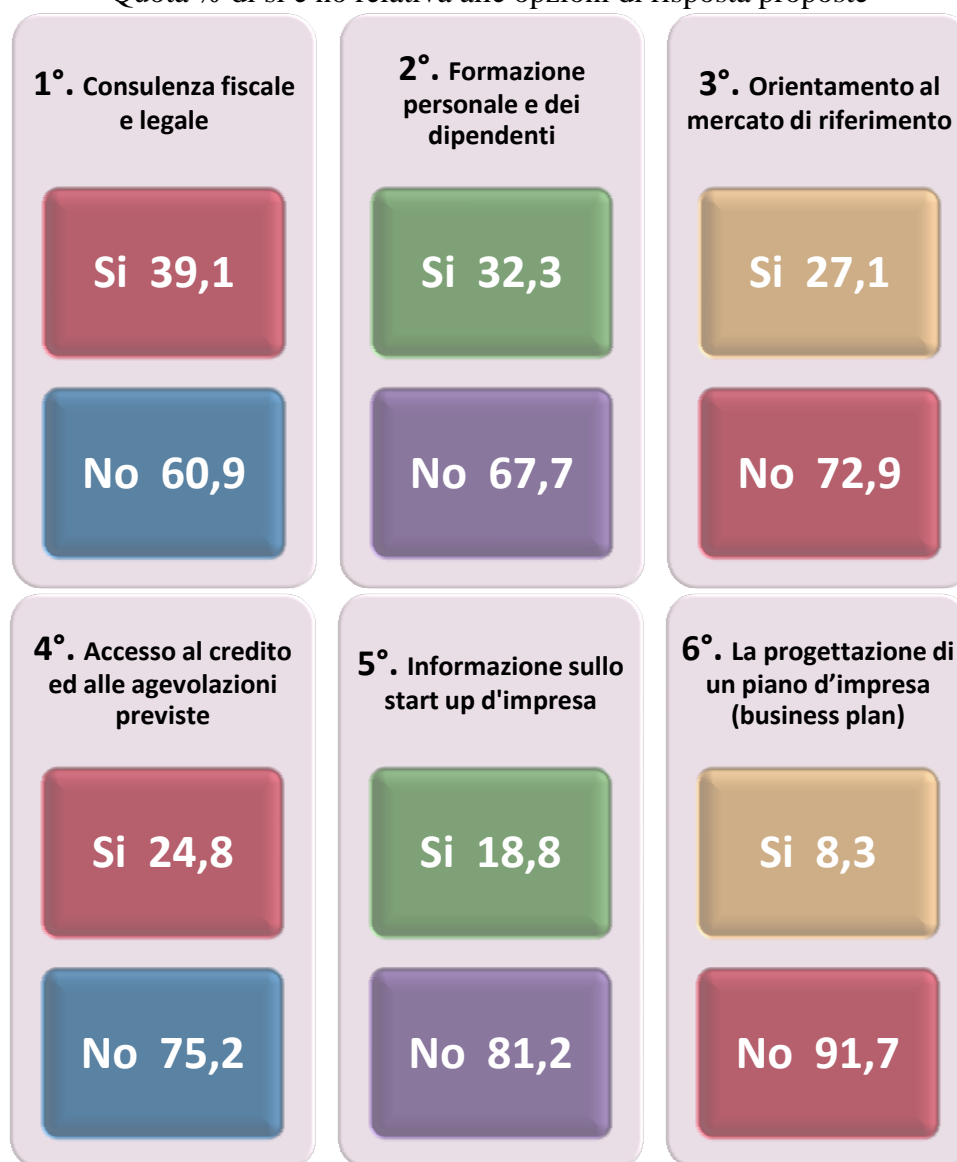
Per completezza, circa il 9% delle imprenditrici intervistate ha indicato l'opzione Altro.

Quello che emerge è, anzitutto la necessità di districarsi negli obblighi fiscali e legali in continuo mutamento, nonché la tendenza a ritenere il canale d'istruzione ufficiale (la scuola) non sufficientemente efficace ed efficiente nella formazione delle figure professionali che, quindi, necessitano di un'ulteriore formazione a carico dell'azienda.

Spesso si tende a sottovalutare l'importanza di conoscere a fondo il mercato di riferimento quando si avvia un'impresa, pensando che le indagini statistiche siano più utili ai giornali per far notizia che a chi svolge un'attività. Ecco che, invece, le nostre imprenditrici scoprono e dichiarano l'importanza di conoscere il mercato in cui intendono inserirsi (numero dei competitors, prezzi medi applicati, andamento generale del settore etc.) per poter meglio elaborare le più idonee strategie imprenditoriali. Da qui alla predisposizione di un business plan il salto è facile, ecco che allora una volta espletato il 3° e 4° punto al 6° si arriva senza bisogno di andare a cercare servizi aggiuntivi. La risposta 5° classificata sembra racchiudere tutte le altre, per questo forse le intervistate hanno preferito essere più esplicite nel definire le priorità di una neo imprenditrice.

Fig. 2 - Quali servizi ritiene più importanti in fase di avvio dell'attività? (max 3 risposte)

Quota % di sì e no relativa alle opzioni di risposta proposte



In sintesi, il profilo-tipo dell'imprenditrice livornese è una donna di oltre i 35 anni che svolge la propria attività da più di 10 anni, più probabilmente nei Servizi o nel Commercio, ma sempre più spesso nell'Agricoltura (soprattutto le laureate). Il suo titolo di studio non è elevato ma, in molti casi è diplomata e con una lunga esperienza professionale alle spalle. Decide di fare impresa come scelta di vita, per realizzare le proprie idee e mettere alla prova le proprie attitudini. Confida nell'azione di impresa per raggiungere una maggior autonomia economica ed un maggior guadagno, desiderio spesso sviluppato durante le precedenti esperienze lavorative passate alle dipendenze di altri imprenditori/imprenditrici.

4.3 Fattori di successo ed insuccesso delle imprese femminili

Nella sezione del questionario dedicata all'analisi dei fattori di successo ed insuccesso delle imprese è stato chiesto alle imprenditrici se hanno avviato l'attività per conto proprio o con l'aiuto di soci, oppure se si è trattato del proseguimento di un'attività ereditata da un familiare fondatore.

Dalle risposte è emerso che il 72,4% delle intervistate ha avviato l'attività ex novo, in proprio o in società ed il restante 27,6% ha ereditato l'azienda di famiglia.

La distribuzione per SEL delle risposte non porta spunti particolarmente interessanti con riferimento agli avvisi dell'attività in proprio. Se invece guardiamo a chi ha ereditato l'attività di famiglia scopriamo che oltre il 41% delle imprese ereditate si trova in Val di Cornia ed il 26,5% in Val di Cecina, mentre nell'Area Livornese e nell'Arcipelago la quota percentuale è più bassa e corrisponde rispettivamente al 20,6% ed all'11,8%. La scelta di continuare l'impresa di famiglia sembra essere più forte nelle attività commerciali ed in quelle agricole.

Per completezza di informazione si sottolinea che nell'Artigianato si segue la tradizione di famiglia solo nel 10,5% dei casi. Del resto l'attività artigiana è spesso legata ad un'abilità/attitudine manuale della singola persona, caratteristica che può non essere ereditaria.

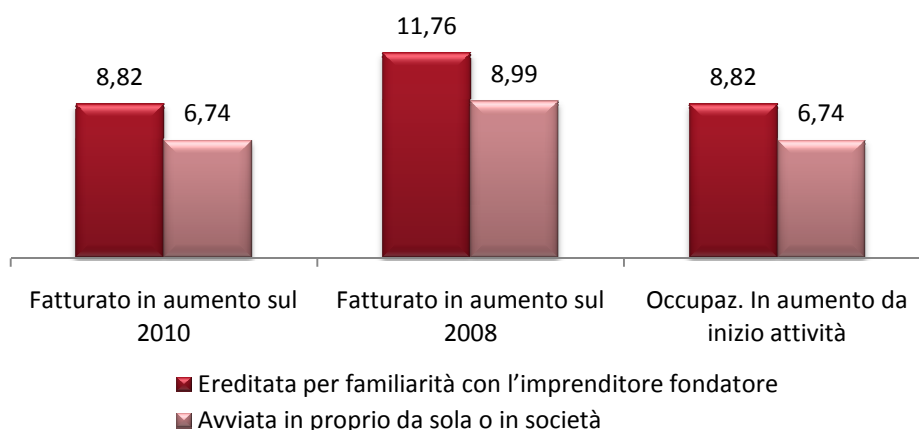
Tab. 17 - Tipologia di inizio attività		
SEL	Ereditata per familiarità con l'imprenditore fondatore	Avviata in proprio da sola o in società
Liv./Colle.	20,59	52,81
Val di Cecina	26,47	16,85
Val di Cornia	41,18	19,10
Arcipelago	11,76	11,24
Totale	100,00	100,00
Industria	14,71	17,98
Commercio	35,29	28,09
Turismo/Servizi	20,59	39,33
Agricoltura	29,41	14,61
Totale	100,00	100,00
Fonte: Centro Studi e Ricerche		

Abbiamo cercato di capire se al buon andamento dell'impresa (in termini di fatturato e addetti) possa essere associata una posizione di avviamento in proprio dell'attività oppure l'ereditarietà dell'azienda stessa. Incrociando dunque i dati su fatturato ed occupati con quelli relativi alla modalità di avvio dell'impresa risulta che, all'interno del gruppo di imprese ereditate, la percentuale di quelle il cui fatturato 2011 è risultato in aumento sia rispetto al 2010 che al 2009, è più alta di quella relativa alle imprese avviate ex novo che ad oggi, tuttavia, presentano un trend dei ricavi positivo. Lo stesso dicasi con riferimento all'andamento dell'occupazione rispetto alla data di inizio attività. Dunque l'attività di famiglia finisce con l'identificarsi con la famiglia stessa, e

l'attaccamento che ne deriva sembra costituire una marcia in più per il futuro dell'azienda. Ciò è ancor più significativo considerando che una buona percentuale di imprese "familiari" (maggiore di quelle avviate in proprio) ha raccolto buoni risultati durante questo periodo di recessione. Insomma, per metterla sul piano etico, i buoni valori della famiglia sono alla base anche di un'azienda solida, quanto meno se guidata da donne.

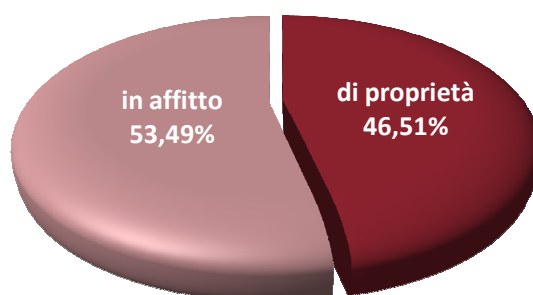
L'andamento economico delle imprese femminili facenti parte del campione sarà più ampiamente esaminato in un capitolo successivo appositamente dedicato. In questo contesto le variabili fatturato ed occupazione vengono utilizzate più che altro per meglio comprendere i fattori di successo e di insuccesso delle imprese.

Graf. 25 - Quota % imprese con trend positivo di *fatturato e addetti* per tipologia di avvio dell'attività



Un'altra domanda del questionario verteva sulla proprietà o meno della sede operativa dell'azienda. Il 53,5% delle imprese ha la sede operativa in affitto, il restante 46,5% ha acquisito la proprietà dell'azienda. Sembra esserci, dunque, una certa preferenza dell'imprenditoria femminile verso l'affitto dell'immobile/terreno dove si svolge l'attività, preferenza tuttavia non ripagata dai risultati acquisiti nel tempo che, in termini di fatturato, risultano più frequentemente migliori tra le proprietarie piuttosto che tra le affittuarie.

Graf. 26 - La *sede operativa* dell'azienda

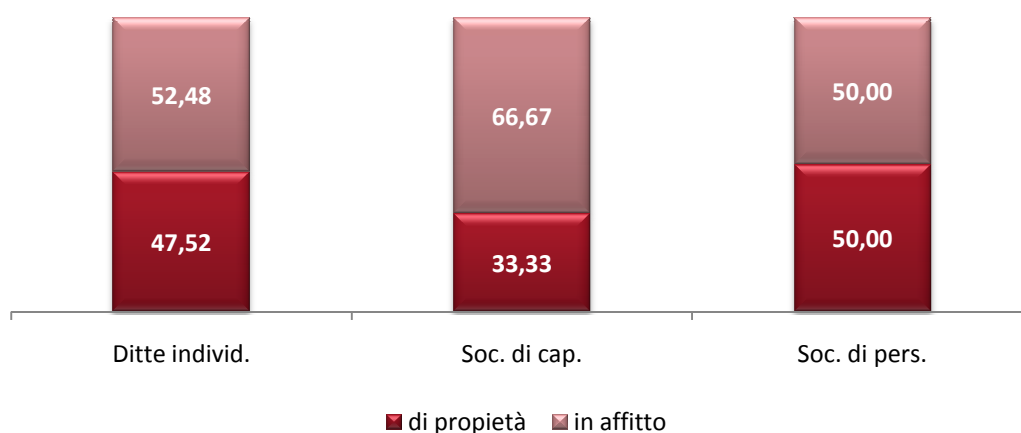


**Graf.27 - Quota % imprese con trend positivo di
fatturato e addetti per tipologia di rapporto con la sede
operativa dell'azienda**



Tra le imprenditrici con sede operativa di proprietà, la quota parte di coloro che hanno registrato un aumento del fatturato 2011 rispetto al 2010 ed al 2008 (in entrambi i casi il 10%) è superiore a quella calcolata per le imprenditrici con sede operativa in affitto (rispettivamente 4,55% e 8,70%). Diversa è la situazione sul piano dell'andamento occupazionale, nell'ambito del quale la situazione sembra invertirsi. Sembra quindi che la proprietà della sede operativa possa costituire un fattore di successo dell'azienda, considerando anche che, tra le sole aziende con fatturato 2011 in aumento rispetto al 2010, oltre il 60% è costituito da imprese con sede operativa di proprietà. Si rileva, infine, che la percentuale di imprese individuali e di società di persone proprietarie della sede operativa è decisamente più alta di quella relativa alle società di capitali¹⁵.

