

**Francesca Maria Cesaroni
Annalisa Sentuti**

**IMPRESE FEMMINILI
E CRISI ECONOMICA**

**Credito, competitività
e conciliazione
in una prospettiva
di genere**

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



La ricerca oggetto di questo volume è stata svolta per conto della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa di Pesaro-Urbino (CNA).



Confederazione Nazionale *dell'Artigianato*
e della *Piccola e Media Impresa*
Associazione provinciale di Pesaro e Urbino

La presente pubblicazione è stata finanziata da:



BANCA DELL'ADRIATICO



Camera di Commercio
Pesaro e Urbino



fidimpresa
marche



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

**Francesca Maria Cesaroni
Annalisa Sentuti**

**IMPRESE FEMMINILI
E CRISI ECONOMICA**

**Credito, competitività
e conciliazione
in una prospettiva
di genere**

FrancoAngeli

Copyright © 2014 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Prefazione	pag.	9
Introduzione , di <i>Francesca M. Cesaroni e Annalisa Sentuti</i>	»	13
1. L'imprenditorialità femminile tra passato e presente. Evoluzione degli studi e presentazione del volume , di <i>Francesca M. Cesaroni</i>	»	17
1.1. L'evoluzione degli studi sull'imprenditorialità femminile	»	17
1.2. La posizione delle imprese femminili durante la crisi. Gli obiettivi della ricerca	»	21
1.3. Raccolta dei dati e metodologia della ricerca	»	23
1.4. Il profilo delle imprese e degli imprenditori	»	27
Bibliografia	»	33
2. L'impatto della crisi economica e finanziaria in ambito nazionale e locale , di <i>Annalisa Sentuti</i>	»	35
2.1. Introduzione	»	35
2.2. Gli effetti della crisi economica e finanziaria sull'economia italiana	»	36
2.3. L'economia marchigiana alle prese con la crisi	»	41
2.4. L'andamento dell'imprenditorialità a livello nazionale e regionale	»	46
2.5. Le imprese femminili hanno resistito meglio alla crisi	»	51
2.6. L'impatto della crisi sulle imprese della provincia di Pesaro e Urbino: i risultati della ricerca	»	57
Bibliografia	»	66
3. Strategie per affrontare la crisi: difendersi o aggredire? , di <i>Francesca M. Cesaroni</i>	»	69
3.1. Introduzione	»	69

3.2. La crisi economica tra minacce e opportunità. Quali strategie per affrontarla?	pag.	71
3.3. I fattori soggettivi che condizionano la scelta della strategia per reagire alla crisi. Le differenze tra uomini e donne	»	78
3.4. I risultati della ricerca empirica	»	84
3.4.1. Raccolta dei dati e finalità dell'analisi	»	84
3.4.2. Le azioni strategiche intraprese da imprenditori e imprenditrici per affrontare la crisi	»	85
3.4.3. Profili strategici di imprenditori e imprenditrici	»	88
3.5. Conclusioni	»	93
Bibliografia	»	96
4. L'accesso al credito e i rapporti con il sistema bancario, di <i>Francesca M. Cesaroni</i>	»	101
4.1. Introduzione	»	101
4.2. I risultati delle ricerche svolte in Italia e all'estero	»	103
4.2.1. Imprese femminili e accesso al credito. Un problema aperto	»	103
4.2.2. Le differenze tra imprese maschili e femminili e i criteri di valutazione del merito creditizio	»	105
4.2.3. Esiste una discriminazione di genere nell'accesso al credito bancario?	»	109
4.2.4. Donne imprenditrici e banche. I debiti fanno paura?	»	111
4.3. L'impatto della recente crisi economica sull'accesso al credito. Come è cambiata la posizione delle imprese femminili?	»	114
4.4. L'accesso al credito in tempi di crisi. I risultati della ricerca empirica	»	118
4.4.1. Crisi economica e comportamenti delle banche. Le opinioni di imprenditori e imprenditrici	»	118
4.4.2. Il ricorso al credito bancario	»	122
4.4.3. Il ruolo dei confidi	»	128
4.4.4. L'evoluzione della crisi e le scelte di finanziamento. Le prospettive future	»	130
4.4.5. Donne e uomini allo sportello. Il ruolo del genere dell'interlocutore bancario nel determinare le condizioni di accesso al credito	»	132
4.5. Considerazioni conclusive	»	134
Bibliografia	»	137

5. Impresa e famiglia: conciliazione in tempo di crisi , di <i>Annalisa Sentuti</i>	pag.	142
5.1. Introduzione	»	142
5.2. Lavoro e famiglia: rivali o alleati?	»	144
5.3. Donne imprenditrici e <i>work-life balance</i>	»	149
5.4. La conciliazione durante la crisi	»	153
5.5. I risultati della ricerca empirica	»	156
Bibliografia	»	170
Appendice	»	175

PREFAZIONE

La pubblicazione *Imprese femminili e crisi economica* rappresenta un nuovo progetto editoriale della CNA di Pesaro e Urbino riguardante la realtà imprenditoriale femminile nella nostra provincia. E non solo. Il lavoro, infatti, pone a confronto due universi ugualmente importanti per l'economia, le imprese a conduzione maschile e quelle gestite dalle donne. Aziende che sul mercato affrontano gli stessi problemi ma la cui conduzione, anche per le responsabilità familiari che incombono sulle titolari imprenditrici, risulta decisamente più complicata.