**Graf. 28 - Tipologia di rapporto con la *sede operativa per forma
giuridica***



Il raggio competitivo dell'impresa è di tipo locale nella maggior parte dei casi (72,55% totale imprese, 82,22% Artigianato), qualche volta regionale o nazionale, più raramente internazionale. Tra le imprese che hanno dichiarato un raggio d'azione regionale, nazionale o internazionale, la maggior parte hanno sede in Val di Cornia o nel SEL del capoluogo. L'aspetto più interessante da sottolineare è che le imprese aventi un raggio d'azione non solo locale tendono a concentrarsi soprattutto nell'Agricoltura.

Il tutto emerge chiaramente dalle tabelle 18 e 19 che mostrano anzitutto come l'incidenza percentuale del raggio d'azione nazionale ed internazionale sia più alta nel settore Agricoltura, dove il 35,29% delle imprese ha un raggio d'azione extra regionale.

¹⁵ Quanto alle altre forme giuridiche non vengono qui prese in considerazione perché il dato è da considerarsi statisticamente non rilevante.

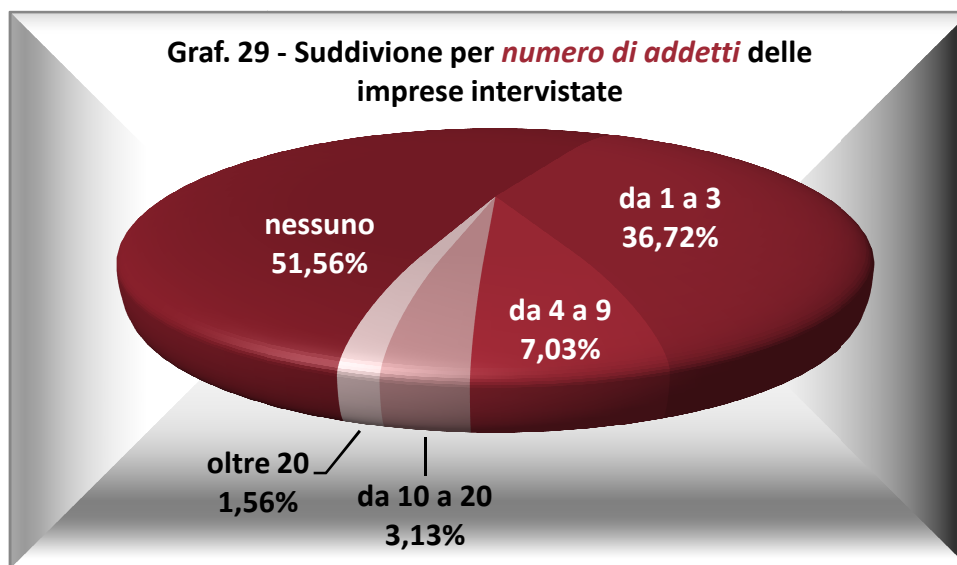
I settori più “chiusi” sono Commercio e Servizi. Le imprese femminili del Turismo sono qui legate ai servizi di accoglienza (alberghi e ristoranti, esclusi Agriturismi) e tendono ad avere un mercato di riferimento al massimo regionale. Questo non costituisce un “anomalia” del fare impresa turistica al femminile quanto forse una specializzazione dei servizi di accoglienza guidati dalle donne. D’altra parte, è bene ricordare che identificare nel settore Alberghi e Ristoranti il comparto turistico è semplicistico e per certi versi una forzatura. In un SEL come quello di Livorno/Collesalveti la clientela del settore è tipicamente locale per i ristoranti e legata al mondo degli affari per gli alberghi. Inoltre, si ricorda che a causa della concomitanza della rilevazione con la stagione turistica, molte imprenditrici del settore non hanno potuto rispondere al questionario a causa dell’intensa attività lavorativa. Questo ha significato una ridotta partecipazione delle imprese femminili del turismo all’indagine in oggetto, mancanza non di poco conto che si fa sentire in particolare in questo contesto, che porta ad un risultato anomalo circa il mercato di riferimento del settore che si sa, in generale, essere di carattere internazionale.

Rispetto alla precedente indagine qualitativa¹⁶, la percentuale di imprese aventi un raggio d’azione locale (provinciale ed extraprovinciale) è, in quest’occasione, più numerosa. Lo stesso dicasi per le imprese femminili aventi un mercato di riferimento regionale, mentre, al contrario, la percentuale di coloro che svolgono un’attività di rilievo nazionale o internazionale è inferiore rispetto all’indagine 2006.

Tab. 18 - Incidenza % del <i>mercato di riferimento</i> all'interno del settore					
	Locale	Regionale	Nazionale	Internazionale	Totale
Industria	66,67	14,81	3,70	14,81	100,00
Commercio	81,82	11,36	6,82	0,00	100,00
Turismo/Servizi	83,33	6,25	10,42	0,00	100,00
Agricoltura	50,00	14,71	20,59	14,71	100,00
Totale	72,55	11,11	10,46	5,88	100,00
Artigianato	82,22	8,89	4,44	4,44	100,00
Tab. 19 - Incidenza % del settore nelle tipologie di mercato di riferimento					
	Locale	Regionale	Nazionale	Internazionale	Totale
Industria	16,22	23,53	6,25	44,44	17,65
Commercio	32,43	29,41	18,75	0,00	28,76
Turismo/Servizi	36,04	17,65	31,25	0,00	31,37
Agricoltura	15,32	29,41	43,75	55,56	22,22
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<i>Fonte: Centro Studi e Ricerche</i>					

Da segnalare che incrociando i dati relativi al mercato di riferimento con quelli relativi all’andamento di fatturato e addetti si evidenzia una maggior numero di aziende con mercato di riferimento locale all’interno del gruppo delle più performanti in termini di incremento del fatturato 2011 rispetto al 2010. Nel periodo 2008-2011 la maggior parte delle imprese che hanno visto crescere il fatturato opera invece con un raggio d’azione al massimo nazionale e spesso anche solo locale.

¹⁶ Non per tutte le variabili in esame sarà possibile condurre un confronto con le evidenze della precedente indagine “Imprenditrici della provincia di Livorno: vocazioni, motivazioni, ostacoli ed aspettative” di A. Foschi.



Il carattere prettamente localistico delle imprese esaminate si accorda, d'altra parte, con le loro ridotte dimensioni in termini di addetti. Oltre la metà delle imprenditrici ha dichiarato di essere l'unica unità lavorativa dell'azienda. Il 36,7% delle aziende opera con un numero di dipendenti che oscilla da 1 a 3, il 7% ha un numero di dipendenti tra 4 e 9, e solo il 4,7% ha più di 10 dipendenti. Non si evidenzia alcuna relazione significativa tra la tipologia di avvio dell'attività ed il numero dei dipendenti.

Si è chiesto alle imprenditrici di indicare quali, tra quelli proposti, considerano come punti di forza della loro azienda. La scelta è ricaduta nella maggioranza dei casi sull'"Esperienza maturata nel tempo", risposta perfettamente in linea con l'età media delle imprenditrici e delle loro imprese. Sono comunque in molte le donne che credono fermamente nel proprio prodotto/servizio come punto di forza dell'impresa. Il rapporto con i clienti ed il prezzo costituiscono comunque aspetti evidentemente curati e ritenuti fondamentali per il successo dell'impresa.

Poche imprenditrici annoverano tra i punti forti della propria attività le risorse umane e la capacità di innovare, due fattori che, invece, in tempi difficili come quelli attuali, potrebbero fare la differenza e costituire il punto di forza e di rilancio di un sistema imprenditoriale capace di rigenerarsi con risorse umane e di capitale ad alto valore aggiunto, divenendo così più competitivo.

Graf. 30 - I *punti di forza* della propria impresa nell'opinione delle imprenditrici



Anche una maggior attenzione all'organizzazione interna ed una gestione più oculata dei rapporti con i fornitori potrebbero aiutare le imprese a fare quel salto di qualità utile ad acquisire una

maggior competitività. Purtroppo però, l'attuale fase recessiva dell'economia sta togliendo fiducia alle imprenditrici che non credono più nella valenza di certi aspetti della gestione come potenziali punti di forza della propria impresa per uscire dalla crisi. Di conseguenza, si punta tutto sul prodotto/servizio e sulla propria esperienza perché spesso mancano le risorse finanziarie e la fiducia nel futuro quali fattori necessari per dar vita a progetti di medio/lungo termine finalizzati allo sviluppo di competitività. Si tratta ad esempio: di progetti di qualificazione ed aggiornamento del personale; di azioni di rafforzamento dei rapporti con i fornitori tali da strappare condizioni contrattuali migliori che possano ripercuotersi favorevolmente su prezzi (competitività/efficacia) e profitti (economicità/efficienza); dello sviluppo di strategie di organizzazione aziendale capaci di ridurre gli sprechi, massimizzare i profitti e ingenerare fiducia nel cliente finale, etc.

Alcune imprenditrici sono consapevoli che la mancanza di capacità innovativa ed il basso livello di contenuto tecnologico del prodotto / servizio costituiscono un punto debole della propria azienda. D'altra parte, il tessuto imprenditoriale in questi ultimi anni ha trovato sbarrata la strada degli investimenti, chiusa da un lato dalla crisi economica, che ha ridotto le entrate e la liquidità, e dall'altra dalla politica restrittiva del sistema bancario.

Graf. 31 - I *punti deboli* della propria impresa nell'opinione delle imprenditrici



Da notare come la collocazione geografica sia percepita come un punto debole piuttosto che come un vantaggio competitivo. Sembra trattarsi di una problematica più sentita di altre, anche più della mancanza di esperienza.

Le risposte fornite dalle imprenditrici sono sicuramente condizionate dalla difficoltà di leggere il futuro del mercato di riferimento, dato lo stato di incertezza in cui versa la situazione economica. Questo fatto certamente non favorisce la nascita di progetti innovativi, sia in termini di qualificazione del personale sia in termini di innovazione tecnologica di processo o di prodotto.

Posto, quindi, che l'incertezza economica indotta dalla crisi dei mercati sia la difficoltà principale del momento, è importante vedere quali sono le altre difficoltà su cui imprese ed istituzioni pubbliche e private possono intervenire. Tra queste si trova, anzitutto, la burocrazia e le scarse risorse finanziarie, quest'ultime conseguenti, ancora una volta, dalla crisi economica, ma anche alle difficoltà di accesso al credito.

Anche la concorrenza tra imprese sembra essere forte, ma se da un lato costituisce una difficoltà per l'impresa, dall'altra rappresenta uno stimolo al miglioramento per la stessa, nonché un'opportunità di equilibrio per il mercato a favore del consumatore finale. E' certo che se la concorrenza è troppa il mercato di riferimento potrebbe essere saturo e pertanto l'impresa, a meno di salti di qualità importanti, potrebbe avere poche opportunità di sviluppo.

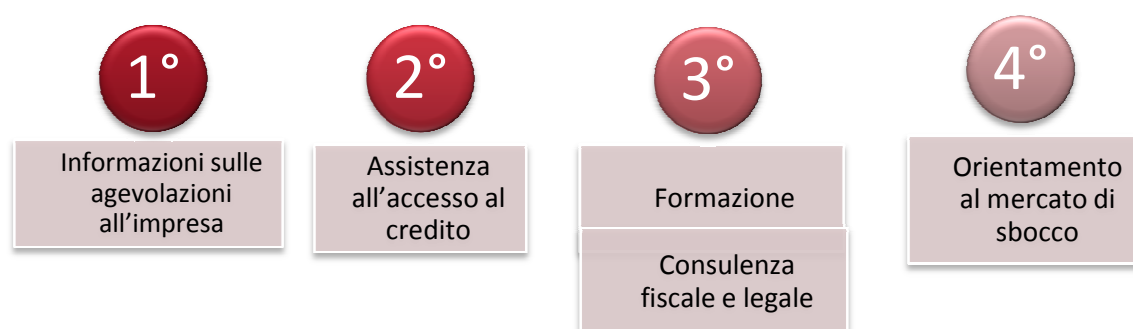
Tab. 20 – Domanda di origine: “Fra i seguenti fattori, quali le pongono le maggiori difficoltà al momento? (Indichi i primi tre in ordine di importanza)” Percentuale di imprese che hanno selezionato la tipologia di risposta come 1°, 2° o 3° scelta			
	1°	2°	3°
Scarse risorse finanziarie	11,20	14,91	18,07
La burocrazia	12,80	18,42	7,23
Mancanza di manodopera specializzata	2,40	0,00	0,00
Difficoltà di innovare	0,80	2,63	2,41
L’accesso a nuovi mercati	1,60	2,63	1,20
Competenze professionali delle risorse umane	0,80	1,75	0,00
La difficoltà a reperire Informazioni	0,00	0,00	0,00
L’incertezza di mercato e la crisi economica	50,40	9,65	12,05
La concorrenza	7,20	14,04	9,64
La complessità delle leggi di riferimento	0,00	1,75	2,41
L’accesso al credito	4,00	2,63	4,82
Altro/Nessuna delle precedenti	8,80	31,58	42,17
Fonte: Centro Studi CCAA Livorno			

Alcune imprese denunciano, comunque, anche una certa mancanza di manodopera specializzata, nonché lacune nelle competenze professionali delle risorse umane di riferimento. Si tratta di una problematica sempre più spesso riproposta sia dal tessuto imprenditoriale che da strumenti di indagine sul fabbisogno di figure professionali come il Sistema Excelsior. Le difficoltà di incontro tra domanda e offerta di lavoro, sempre più di carattere qualitativo, e le carenze del sistema formativo scolastico pongono sempre più spesso le aziende nelle condizioni di dover provvedere autonomamente alla formazione del personale. Le imprenditrici ammettono la presenza di difficoltà nel gestire progetti di innovazione. In proposito, sarebbe utile comprenderne più a fondo le motivazioni che potrebbero essere di varia natura oltre a quella legata alla scarsità delle risorse economiche.

Vista la prevalente caratterizzazione localistica del mercato di riferimento è evidente una certa difficoltà ad inserirsi in nuovi mercati. Del resto, come lamentano le imprese, senza adeguata copertura finanziaria è difficile realizzare progetti per l’innovazione, la penetrazione di nuovi mercati, la formazione del personale, il marketing per il contrasto della concorrenza etc.

E’ stato poi chiesto alle imprenditrici: “In questo momento, quali tra questi servizi ritiene “strategici” per la sua attività?”.

Fig. 3 – Classifica dei *servizi ritenuti strategici* in base alla frequenza delle risposte fornite dalle imprese stesse

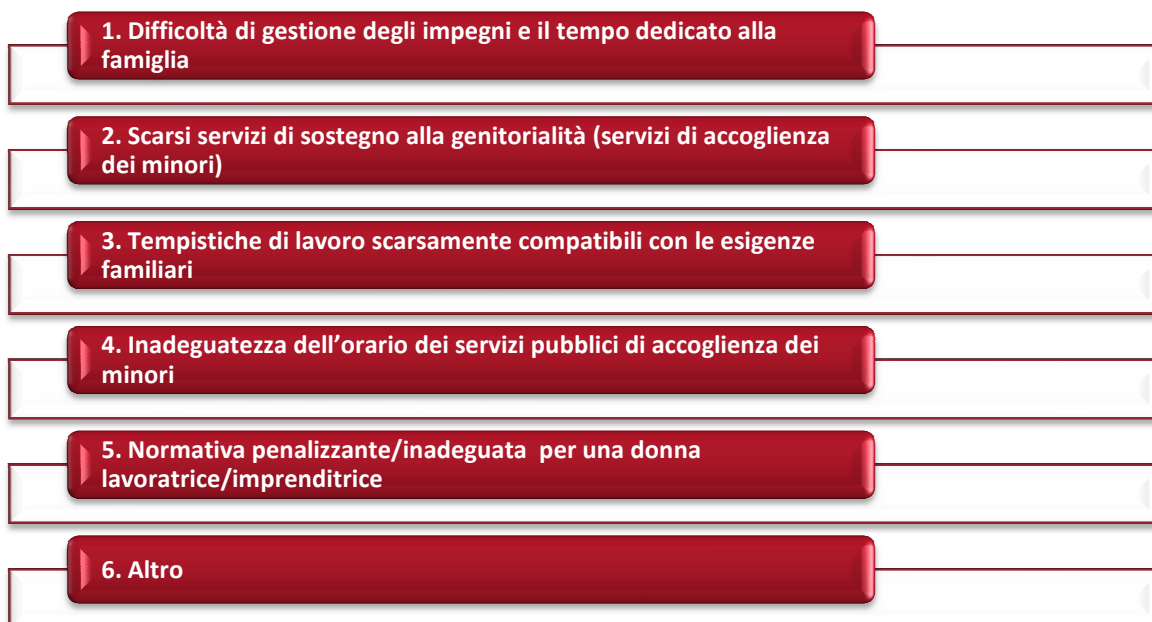


Le risposte più gettonate, tre le opzioni possibili, sono state le informazioni sulle agevolazioni all'impresa e assistenza all'accesso al credito. Insomma, si torna sempre al punto di partenza: le imprese hanno bisogno di reperire fondi per finanziare la loro sopravvivenza ed i loro progetti di sviluppo. Dopo di che, una volta risolto questo bisogno primario, si spingono ad indicare come strategici anche i servizi di consulenza fiscale e legale nonché le attività di formazione. In questa fase dell'attività dell'impresa, l'orientamento al mercato di sbocco è ritenuto meno importante rispetto alla fase di avvio dell'attività.

Ma fare impresa al femminile, si sa, non significa solo cimentarsi con le difficoltà legate all'attività economica. Una donna imprenditrice si trova di fronte anche alle problematiche legate alla conciliazione tra il lavoro e la famiglia.

L'imprenditrice tipo in quest'indagine è una donna sopra i 35 anni con un'attività avviata da più di 10 anni, e, verosimilmente, ha superato anche i 40 anni. Tenzialmente si tratta, quindi, di una donna che oltre al coniuge ha ancora i figli in casa e che in caso di bisogno assiste anche i genitori anziani o si occupa di eventuali nipoti. Ecco che alla domanda "Quali sono secondo lei le problematiche che ostacolano la conciliazione tra il lavoro e la vita quotidiana di una imprenditrice?" la maggior parte delle intervistate ha risposto di incontrare difficoltà nella gestione contemporanea degli impegni lavorativi e del tempo da dedicare alla famiglia. Le altre risposte selezionate specificano meglio le cause di tale difficoltà declinandola (nell'ordine proposto) in: Scarsi servizi di sostegno alla genitorialità (servizi di accoglienza dei minori), Tempistiche di lavoro scarsamente compatibili con le esigenze familiari, Inadeguatezza dell'orario dei servizi pubblici di accoglienza dei minori, Normativa penalizzante/inadeguata per una donna lavoratrice/imprenditrice.

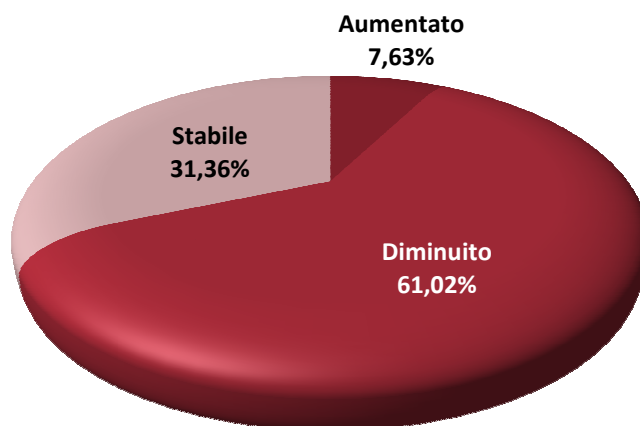
Fig. 4 – Classifica delle problematiche ostacolanti la conciliazione tra lavoro e vita quotidiana in base alle risposte fornite dalle imprese stesse



4.4 Andamento economico delle imprese

Nel 2011 il 61,02% delle imprese ha registrato un calo del fatturato rispetto al 2010, il 31,36% ha mantenuto i livelli dell'anno precedente ed appena il 7,63% è riuscito ad incrementare il fatturato.

Graf.32 - Andamento del *fatturato* 2011 rispetto al 2010



Dal punto di vista della distribuzione geografica, il SEL con la più alta percentuale di imprese aventi fatturato in aumento sul 2010, sul totale imprese con sede nei comuni del SEL stesso, è la Val di Cornia (10%), mentre il peso delle aziende con fatturato in calo si fa sentire in modo più consistente nell'Arcipelago (76,92%).

Tab. 21 – Andamento per SEL del <i>fatturato</i> 2011 rispetto al 2010				
Incidenza % dell'andamento 2011-2010 del <i>fatturato</i> all'interno del SEL				
	Aumentato	Diminuito	Stabile	Totale
Liv./Colle.	6,12	53,06	40,82	100,00
Val di Cecina	7,69	53,85	38,46	100,00
Val di Cornia	10,00	73,33	16,67	100,00
Arcipelago	7,69	76,92	15,38	100,00
Totale	7,63	61,02	31,36	100,00
Incidenza % del SEL all'interno della singola categoria di andamento del fatturato 2011-2010				
	Aumentato	Diminuito	Stabile	Totale
Liv./Colle.	33,33	36,11	54,05	41,53
Val di Cecina	22,22	19,44	27,03	22,03
Val di Cornia	33,33	30,56	13,51	25,42
Arcipelago	11,11	13,89	5,41	11,02
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00
Fonte: Centro Studi CCAA Livorno				

L'indagine ci dice anche che la maggior parte delle imprese femminili con fatturato stabile o in diminuzione ha sede tra Livorno e Collesalveti, per quanto una percentuale consistente di imprese con fatturato in calo si trova anche in Val di Cornia.

Occorre, tuttavia, precisare che quest'ultimo tipo di analisi dei risultati è sicuramente condizionato dalla distribuzione territoriale del campione intervistato.

Sicuramente interessante è il dato per settore dal quale emerge che la maggior parte delle imprese che ha visto aumentare il fatturato rispetto al 2010 opera nel Commercio (44,4%), molte sono invece attive nell'Agricoltura (33,3%), le restanti sono equamente suddivise tra Industria e Servizi (inclusi Alberghi e ristoranti). Per contro, la maggior parte delle imprese che hanno registrato un calo del giro d'affari si trovano nei Servizi (41,67%), a seguire Industria e Commercio, poche le imprese agricole in trend negativo.

All'interno dei singoli settori chi ha perso di più, in termini di volume d'affari, è in ogni caso il settore dei Servizi dove il 76,9% delle aziende ha dichiarato un calo di fatturato, mentre solo il 2,56% ha visto crescere i propri ricavi.

La miglior performance è sicuramente appannaggio delle imprese dell'Agricoltura tra le quali ben il 15,9% registra un incremento del giro d'affari rispetto al 2010, le altre si ripartiscono uniformemente tra fatturato in calo e stabile.

Tab. 22 – Andamento settoriale del *fatturato* 2011 rispetto al 2010

Incidenza % del settore all'interno della categoria di andamento				
	Aumentato	Diminuito	Stabile	Totale
Industria	11,11	25,00	13,51	20,34
Commercio	44,44	22,22	43,24	30,51
Turismo/Servizi	11,11	41,67	21,62	33,05
Agricoltura	33,33	11,11	21,62	16,10
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00
Incidenza % della tipologia di andamento all'interno del singolo settore				
Industria	4,17	75,00	20,83	100,00
Commercio	11,11	44,44	44,44	100,00
Turismo/Servizi	2,56	76,92	20,51	100,00
Agricoltura	15,79	42,11	42,11	100,00
Totale	7,63	61,02	31,36	100,00
Artigianato	3,13	87,50	9,38	100,00
<i>Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno</i>				

La percentuale di artigiane con fatturato in aumento (3,13%) è decisamente più contenuta rispetto al dato complessivo dell'imprenditoria femminile provinciale (7,63%). Purtroppo la differenza non si distribuisce tanto sulla categoria del fatturato stabile quanto piuttosto su quella relativa alla diminuzione. Insomma, la componente dell'imprenditoria che sembra passarsela peggio è proprio quella artigiana.

Volendo approfondire l'analisi delle imprese più virtuose, che nonostante i forti venti di crisi, sono riuscite a far crescere il fatturato della propria azienda nel 2011, scopriamo che si tratta essenzialmente di donne sopra i 35 anni con al massimo il diploma di scuola superiore e un'attività avviata da circa 10 anni. Nessuna giovane imprenditrice sotto i 35 ha incrementato il fatturato rispetto al 2010, e l'impresa più recente in fase di sviluppo dei ricavi ha alle spalle almeno 3 anni di attività imprenditoriale. In pratica ciò che paga in questo caso è soprattutto l'esperienza, poco conta il livello di istruzione, il mercato premia chi lo conosce a fondo e da più lungo tempo. E questo le imprenditrici lo sanno bene, infatti quasi tutte quelle che sono riuscite a far crescere il fatturato hanno dichiarato di vedere il punto di forza della propria azienda nel prodotto servizio e nell'esperienza acquisita nel tempo.

Non sembra aver giovato in modo particolare il fatto di aver avuto già una precedente esperienza imprenditoriale alle spalle, né tanto meno avere un mercato di riferimento extra locale. Infatti,

incrociando i dati sul fatturato con quelli relativi alla modalità di avvio dell'impresa emerge che, all'interno del gruppo di imprese ereditate dal familiare fondatore, la percentuale di quelle con fatturato 2011 in aumento rispetto al 2010, è più alta di quella relativa alle imprese avviate ex novo. Occorre, tuttavia, precisare che le imprese avviate ex novo costituiscono ben i 2/3 di quelle con fatturato in aumento rispetto al 2010, in linea con la composizione del campione tra imprese ereditate e avviate per proprio conto.

Resta da analizzare l'andamento del fatturato 2011/2010 per forma giuridica. Così facendo si scopre, anzitutto, che sono sempre le imprese individuali ad incidere maggiormente all'interno della singola tipologia di andamento del fatturato, ed in particolar modo nella categoria "stabile".

Ma alcune considerazioni interessanti si ricavano guardando all'incidenza percentuale della tipologia di andamento all'interno della singola forma giuridica.

Tra le società di capitali femminili contattate il 12,5% ha dichiarato un aumento del fatturato annuale contro appena il 7,53% delle imprese individuali ed il 6,25% delle società di persone.

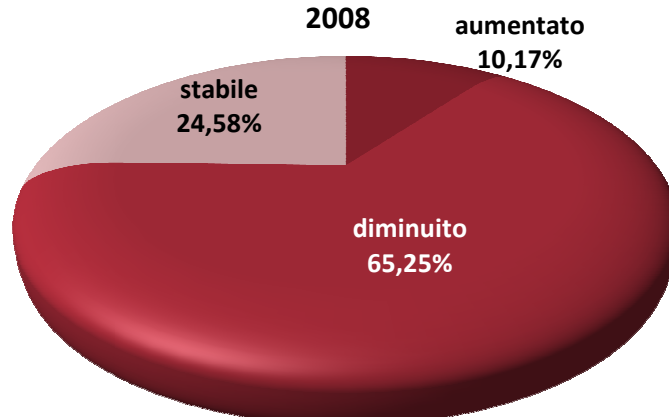
A prima vista, quindi, la forma giuridica della società di capitali sembrerebbe una formula vincente, salvo poi vedere che, alla fine, la quota percentuale interna di coloro che hanno registrato un calo di fatturato è uguale a quella delle società di persone e decisamente più alta rispetto a quella calcolata in capo alle imprese individuali. D'altra parte, quest'ultime sembrano godere di una buona capacità di tenuta in quanto, alla fine, presentano un'alta percentuale di imprese con fatturato stabile.

Tab. 23 – Andamento del <i>fatturato</i> 2011 rispetto al 2010 in base alla forma giuridica				
	Aumentato	Diminuito	Stabile	Totale
Incidenza % della forma giuridica all'interno della categoria di andamento				
Imp. Indiv.	77,78	75,00	86,49	78,81
Soc. di pers.	11,11	16,67	8,11	13,56
Soc. di cap.	11,11	8,33	2,70	6,78
Altro	0,00	0,00	2,70	0,85
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00
Incidenza % della tipologia di andamento all'interno della singola forma giuridica				
Imp. Indiv.	7,53	58,06	34,41	100,00
Soc. di pers.	6,25	75,00	18,75	100,00
Soc. di cap.	12,50	75,00	12,50	100,00
Altro	0,00	0,00	100,00	100,00
Totale	7,63	61,02	31,36	100,00
<i>Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno</i>				

Per quanto riguarda l'andamento del volume d'affari 2011 rispetto al 2008 non solo continuano a prevalere le aziende con fatturato in calo, ma la loro incidenza sul totale è ancora più elevata (65,25%). Rispetto a quanto detto relativamente all'andamento annuale, tra le imprese in espansione nel periodo 2008/2011 gioca un ruolo meno determinante la localizzazione nel SEL del capoluogo che in definitiva incide quanto l'Arcipelago, ed entrambi meno di Val di Cornia e Val di Cecina. Al contrario, la maggior parte delle imprese con fatturato in calo hanno sede proprio tra Livorno e Collesalveti, a seguire, nell'ordine, Val di Cornia, Val di Cecina e Arcipelago.

Nel periodo in esame, solo il 4,2% delle imprese femminili con sede a Livorno/Collesalveti ha incrementato il fatturato, mentre il 62,5% ha subito una riduzione ed il 33,3% ha mantenuto invariato il livello del giro d'affari. I SEL con la più alta percentuale di imprese in espansione sono Val di Cecina e Arcipelago, quest'ultimo, tuttavia, si caratterizza anche per un alta percentuale di imprese con fatturato in trend negativo e poche imprese con giro d'affari invariato.

Graf. 33 - Andamento del *fatturato* 2011 rispetto al 2008



Tab.24 - Andamento per SEL del *fatturato* 2011 rispetto al 2008

Incidenza % del SEL all'interno della tipologia di variazione del fatturato 2011/2008

	aumentato	diminuito	stabile	Totale
Liv./Colle.	16,67	38,96	55,17	40,68
Val di Cecina	33,33	20,78	24,14	22,88
Val di Cornia	33,33	27,27	17,24	25,42
Arcipelago	16,67	12,99	3,45	11,02
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00

Incidenza % della tipologia di variazione del fatturato 2011/2008 all'interno di ciascun SEL

	aumentato	diminuito	stabile	Totale
Liv./Colle.	4,17	62,50	33,33	100
Val di Cecina	14,81	59,26	25,93	100
Val di Cornia	13,33	70,00	16,67	100
Arcipelago	15,38	76,92	7,69	100
Totale	10,17	65,25	24,58	100

Fonte: Centro Studi CCAA Livorno

Tra le imprese che hanno dichiarato di aver subito un calo del fatturato nel periodo 2008/2011 la maggior parte (39%) svolgono un'attività legata ai Servizi, sia di tipo turistico che di diverso genere. All'interno del gruppo delle più performanti (fatturato in espansione) ben il 50% sono imprese agricole, mentre tra le aziende con fatturato stabile prevale il Commercio.

Volendo invece approfondire l'andamento interno ai singoli settori, attraverso l'incidenza percentuale della tipologia di variazione del fatturato 2011/2008 all'interno di ciascun settore, notiamo che il comparto meno dinamico (alta percentuale di fatturati stabili) e meno remunerativo (alta percentuale di fatturati in calo) è il Commercio. Appare drammatica la situazione delle imprese nell'Industria: circa l'83% delle imprese operanti in questo settore hanno assistito al crollo dei ricavi. Nei Servizi questa percentuale è inferiore ma il segnale di pericolo arriva dall'assenza di imprese con incassi in espansione sul periodo in esame. Miglior performance, e visti i numeri è quasi un eufemismo, è appannaggio anche in questo caso dell'Agricoltura. All'interno di questo settore oltre il 33% delle aziende ha incrementato il fatturato, solo il 44% lo ha ridotto e circa il 22% presenta un livello dei ricavi pari a quello di inizio crisi. Purtroppo, occorre ricordare che le imprese agricole sono sì particolarmente incisive all'interno dell'imprenditoria di genere, ma ancora

poche perché il loro trend positivo possa agire da volano per aiutare la ripresa economica del territorio.

Un discorso a parte merita l'Artigianato dove la percentuale di imprese femminili con fatturato in espansione (7,69%) è inferiore alla media generale (10,17%). Lo stesso dicasi per le imprese con fatturato stabile mentre la componente in difficoltà (fatturato in calo 74,36%) è superiore alla media generale del campione (65,25%).

Tab.25 - Andamento per settore del fatturato 2011 rispetto al 2008				
Incidenza % del settore all'interno della tipologia di variazione del fatturato 2011/2008				
	aumentato	diminuito	stabile	Totale
Industria	16,67	24,68	6,90	19,49
Commercio	33,33	25,97	44,83	31,36
Turismo/Servizi	0,00	38,96	34,48	33,90
Agricoltura	50,00	10,39	13,79	15,25
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00
Incidenza % della tipologia di variazione del fatturato 2011/2008 all'interno di ciascun settore				
Industria	8,70	82,61	8,70	100,00
Commercio	10,81	54,05	35,14	100,00
Turismo/Servizi	0,00	75,00	25,00	100,00
Agricoltura	33,33	44,44	22,22	100,00
Totale	10,17	65,25	24,58	100,00
Artigianato	7,69	74,36	17,95	100,00
<i>Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno</i>				

Tab. 26 - Andamento del fatturato 2011 rispetto al 2008 in base alla forma giuridica				
	Aumentato	Diminuito	Stabile	Totale
Incidenza % della forma giuridica all'interno della categoria di andamento				
Imp. Indiv.	75,00	74,03	93,10	78,81
Soc. di pers.	8,33	5,19	3,45	5,08
Soc. di cap.	16,67	19,48	3,45	15,25
Altro	0,00	1,30	0,00	0,85
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00
Incidenza % della tipologia di andamento all'interno della singola forma giuridica				
Imp. Indiv.	9,68	61,29	29,03	100,00
Soc. di pers.	16,67	66,67	16,67	100,00
Soc. di cap.	11,11	83,33	5,56	100,00
Altro	0,00	100,00	0,00	100,00
Totale	10,17	65,25	24,58	100,00
<i>Fonte: Centro Studi CCIAA Livorno</i>				

L'incidenza della forma d'impresa all'interno della categoria di andamento rispecchia sostanzialmente la composizione del campione per classe di natura giuridica. Prevalgono le imprese individuali in tutte le categorie, soprattutto in quella riferita ai fatturati stabili.

Ben più significativa è l'analisi interna alle singole forme giuridiche. Vero è che il 100% delle imprese femminili aventi forma giuridica diversa ha registrato una diminuzione del fatturato nel

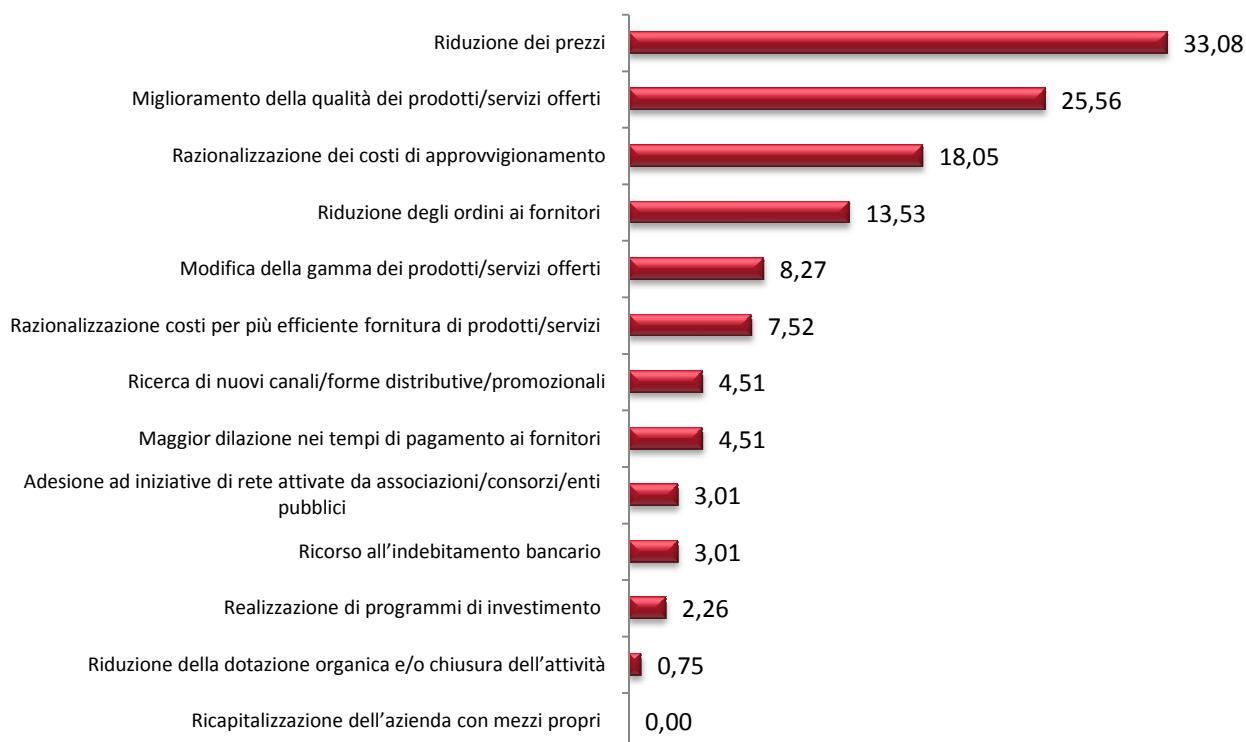
periodo, ma occorre tener presente che si tratta di una componente non particolarmente cospicua del campione. Per il resto, le imprese con fatturato in calo presentano un peso maggiore all'interno delle società di capitali, seguono le società di persone e le imprese individuali.

Guardando all'altro lato della medaglia, ovvero alle imprese con fatturato in aumento, presentano un peso maggiore all'interno delle società di persone.

Quanto all'andamento dell'occupazione rispetto alla data di inizio attività oltre il 78% delle aziende ha dichiarato di averla mantenuta invariata. Si tratta di un risultato abbastanza prevedibile considerata l'alta (identica) incidenza delle imprese individuali all'interno del campione in esame (78,2%). Molte spesso, infatti, la crescita occupazionale di un'azienda implica importanti cambiamenti di forma giuridica allo scopo anche di irrobustirsi finanziariamente e di svilupparsi in modo adeguato. Sono riuscite ad espandere il bacino occupazionale l'8,3% delle imprese intervistate (settore prevalente: Commercio; sede prevalente: Val di Cornia), mentre il 13,2% ha dichiarato una riduzione dell'organico rispetto ad inizio attività (settore prevalente: Industria; sede prevalente: Livorno/Collesalveti).

Il fatto che il saldo aumenti/diminuzioni sia prevalentemente negativo, sia per il fatturato che per l'occupazione non è di per sé una buona notizia per le imprese intervistate, alla quali tuttavia, va riconosciuto il merito di essere sin ora sopravvissute all'attuale fase recessiva. Per capire come hanno fatto occorre esaminare i risultati della domanda 23 del questionario *“Qual è la strategia attuata dalla sua impresa per rispondere all'attuale crisi?”*. Tra le possibili opzioni di risposta proposte la più selezionata è stata quella relativa alla Riduzione dei prezzi, seguita, nell'ordine, da Miglioramento della qualità dei prodotti/servizi offerti, Razionalizzazione dei costi di approvvigionamento, Riduzione degli ordini ai fornitori.

Graf. 34 - Le principali *strategie* adottate dalle imprese per reagire alla crisi



In generale, si può dire che lo sforzo delle imprese è stato quello di cercare di offrire un servizio migliore ad un minor prezzo, riducendo magari la gamma dei prodotti/servizi offerti e gli ordini ai fornitori. Così facendo hanno costretto il magazzino ad una necessaria cura dimagrante, preferendo all'occorrenza metodi di approvvigionamento più vicino al just in time.

Il fatto che la strada della razionalizzazione dei costi sia stata solo moderatamente battuta può segnalare anche l'esistenza di una strozzatura da questo punto di vista, dettata dall'impossibilità di ridurre oltre un certo limite tali costi, anche a causa del progressivo aumento di spesa legato ad esempio alle utenze (gas, luce, acqua etc.).

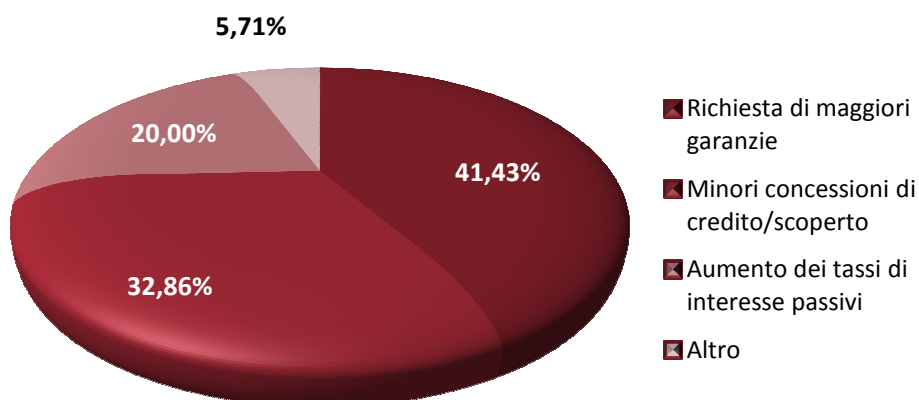
Decisamente poco battuta la strada del ricorso alle iniziative di rete attivate da associazioni/consorzi/enti pubblici, nonostante si cerchi di promuovere questo tipo di comportamento da diversi anni. Del resto, la partecipazione a queste forme di associazionismo prevede la rinuncia ad una parte della propria autonomia decisionale, obiettivo a cui in molti casi le donne aspiravano avviando l'impresa. Questo aspetto potrebbe aver portato con sé una qualche forma di resistenza.

Da segnalare che nessuno ha provveduto alla ricapitalizzazione dell'azienda con mezzi propri mentre qualcuno ha tentato il ricorso al credito bancario. Questa osservazione apre la strada ad alcune considerazioni inerenti le successive domande del questionario.

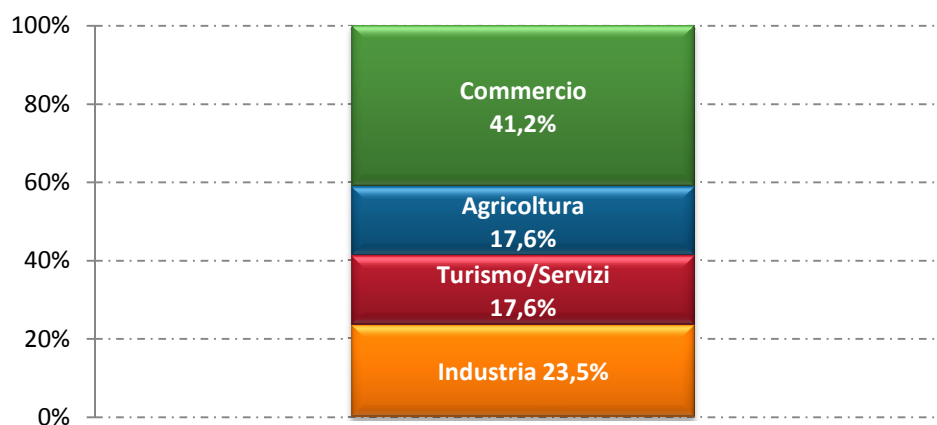
Anzitutto solo il 28,8% delle imprenditrici intervistate ha risposto di aver incontrato difficoltà nell'accesso al credito dal 2009 ad oggi, percentuale che scende al 15,2% per le artigiane.

Nella maggior parte dei casi le difficoltà sono dovute ad un inasprimento delle richieste di garanzia, ma in molti casi sono state anche ridotte le linee di credito o aumentati i tassi di interesse.

Graf. 35 - Le principali difficoltà di accesso al *credito* incontrate dal 2009 ad oggi



Graf. 36 - Distribuzione settoriale delle imprese che dal 2009 ad oggi hanno incontrato difficoltà di accesso al *credito*



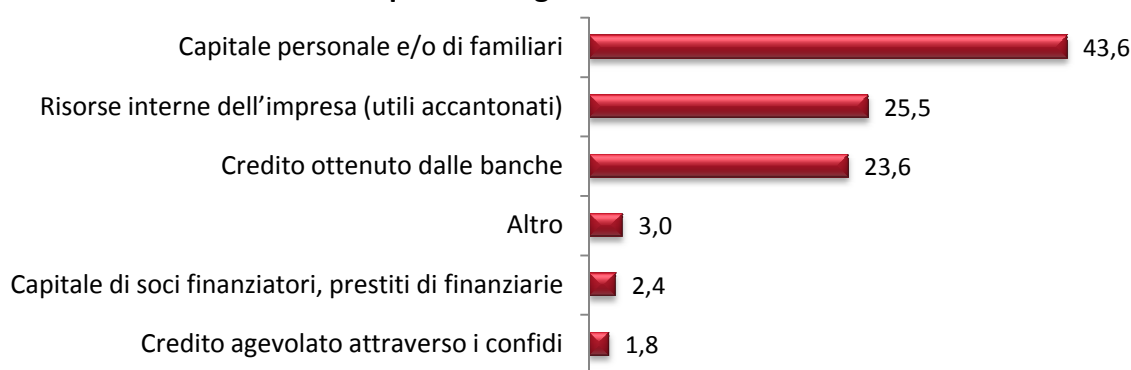
Il Commercio sembra aver subito la stretta creditizia, indotta dalla crisi dei mercati finanziari, più degli altri settori. Oltre il 40% delle imprese che hanno incontrato difficoltà di accesso al credito opera infatti in questo settore, mentre il 23,5% opera nell'Industria e le restanti risultano equamente ripartite tra Agricoltura e Servizi.

La distribuzione territoriale delle aziende che contestano alle banche un atteggiamento di maggior chiusura sembra indicare una situazione di svantaggio verso chi ha sede tra Livorno e Collesalveti.

La quasi totalità delle imprese in difficoltà con il sistema bancario non ha visto crescere il fatturato rispetto al 2010, e questo potrebbe aver contribuito a ridurre la fiducia delle banche nei loro confronti. Tuttavia, alcune di loro (17%) è riuscita quanto meno a realizzare un aumento di fatturato rispetto al 2008, così dimostrando una dinamicità importante.

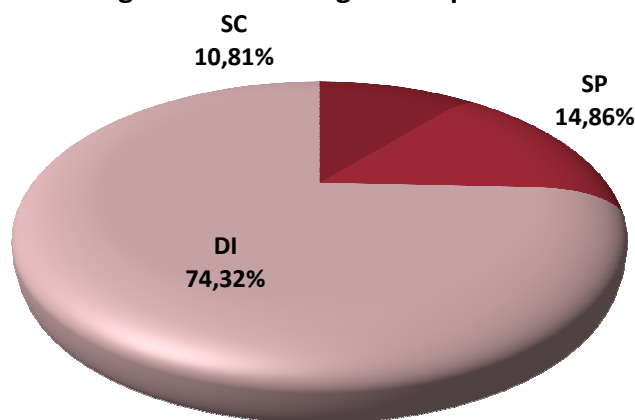
Vien da chiedersi, a questo punto, con quali fonti finanziarie le imprese abbiano amministrato la liquidità e la gestione ordinaria. Lo abbiamo chiesto e le risposte più frequenti sono state le seguenti: Capitale personale e/o di familiari (43,6%), Risorse interne dell'impresa (utili accantonati) 25,5%, Credito ottenuto dalle banche (23,6%), Capitale di soci finanziatori, prestiti di finanziarie (2,4%), Credito agevolato attraverso i confidi (1,8%), Altro (3%). Da notare che nessuna ha usufruito di fondi pubblici nazionali, regionali o quant'altro e che l'apertura ai soci finanziatori è ancora molto limitata. Ma la cosa più importante da sottolineare è un comportamento assai tipico delle imprese individuali e dell'artigianato, ovvero la sostanziale ed inevitabile commistione tra il patrimonio dell'impresa e quello dell'imprenditrice che divengono tutt'uno e si identificano l'uno con l'altro come l'imprenditrice fa con la sua l'impresa. Ecco che allora dove i flussi di cassa generati dall'attività imprenditoriale non sono riusciti a coprire il fabbisogno finanziario delle gestione corrente sono intervenuti i fondi personali dell'imprenditrice e dei suoi familiari.

Graf. 37 - Le principali *fonti finanziarie* con cui è stata amministrata la liquidità e la gestione ordinaria



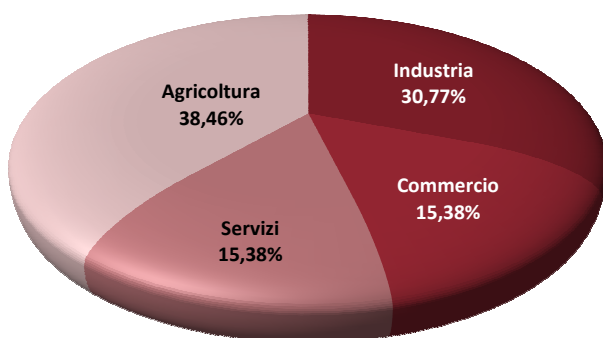
Quello che preoccupa è che questa soluzione sembra essere stata adottata dalla maggior parte delle imprenditrici, in tutti i settori ed in tutti i SEL senza rilevare particolari differenze. Inoltre, diversamente da quanto si potrebbe pensare, si tratta di un'opzione adottata anche da diverse società di persone e di capitali (26,4%).

Graf. 38 - Distribuzione per forma giuridica delle aziende le cui imprenditrici hanno utilizzato mezzi personali per gestire il fabbisogno di liquidità

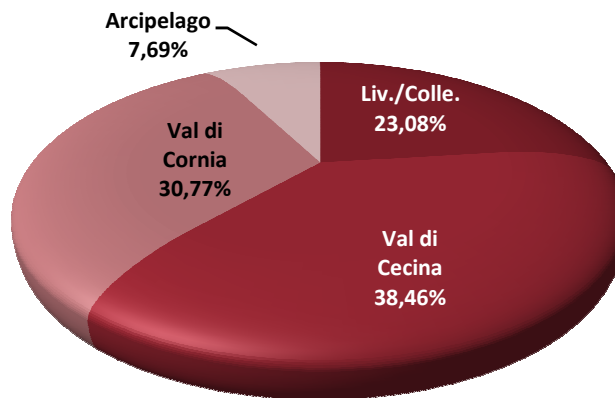


Certo è che, in un contesto di questo tipo, trovare il coraggio, le risorse economiche ed il progetto giusto per fare investimenti appare alquanto complesso. Tant'è che, nel 2011, ha effettuato investimenti solo il 10,4% delle imprese e tra queste il 38,5% sono imprese artigiane e ben il 75 ha sede tra Val la Cornia e la Val di Cecina. Piuttosto bassa la percentuale di imprese di Livorno/Collesalveti e dell'Arcipelago che hanno realizzato investimenti. Lo stesso dicasi per le imprese operative nell'ambito del Commercio e dei Servizi, mentre Agricoltura e Industria incidono rispettivamente per il 38,5% e 30,8%.

Graf. 39 - Distribuzione delle imprese che hanno fatto *investimenti* nel 2011 per settore di attività



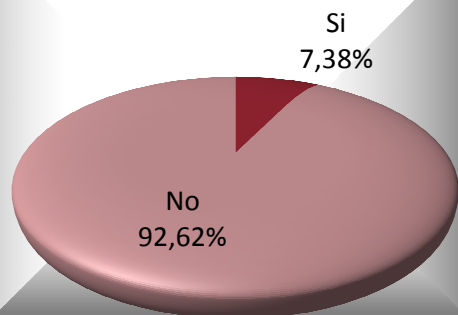
Graf. 40 - Distribuzione delle imprese che hanno fatto *investimenti* nel 2011 per SEL



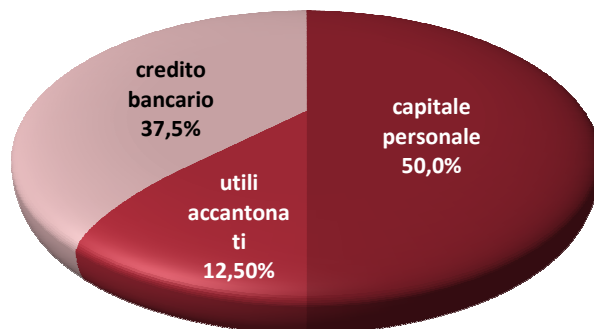
Tra le imprese dove l'imprenditrice ha utilizzato risorse proprie per risolvere la crisi di liquidità aziendale circa l'11% sono riuscite a realizzare progetti di investimento nel 2011. Si è voluto dare risalto a questo dato per sottolineare come l'uso dei mezzi propri possa non essere stato solo uno strumento di risoluzione di problemi prettamente finanziari ma anche uno strumento per aggredire rinnovando una crisi che erode sempre più il tessuto imprenditoriale.

Resta il fatto che, riportando il risultato campionario all'universo, appena il 10% delle imprese femminili livornesi ha realizzato investimenti nel 2011. Si tratta di una percentuale certamente esigua ma pur sempre superiore, sfortunatamente, a quella delle imprese che prevedono di fare investimenti nel 2012 pari al 7,4%.

**Graf. 41 - Pensa di effettuare
investimenti in futuro?**



**Graf. 42 - Se si a quali fonti pensa
di attingere per realizzarli?**

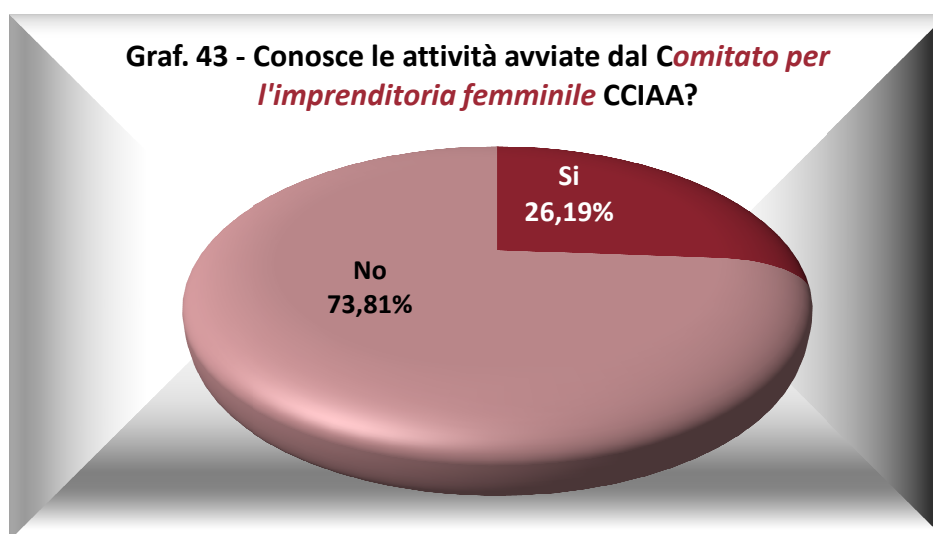


Data l'esiguità del dato si ritiene inutile esaminare i dati per SEL o settori perché l'unica informazione interessante ricavabile, con l'intento di fornire una tendenza comunque, abbastanza poco generale vista la limitatezza del dato, è il tipo di fonte finanziaria che le imprese interessate ad investire nel 2012 pensano di usare. Anche in questo caso torna chiaramente a delinearsi l'ipotesi di utilizzo prevalente di capitale personale e/o di familiari, mentre solo in seconda battuta si pensa di far ricorso alle banche. Quanto all'ipotesi di utilizzare risorse interne dell'impresa (utili accantonati) esiste solo qualche timido accenno legato ad alcuni casi eccezionali. Per il resto, non viene presa in considerazione nessun'altra opzione tra quelle proposte.

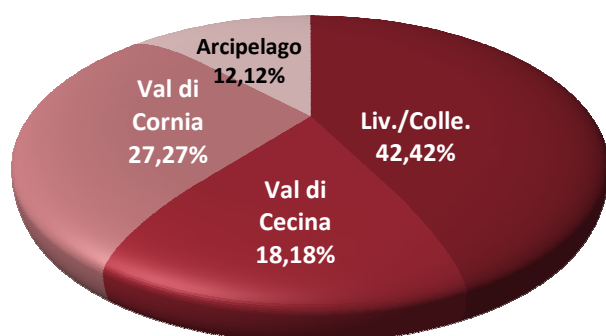
4.5 Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Livorno

Infine, l'ultima parte del questionario è dedicata alle attività del Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Livorno, ed il risultato dell'indagine, sotto questo profilo, sottolinea come poche imprese femminili conoscano il Comitato e la sua operatività. Solo il 26,2% delle imprenditrici rispondenti alla domanda ha dichiarato di essere a conoscenza delle attività avviate dal CIF camerale. Oltre a ciò si può dire pertanto poco di più, se non il fatto che la maggior parte delle imprese che conoscono il Comitato hanno sede nel SEL del capoluogo (42,4%) o in Val di Cornia (27,3%). Molto meno informate risultano essere le imprese della Val di Cecina e quelle dell'Arcipelago.

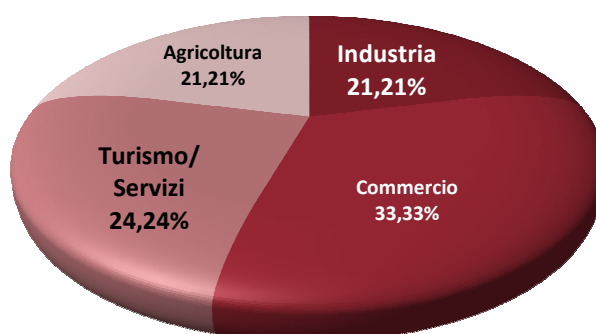
Dal punto di vista della distribuzione settoriale l'operatività del Comitato è maggiormente nota tra le imprenditrici che operano nel Commercio (33,3%) ma anche nei Servizi (24,2%), mentre risulta meno nota tra le imprese dell'Agricoltura e dell'Industria (21,2% in entrambi i casi).



Graf. 44 - Distribuzione per SEL delle imprese che conoscono il CIF



Graf. 45 - Distribuzione per settori delle imprese che conoscono il CIF



5. CONCLUSIONI

Dall'indagine esce anzitutto il profilo dell'imprenditrice "tipo" a livello locale, così come descritto nella prima parte di queste conclusioni.

L'altro importante risultato di questa indagine, che rimarrà ad uso e consumo di quanti vorranno trarre l'opportunità di realizzare gli interventi necessari al sostegno dell'imprenditoria di genere (e non), sta nell'individuazione dei punti di forza e di debolezza delle imprese femminili, sia interni che esterni al tessuto imprenditoriale stesso, letti alla luce delle opportunità e delle minacce derivanti dall'ambiente circostante. In proposito è stata realizzata un'analisi di tipo swot che sintetizza le conclusioni dell'indagine effettuata.

5.1 Identikit di un imprenditrice

L'indagine qualitativa realizzata offre, tra l'altro, la possibilità di tracciare un identikit dell'imprenditrice livornese.

Il profilo-tipo dell'imprenditrice livornese è una donna di oltre i 35 anni che svolge la propria attività da più di 10 anni, più probabilmente nei Servizi o nel Commercio, ma sempre più spesso nell'Agricoltura (soprattutto le laureate). Il suo titolo di studio non è elevato ma, in molti casi è diplomata e con una lunga esperienza professionale alle spalle. Decide di fare impresa come scelta di vita, per realizzare le proprie idee e mettere alla prova le proprie attitudini. Confida nell'azione di impresa per raggiungere una maggior autonomia decisionale, economica ed un maggior guadagno, desiderio spesso sviluppato durante le precedenti esperienze lavorative trascorse, per lo più, alle dipendenze di altri imprenditori/imprenditrici.

La nostra imprenditrice "tipo" in fase di avvio dell'attività ha raccolto i suggerimenti di amici e parenti. Ad essi tende a dare più fiducia rispetto ai soggetti socialmente ed istituzionalmente preposti alla consulenza per le imprese (CCIAA, Commercialista, Banche, Associazioni di categoria etc.). Il commercialista costituisce, comunque, un punto di riferimento importante, che tuttavia è scelto solo in seconda istanza. Decisamente meno coinvolte nella fase di start up Camera di Commercio e Banche.

L'imprenditrice "tipo" in fase di avvio dell'attività sembra particolarmente disorientata quando si tratta di normative fiscali e aspetti legali. Altra nota dolente è la formazione personale e dei dipendenti, giudicata spesso incompleta per lo svolgimento pratico dell'attività.

Spesso tende a sottovalutare l'importanza di conoscere a fondo il mercato di riferimento quando avvia un'impresa, pensando che le indagini statistiche siano più utili ai giornali per far notizia che a chi svolge un'attività, ma, la nostra imprenditrice "tipo", avverte l'importanza di conoscere il mercato in cui intende inserirsi (numero dei competitors, prezzi medi applicati, andamento generale del settore etc.) per poter meglio elaborare le più idonee strategie imprenditoriali. Con queste informazioni la predisposizione di un business plan è più facile.

5.2 Analisi swot: punti forti e di debolezza delle imprese femminili alla luce delle opportunità e delle minacce derivanti dall'ambiente circostante.

In questo contesto vengono definite le opportunità di sviluppo dell'imprenditoria femminile, che derivano da una valorizzazione dei punti di forza e da un contenimento dei punti di debolezza, alla luce del quadro di opportunità e rischi, provenienti dall'esterno.

Le interviste alle imprenditrici e la successiva analisi dei risultati hanno consentito di individuare una serie di punti di forza di quel tessuto imprenditoriale.

<p>Principali <u>Punti di forza</u> in base alle caratteristiche delle aziende più performanti in termini di fatturato:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modalità di avvio dell'attività: Attività ereditata dal familiare fondatore; 2. Rapporto con la sede operativa: Di proprietà; 3. Mercato di riferimento: locale per la le migliori performance sul 2010 e locale/nazionale sul periodo 2008-2011; 4. Forma giuridica: Società; 5. Settori: Agricoltura. <p>Principali <u>Punti di forza</u> dichiarati:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Esperienza; 2. Qualità prodotto/servizio; 3. Rapporto con i clienti; 4. Prezzo; 5. Organizzazione. 	<p>Principali <u>Punti di debolezza</u> in base alle caratteristiche delle aziende meno performanti in termini di fatturato:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modalità di avvio dell'attività: Attività costituita ex novo in proprio o in società; 2. Rapporto con la sede operativa: In affitto; 3. Mercato di riferimento: tutti; 4. Forma giuridica: Imprese individuali; 5. Settori: soprattutto Industria e Servizi, con particolare riferimento alla componente artigiana. <p>Principali <u>Punti di debolezza</u> dichiarati:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rapporto con il sistema creditizio; 2. Capacità di innovare; 3. Collocazione geografica; 4. Comunicazione; 5. Prodotto/Sevizio.
<p><u>Opportunità di sviluppo connesse alle caratteristiche genere:</u></p> <p>PIL: Incremento del PIL per i nuovi ingressi femminili nel mondo del lavoro superiore a quello derivante dai nuovi ingressi maschili;</p> <p>Sviluppo dei Servizi di supporto alla famiglia: Incremento indotto da una maggior occupazione femminile che a sua volta tende ad autoalimentarsi per l'insorgenza di un maggior bisogno di servizi.</p> <p><u>Opportunità di sviluppo provenienti dall'ambiente circostante:</u></p> <p>Iniziative del CIF (comitato imprenditoria femminile CCIAA)</p> <p>Presenza di "sportelli" pubblici/privati che offrono servizi di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informazioni sulle agevolazioni all'impresa; 2. Assistenza all'accesso al credito; 3. Formazione; 4. Consulenza fiscale/legale; 5. Orientamento al mercato di sbocco. 	<p><u>Difficoltà e minacce provenienti dall'ambiente circostante connesse alla problematica di genere:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Difficoltà di gestione degli impegni e il tempo dedicato alla famiglia; 2. Scarsità dei servizi pubblici di sostegno alla genitorialità ed inadeguatezza degli orari dei servizi stessi e degli uffici pubblici competenti; 3. Tempistiche di lavoro scarsamente compatibili con le esigenze familiari e con gli orari dei servizi pubblici di sostegno alla genitorialità; 4. Normativa penalizzante/inadeguata per una donna lavoratrice/imprenditrice. <p><u>Difficoltà e minacce provenienti dall'ambiente circostante oltre le problematiche di genere e connesse al periodo storico:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incertezza di mercato e crisi economica; 2. Eccessiva burocrazia; 3. Scarse risorse finanziarie; 4. Concorrenza; 5. Difficoltà di accesso al credito.

Incrociando i dati sull'andamento del fatturato con quelli relativi alla modalità di avvio dell'impresa emerge che, all'interno del gruppo di imprese ereditate dal familiare fondatore, la percentuale di quelle il cui fatturato 2011 è risultato in aumento sia rispetto al 2010 che al 2008, è più alta di quella relativa alle imprese avviate ex novo che ad oggi presentano un trend dei ricavi positivo. Lo stesso

dicasi con riferimento all'andamento dell'occupazione rispetto alla data di inizio attività. Dunque l'attività di famiglia finisce con l'identificarsi con la famiglia stessa, e l'attaccamento e l'identificazione che ne deriva sembra costituire una marcia in più per il futuro dell'azienda. Ciò è ancor più significativo considerando che una buona percentuale di imprese "familiari" (maggiore di quelle avviate in proprio) ha raccolto buoni risultati durante una crisi pesante come quella attuale. Insomma, per metterla sul piano etico, i buoni valori della famiglia sono alla base anche di un'azienda solida, quanto meno se guidata da donne.

Altro punto di forza delle imprese femminili sembra essere la proprietà della sede operativa. Tra le imprese con fatturato in espansione, infatti, sono queste le più numerose rispetto a quelle si trovano in affitto. Nonostante la percentuale di coloro che hanno incontrato, negli ultimi anni, difficoltà col credito risulti più alta tra le proprietarie, alla fine dei conti sembrano essere comunque queste le più performanti in termini di fatturato. L'ipotesi è che l'imprenditrice che ha a disposizione un immobile da mettere a garanzia, per ottenere liquidità o finanziamenti dalle banche, risulta avvantaggiata per realizzare progetti d'investimento in grado di dare una spinta decisiva al fatturato anche in tempi di crisi. Si tratta chiaramente di un'ipotesi, avvalorata dal fatto che la percentuale delle proprietarie che hanno avuto difficoltà con il sistema creditizio ma che sono riuscite, comunque, a far crescere il fatturato è più alta di quella calcolata per le imprenditrici con fondo in affitto. Sappiamo, infatti, da più fonti (compresa la presente indagine) che la maggior parte delle difficoltà incontrate dalle imprese col sistema bancario deriva dall'innalzamento del livello di garanzie richieste per l'accesso al credito. Ecco allora che l'immobile di proprietà è una sorta di salvagente. Del resto, abbiamo visto nel corso del paragrafo di descrizione dei risultati dell'indagine qualitativa, che le imprenditrici sono disposte anche ad attingere al proprio patrimonio personale e familiare per risolvere i problemi di liquidità aziendali. Impegnare a garanzia la sede operativa è, si può dire, il primo passo.

Sorprende vedere come la miglior performance sia per lo più appannaggio di imprese aventi un raggio d'azione piuttosto limitato, quando normalmente, invece, si pensa al commercio estero come ad un fattore propulsivo della crescita del fatturato in tempi di scarsa domanda interna.

Che l'unione fa la forza e che "piccolo" non è più "bello" ma "fragile" si sapeva, che valga anche per l'imprenditoria femminile si conferma con l'indagine. I risultati parlano di società, di persone o di capitali, in genere più performanti rispetto alle imprese individuali ed altre forme.

Torniamo a sorprenderci, ma neanche più di tanto, delle performance del settore agricolo al femminile, un settore che viene sempre più riscoperto anche dalle donne e dai giovani laureati come di recente è stato pubblicato in un'indagine presentata a Cernobbio in occasione dell'annuale Forum sull'Agricoltura.

Le imprese femminili fanno del valore dell'esperienza, della qualità e dei buoni rapporti interpersonali con i clienti il loro punto di forza. A questi valori affiancano un'organizzazione efficiente che consente di praticare un prezzo competitivo.

Tutto ciò si contrappone alle debolezze indotte dalle imprese a gestione individuale, soprattutto nell'ambito dell'Industria e dei Servizi dove la probabilità di riscontrare contrazioni di fatturato è più elevata, ed in modo particolare tra le imprese a carattere artigiano.

Le attività non supportate da un passaggio generazionale ma passate attraverso una costituzione ex novo dell'impresa sembrano più deboli perché meno aiutate dall'esperienza, punto di forza principe dell'imprenditoria femminile. Per sopperire alla mancanza di un'ereditarietà imprenditoriale interviene l'importanza di mettere a disposizione delle imprese una rete di sportelli dedicati alla fornitura di servizi di orientamento all'impresa, che vanno dalle informazioni sulle agevolazioni d'impresa all'assistenza per l'accesso al credito, dalla formazione del personale all'assistenza fiscale e legale, dall'orientamento al mercato di sbocco ad un aggiornamento continuo sui cambiamenti del mercato. L'esistenza di questo tipo di Servizi alle imprese costituisce un fattore imprescindibile per l'abbattimento di fattori di debolezza dichiarati quali: difficoltà di rapporto con il credito e con il processo di innovazione; ubicazione geografica che non costituisce un vantaggio

competitivo per il mercato di riferimento, difficoltà di orientamento nella comunicazione e nella gamma/tipologia di prodotto/servizio da offrire sul mercato. Si tratta di problematiche non di genere che, tuttavia, insieme a quest'ultime, dovrebbero essere meglio declinate e prese in carico dalle istituzioni pubbliche e private a sostegno delle imprese. Da non dimenticare che, ove tali servizi fossero già attivi, necessitano evidentemente di una campagna di comunicazione più incisiva, nonché di iniziative di sensibilizzazione volte ad approfondirne la conoscenza, le possibilità di utilizzo ed i possibili benefici in termini di profitto. Ciò diventa ancora più importante sia alla luce delle difficoltà portate dalla crisi, sia alla luce delle minacce allo sviluppo delle imprese derivanti dalle problematicità di genere. A questo proposito potrebbe svolgere un ruolo importante anche il Comitato per l'imprenditoria femminile attraverso iniziative mirate al superamento di difficoltà e minacce dichiarate dalle imprese e indotte dalla crisi e dalla caratterizzazione femminile delle imprese in oggetto. Una volta programmate, le iniziative necessitano di essere opportunamente comunicate ad un tessuto imprenditoriale che, ad oggi, conosce ancora poco le attività del Comitato. Poco più di un quarto delle imprenditrici del campione ha dichiarato di conoscere le iniziative promosse dal Comitato.

Certo, per ridare fiducia alle imprese circa l'esaurimento di questa fase recessiva poco si può fare al momento, o quanto meno si tratta di una problematica che compete alle istituzioni nazionali, così come quella inerente all'eccesso di burocrazia, problematiche delle quali il Comitato e le istituzioni locali possono farsi però portavoce per conto delle imprese. Sul fronte delle scarse risorse finanziarie indotte dalla crisi e dalla politica restrittiva delle banche, invece, alcune possibilità di intervento a livello locale esistono, anche di derivazione camerale.

Infine, le difficoltà e le minacce provenienti dal genere:

1. Difficoltà di gestione degli impegni e il tempo dedicato alla famiglia;
2. Scarsità dei servizi pubblici di sostegno alla genitorialità ed inadeguatezza degli orari dei servizi stessi e degli uffici pubblici competenti;
3. Tempistiche di lavoro scarsamente compatibili con le esigenze familiari e con gli orari dei servizi pubblici di sostegno alla genitorialità;
4. Normativa penalizzante/inadeguata per una donna lavoratrice/imprenditrice.

Alcune di queste problematiche (Scarsità dei servizi pubblici di sostegno alla genitorialità ed inadeguatezza degli orari dei servizi stessi e degli uffici pubblici competenti), potrebbero essere risolte con una gestione dei servizi pubblici locali più attenta e mirata ai bisogni reali del cittadino, spending review e patto di stabilità permettendo.

Le altre problematiche di genere riguardano la sfera della flessibilità del lavoro e dell'organizzazione aziendale dello stesso. In questo caso provvedimenti normativi specifici potrebbero risultare decisivi, al fine anche di consentire uno sviluppo del PIL di carattere propulsivo e conseguentemente dei servizi di genere. Questa affermazione nasce da una teoria, denominata Womenomics, la quale si basa sul presupposto del premio Nobel 2010 per l'economia, C. Pissarides, il quale sostiene che quando le donne lasciano la famiglia ed entrano nel mercato del lavoro creano una domanda aggiuntiva di servizi che spaziano dall'accudimento dei figli e/o degli anziani a tutta la gamma dei lavori domestici. Maurizio Ferrera ha tradotto in numeri questa teoria. Secondo i suoi calcoli l'ingresso nel mondo del lavoro di 100 donne inattive crea ben 15 nuovi posti di lavoro legati appunto al sociale. Si tratta fondamentalmente di servizi alla persona che hanno il vantaggio di non essere delocalizzabili in Paesi a più basso costo della manodopera. Purtroppo in Italia questo tipo di servizi è poco sviluppato, sia sotto il profilo qualitativo che quantitativo, questo anche a causa di un tasso di occupazione femminile talmente basso da non generare una sufficiente spinta al settore. D'altro canto, il livello di sottosviluppo di questi servizi, spesso induce una donna ad abbandonare il mercato del lavoro o rende scarsamente conveniente l'ingresso. Sta di fatto che, sulla base della citata teoria, in un paper di Kathy Matsui, analista di Goldman Sachs, si calcola che l'ingresso sul mercato del lavoro di un milione di donne inattive farebbe crescere il PIL del 3% in quanto l'occupazione femminile ha un effetto espansivo superiore a quella maschile:

In una sua recente indagine, Banca d'Italia ribadisce il concetto sopra esposto e stima che il conseguimento dell'obiettivo di un tasso di occupazione femminile al 60%, definito a livello europeo dal trattato di Lisbona, comporterebbe, anche ipotizzando un effetto negativo sulla produttività di 0,3 punti percentuali, un aumento del Pil fino al 7%. Un buon motivo per sviluppare iniziative a favore dell'imprenditoria di genere. E' chiaro, infatti, che la spinta al tasso di occupazione femminile non può venire soltanto dal lavoro dipendente, ma anche dall'imprenditorialità femminile, sempre più capace di diffondersi ai vari livelli di gestione aziendale, dalla titolarità di impresa alla partecipazione societaria, passando sempre più per una partecipazione di primo piano nei consigli di amministrazione. Anna Maria Tarantola, già vicedirettore generale della Banca d'Italia, ha sottolineato come la presenza femminile fra gli amministratori di imprese stia progressivamente aumentando. Si pensi che le donne che a fine 2009 sedevano nei board delle società di capitali erano poco più del 14% contro il 12% circa nel 2001. Queste presenze si concentrano soprattutto tra le imprese di minore dimensione a prevalente conduzione familiare. La quota femminile all'interno dei cda delle società di capitali va dal 15,7% nelle aziende con fatturato inferiore ai 50 milioni di euro all'8,3% tra le società con fatturato superiore ai 200 milioni di euro. Quanto alle posizioni dirigenziali, la quota delle donne è in crescita ma rimane lontana da una situazione di parità, la percentuale nel complesso è, infatti, salita dal 26% del 2008 al 29% due anni dopo. La situazione è peggiore nel settore privato, dove nel 2010, a fronte di una presenza femminile del 40% fra gli occupati più giovani (15-44 anni) e del 36% nella fascia più matura (45-64), le dirigenti donne risultano essere rispettivamente il 24 ed il 15%. La percentuale di donne con figli che occupano posizioni dirigenziali all'interno delle imprese italiane è la più bassa tra i paesi europei. Quest'ultimo è, infatti, il nodo cruciale, il tempo dedicato a casa e famiglia per le donne italiane resta molto maggiore che negli altri Paesi e anche le retribuzioni sono più basse del 10%. Servirebbero un miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi di supporto alla famiglia (nidi d'infanzia, scuole materne, case di cura e di riposo per anziani etc.) e una organizzazione del lavoro volta a consentire una migliore conciliazione tra vita e lavoro, una riduzione dei disincentivi impliciti nel regime fiscale e si potrebbe aggiungere anche una equiparazione dei redditi con il mondo maschile.

Fare impresa costituisce spesso per una donna una soluzione di lavoro flessibile che consente di meglio conciliare lavoro e vita privata, realizzazione delle proprie idee e custodia della famiglia, nonché di ambire ad un'autonomia reddituale e decisionale equiparabile a quella degli uomini, così come emerge chiaramente dai risultati dell'indagine qualitativa fulcro di questo lavoro. La CISL Toscana indica anche un altro buon motivo da parte delle donne per abbandonare il lavoro dipendente ed entrare a fare dell'imprenditoria attiva. Infatti, una recente indagine CISL di non molto tempo, condotta tra le donne toscane, ha evidenziato come il 27,2% delle lavoratrici intervistate (1 donna su 4) ha dichiarato che la maternità ha condizionato in modo negativo la propria carriera professionale. Peggio ancora, il 21% delle lavoratrici ha dichiarato che al momento dell'assunzione sono state chieste loro informazioni sulla propria situazione sentimentale e sulla volontà di avere figli. Insomma, un atteggiamento del tessuto imprenditoriale degno di un paese del Terzo mondo più che della Comunità europea.

Molto può e deve ancora essere fatto per dar vita ad una vera situazione di pari opportunità sia sul fronte imprenditoriale che nel mondo del lavoro dipendente. Esperienze concrete di Paesi europei hanno dimostrato, ad esempio, l'efficacia del voucher (buono di servizio) come strumento di welfare immediato e flessibile, specialmente se proposto per servizi "sociali" che potrebbero sollevare le lavoratrici/imprenditrici da alcune incombenze familiari. Si tratta solo di un esempio, ma molti sono gli strumenti di politica sociale ad oggi sperimentati.

Del resto, specialmente in un momento drammatico di crisi economia globale come questo non si può pensare che il commercio estero funga da solo come volano della crescita. L'Italia, insieme all'Europa, deve mettere le donne in condizione di essere un altrettanto valido strumento propulsivo

per lo sviluppo, nell'ottica delle sopra esposte ragioni di beneficio sociale e di ricchezza interna prodotta.

In attesa che l'Italia riesca a compiere quel salto culturale necessario non solo per il bene del PIL e dell'economia del Paese ma anche per la valorizzazione umana delle donne, ci auguriamo di aver contribuito, con questa indagine, a conoscere meglio l'universo femminile locale sotto il profilo imprenditoriale, contestualizzandone l'immagine in un periodo storico dell'economia tra i più difficili, nella speranza che emerga forte e chiaro un fabbisogno di politiche sociali che possano essere viste non come un costo per welfare, ma come un opportunità per mettere in moto un meccanismo virtuoso di crescita imprenditoriale, occupazionale ed economica, a tutto vantaggio anche delle casse dello Stato.

6. NOTA METODOLOGICA

Per la realizzazione dell'indagine commissionata dal Comitato per l'imprenditoria femminile della CCIAA di Livorno è stato predisposto un campione di 448 imprese numericamente dimensionato e suddiviso in modo tale da rispettare quella che, all'interno dell'imprenditoria femminile, risulta essere la distribuzione delle imprese per SEL, settore di attività, forma giuridica e incidenza dell'artigianato. Nel rispetto dei suddetti parametri sono stati poi individuati, in modo totalmente casuale, i nominativi delle imprese. Al fine di garantire una certa continuità con l'indagine del 2006, il nuovo campione è costituito nella misura del 13,5% da imprese (18) che hanno partecipato anche alla suddetta passata edizione.

Lo svolgimento dell'indagine ha richiesto 2.799 telefonate, attraverso le quali si è riusciti a contattare effettivamente 344 imprese su 448 che costituivano il campione iniziale. Non è stato possibile contattare 121 nominativi di azienda a causa di difficoltà di reperimento del numero di telefono. I 344 contatti effettivi realizzati hanno invece consentito la conclusione di 133 interviste. Le cause di mancato buon fine dei 211 contatti (344-133) sono elencate nella tabella 1.

Tab. 1

TOTALE TELEFONATE EFFETTUATE	2.799	
TOTALE IMPRESE CONTATTATE	465	
TOTALE VERI CONTATTI AL NETTO DEI NUMERI ERRATI O INESISTENTI	344	100%
Sondaggio concluso	133	39%
Motivi di non partecipazione	211	61%
Rifiuto a partecipare	114	33%
Non risponde (telefono o mail)	49	7%
Imprenditrice Irreperibile per il periodo di rilevazione	19	6%
Nessuno in azienda in grado di fornire informazioni	15	4%
Azienda chiusa/non attiva nel periodo di interesse	9	3%
FAX	4	1%
Fuori target	1	0%

La somministrazione telefonica del questionario alle imprese è stata condotta dal Call center dell'ISR (Istituto Studi e Ricerche) Azienda Speciale della CCIAA di Massa Carrara. Tutti gli altri step di lavoro, inerenti l'indagine in oggetto (dalla definizione del campione all'analisi dei risultati finali), sono stati condotti dallo staff del Centro Studi e Ricerche, Azienda Speciale della CCIAA di Livorno. Pertanto, la fonte dei dati citati o inseriti in tabelle o grafici nell'analisi in oggetto è da intendersi sempre come elaborazione del Centro Studi su dati forniti direttamente dalle imprese partecipanti al sondaggio.

Il questionario somministrato telefonicamente alle imprese prevedeva 31 domande relative alle caratteristiche distintive dell'impresa, ai fattori di successo ed insuccesso delle imprese femminili, alla conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, all'andamento dell'impresa negli ultimi anni (fatturato e investimenti), al rapporto con il credito ed alla conoscenza del Comitato per l'imprenditoria femminile della CCIAA.

E' opportuno precisare che, in massima parte, la causa dei principali motivi di non partecipazione è da imputare al mese di rilevazione che, in alcune zone coincide con il periodo di chiusura per ferie, mentre in altre con il picco di lavoro dovuto ad un'attività stagionale.

Si allega di seguito il questionario su cui si è basata l'indagine.



INDAGINE QUALITATIVA SULL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

Caratteristiche distintive dell'imprenditrice

1. Titolo di studio dell'imprenditrice

- ☐ licenza elementare/media ☐ diploma di scuola superiore ☐ qualifica professionale ☐ titolo universitario

2. Età

- ☐ fino a 35 ☐ oltre 35

3. Anno di costituzione dell'attività

- ☐ da 0 a 3 anni ☐ da 3 a 10 anni ☐ oltre 10 anni

4. Che cosa faceva prima di diventare imprenditrice?

- ☐ Studentessa ☐ Disoccupata ☐ Dipendente ☐ Casalinga Altro (specificare) _____

5. Ha avuto precedenti esperienze imprenditoriali prima di questa? **Si** **No**

6. Se sì, per quanto tempo? _____

7. Perché quell'esperienza si è conclusa? (è ammessa una sola risposta)

- ☐ Insoddisfazione personale
☐ Scarsa redditività dell'azienda
☐ Motivi familiari/personali
☐ Cambiamenti di mercato
☐ altro

8. Cosa l'ha spinto ad avviare la sua attuale attività? (indicare la motivazione principale):

- ☐ Ero disoccupata ☐ Maggiore autonomia decisionale ☐ Realizzazione delle proprie idee e delle attitudini personali ☐ Migliore gestione dei ritmi/carichi familiari e del tempo libero ☐ Maggiori possibilità di guadagno e/o l'indipendenza economica
☐ Altro

9. Quando ha cominciato la sua attività, a chi si è rivolta per avere consigli e aiuti? (max 3 risposte):

- ☐ Famiglia/ Amici ☐ Commercialista ☐ Camera di Commercio ☐ Banca ☐ Altro.

10. Quali servizi ritiene più importanti in fase di avvio dell'attività? (max 3 risposte):

- ☐ Informazioni sullo start up d'impresa
- ☐ Orientamento al mercato di riferimento
- ☐ Formazione personale e dei dipendenti
- ☐ Consulenza fiscale e legale
- ☐ Accesso al credito ed alle agevolazioni previste
- ☐ La progettazione di un piano d'impresa (business plan)
- ☐ Altro

Fattori di successo ed insuccesso delle imprese femminili

11. Sede operativa dell'impresa:

- ☐ di proprietà
- ☐ in affitto

12. Tipologia di inizio attività

- ☐ Ereditata per familiarità con l'imprenditore fondatore
- ☐ Avviata in proprio da sola o in società

13. Raggio competitivo dell'impresa (n.b.: è possibile barrare più di una risposta)

- ☐ locale
- ☐ regionale
- ☐ nazionale
- ☐ internazionale

14. Numero di dipendenti

- ☐ nessuno
- ☐ da 1 a 3
- ☐ da 4 a 9
- ☐ da 10 a 20
- ☐ oltre 20

15. Quali ritiene che siano i punti forti della sua impresa? (max 3 risposte):

- ☐ Il prodotto / servizio
- ☐ Il prezzo
- ☐ L'organizzazione
- ☐ La comunicazione
- ☐ Le risorse umane
- ☐ L'esperienza maturata nel tempo
- ☐ La capacità di innovare
- ☐ Il rapporto con i clienti
- ☐ Il rapporto con i fornitori
- ☐ Altro

16. Quali ritiene siano i punti deboli della sua impresa? (max 3 risposte):

- ☐ Il prodotto / servizio
- ☐ Il contenuto tecnologico del prodotto/servizio
- ☐ Il prezzo
- ☐ L'organizzazione
- ☐ La comunicazione
- ☐ Le risorse umane
- ☐ La mancanza di esperienza
- ☐ La collocazione geografica
- ☐ La capacità di innovare
- ☐ Il rapporto con i clienti
- ☐ Il rapporto con i fornitori
- ☐ Il rapporto con il sistema creditizio
- ☐ Altro

**17. Fra i seguenti fattori, quali le pongono le maggiori difficoltà al momento?
(Indichi i primi tre in ordine di importanza)**

- | | | | |
|--|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Scarse risorse finanziarie | <input type="checkbox"/> 2. La burocrazia | <input type="checkbox"/> 3. Mancanza di manodopera specializzata | <input type="checkbox"/> 4. Difficoltà di innovare |
| <input type="checkbox"/> 5. L'accesso a nuovi mercati | <input type="checkbox"/> 6. Competenze professionali delle risorse umane | <input type="checkbox"/> 7. La difficoltà a reperire Informazioni | <input type="checkbox"/> 8. L'incertezza di mercato e la crisi economica |
| <input type="checkbox"/> 9. La concorrenza | <input type="checkbox"/> 10. La complessità delle leggi di riferimento | <input type="checkbox"/> 11. L'accesso al credito | <input type="checkbox"/> 12. Altro |

**18. In questo momento, quali tra questi servizi ritiene “strategici” per la sua attività?
(Indichi i primi tre in ordine di importanza)**

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Informazioni sulle agevolazioni all'impresa | <input type="checkbox"/> Orientamento ai mercati di sbocco | <input type="checkbox"/> Formazione |
| <input type="checkbox"/> Consulenza fiscale e legale | <input type="checkbox"/> Assistenza all'accesso al credito | |

La conciliazione dei tempi di vita e del lavoro

19. Quali sono secondo lei le problematiche che ostacolano la conciliazione tra il lavoro e la vita quotidiana di una imprenditrice?

- ☐ Scarsi servizi di sostegno alla genitorialità (servizi di accoglienza dei minori)
- ☐ Inadeguatezza dell'orario dei servizi pubblici di accoglienza dei minori
- ☐ Tempistiche di lavoro scarsamente compatibili con le esigenze familiari
- ☐ Difficoltà di gestione degli impegni e il tempo dedicato alla famiglia
- ☐ Normativa penalizzante/inadeguata per una donna lavoratrice/imprenditrice
- ☐ Altro

Andamento dell'impresa

20. Andamento del fatturato 2011 rispetto al 2010

- ☐ aumentato ☐ diminuito ☐ stabile **Valore assoluto fatturato 2011:€**

21. Andamento del fatturato 2011 rispetto al 2008

- ☐ aumentato ☐ diminuito ☐ stabile ☐ attività iniziata successivamente

22. Andamento dell'occupazione rispetto alla data di inizio dell'attività

- ☐ aumentata ☐ diminuita ☐ stabile

**23. Qual è la strategia attuata dalla sua impresa per rispondere all'attuale crisi?
(massimo 3 risposte)**

- ☐ Riduzione dei prezzi
- ☐ Razionalizzazione dei costi di approvvigionamento
- ☐ Razionalizzazione costi per più efficiente fornitura di prodotti/servizi
- ☐ Riduzione degli ordini ai fornitori
- ☐ Ricapitalizzazione dell'azienda con mezzi propri
- ☐ Ricorso all'indebitamento bancario
- ☐ Maggior dilazione nei tempi di pagamento ai fornitori
- ☐ Modifica della gamma dei prodotti/servizi offerti

- ☐ Miglioramento della qualità dei prodotti/servizi offerti
- ☐ Ricerca di nuovi canali/forme distributive/promozionali
- ☐ Adesione ad iniziative di rete attivate da associazioni/consorzi/enti pubblici
- ☐ Realizzazione di programmi di investimento
- ☐ Riduzione della dotazione organica e/o chiusura dell'attività

Rapporto con il credito

24. Dal 2009 ad oggi ha incontrato difficoltà nell'accesso al credito? **Si** **No**

25. Se sì quali?

- ☐ Minori concessioni di credito/scoperto
- ☐ Richiesta di maggiori garanzie
- ☐ Aumento dei tassi di interesse passivi
- ☐ Altro

26. Fino ad oggi, con quali fonti finanziarie ha gestito la liquidità e la gestione ordinaria? (massimo tre risposte)

- ☐ Capitale personale e/o di familiari
- ☐ Risorse interne dell'impresa (utili accantonati)
- ☐ Credito ottenuto dalle banche
- ☐ Capitale di soci finanziatori, prestiti di finanziarie
- ☐ Fondi pubblici (nazionali, regionali, ecc.)
- ☐ Credito agevolato attraverso i confidi
- ☐ Altro

Investimenti

27. Ha realizzato investimenti nel 2011? **Si** **No**

28. Pensa di realizzare investimenti nel futuro? **Si** **No**

29. In caso affermativo, a quali fonti finanziarie pensa che attingerà per realizzarli? (massimo tre risposte):

- ☐ capitale personale e/o di familiari
- ☐ risorse interne dell'impresa (utili accantonati)
- ☐ credito ottenuto dalle banche
- ☐ capitale di soci finanziatori, prestiti di finanziarie
- ☐ fondi pubblici (nazionali, regionali, ecc.)
- ☐ credito agevolato attraverso i confidi
- ☐ altro

Il Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Livorno

30. Conosce le attività avviate dal Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Livorno? **Si** **No**

31. Ha qualche suggerimento da dare al Comitato?

CAPO REDATTORE
Renzo Pratesi

RESPONSABILE DI REDAZIONE
Raffaella Antonini

COORDINAMENTO EDITORIALE
Silvia Piccini
Katia Le Rose

*Segreteria del Comitato per l'imprenditoria femminile c/o CCIAA Livorno
Piazza del Municipio, 48 – Livorno
e-mail – imprenditoria.femminile@li.camcom.it
Tel. 0586 231316
L'indagine è consultabile collegandosi al sito www.li.camcom.gov.it*