Si tratta di un lavoro editoriale importante, curato dall'Università degli Studi di Urbino, che contiene un'analisi condotta a livello provinciale sulle misure adottate dalle imprese per fronteggiare questi anni di crisi e sulle difficoltà legate all'accesso al credito. Nel volume viene, inoltre, trattato il tema della conciliazione, nella consapevolezza che il *work-life balance* rappresenta uno degli aspetti fondamentali da affrontare quando si analizza il fenomeno dell'imprenditorialità femminile.

L'indagine è stata svolta su un campione di imprese individuali femminili e maschili; questo ha permesso una comparazione di genere circa gli effetti del particolare momento economico sulle aziende intervistate.

La ricerca è importante perché consente di vedere come si è modificata la nostra realtà socio-economica dal 2008 ad oggi e costituirà la base per la progettazione di politiche mirate e iniziative volte a favorire l'imprenditorialità femminile (ma anche quella maschile) della nostra provincia. D'altra parte i dati confermano che sono sempre di più le imprese a conduzione femminile. Ormai il 25% dell'universo delle imprese che operano nel nostro Paese sono gestite da donne. Donne che in questi anni stanno facendo fronte alla crisi con più risolutezza e determinazione dei loro colleghi uomini. E questa loro tenacia viene premiata anche dal mercato, come dimostrato dai dati relativi alla natalità e alla mortalità delle imprese, i quali

negli ultimi anni hanno sempre visto le imprese femminili in una posizione di vantaggio.

È proprio dalla lettura di questi dati, dai risultati della ricerca, dalle progettualità messe in campo e dal buon esito delle iniziative sempre promosse a favore delle imprenditrici, che la CNA vuole trarre ispirazione e sostegno per future analisi, proposte e azioni.

Allo stesso tempo, ci pare doveroso segnalare il grande lavoro svolto da CNA Impresa Donna nel territorio in questi anni. La CNA di Pesaro e Urbino, in particolare, nell'istituire i gruppi di interesse come CNA Giovani e CNA Impresa Donna, denota una forte sensibilità nei confronti delle giovani generazioni e delle donne e nella progettazione del loro futuro imprenditoriale.

CNA di Pesaro e Urbino
CNA Impresa Donna FIDIMPRESA Marche

Il Ministero per lo Sviluppo Economico, Dipartimento Pari Opportunità, e l'Unioncamere, per sostenere e ampliare il ruolo sempre maggiore svolto dal dinamismo femminile nel sistema economico nazionale, nel febbraio 2013 hanno firmato il rinnovo del protocollo d'intesa – della durata di cinque anni – per rafforzare il ruolo della donna nelle politiche di sviluppo del Paese e recuperare il gap italiano di partecipazione femminile al mondo del lavoro rispetto alla media Ocse.

Si è in quella occasione confermato e rafforzato l'impegno in corso già da diversi anni.

La Camera di Commercio di Pesaro e Urbino è stata, infatti, fra le prime a raccogliere l'invito alla collaborazione con il mondo imprenditoriale femminile lanciato con il primo Protocollo d'Intesa tra Ministero Attività Produttive e Unioncamere del 28 febbraio 2003, e perciò il Comitato per la promozione dell'Imprenditoria Femminile (CIF) della nostra provincia ha ormai una storia più che decennale.

La collaborazione e il sostegno camerale si manifestano nel fornire al Comitato una struttura di appoggio, con i locali e le attrezzature sempre messi a disposizione per le diverse attività da svolgere, una segreteria, una parte dedicata nel sito camerale, conferenze stampa convocate per la diffusione delle iniziative che vengono realizzate con i fondi specificamente riservati all'interno del bilancio camerale.

Il CIF attualmente in carica da fine 2012, con Presidente Sabina Cardinali di CNA, e vicepresidente Sara Muratori di Confcommercio, intrattiene rapporti di collaborazione, anche mediante protocolli d'intesa, con le diverse realtà locali e regionali dedicate al supporto di attività economiche e al sostegno in particolare delle realtà femminili.

Esso, anche autonomamente, organizza attività di sensibilizzazione per la risoluzione di criticità che si trova ad affrontare il mondo imprenditoriale, ad esempio, in questo periodo di crisi profonda, in materia di credito, mettendo inoltre a disposizione attività di formazione, e si adopera per valorizzare le eccellenze, particolarmente in rapporto all'apertura alla scena internazionale, che può costituire un discriminante fondamentale, per dare oggi possibilità di successo alle idee imprenditoriali migliori.

Gr. Uff. *Alberto Drudi*
Presidente della Camera di Commercio
Pesaro e Urbino

Con *Imprese femminili e crisi economica* la Banca dell'Adriatico sposa un altro progetto della CNA di Pesaro e Urbino. Questa volta relativo all'imprenditoria femminile, una realtà importante per l'economia del territorio che, stando alle cifre, resiste meglio alla crisi e aumenta numericamente ogni anno.

Lo dimostrano le cifre che indicano che a livello nazionale, su 618.345 imprese giovanili, oltre una su quattro è guidata da donne, mentre delle 6.049.220 complessive il 21,4% è rosa. Le imprese rosa, è dimostrato, hanno più sprint. In soli sei mesi quelle under 35 sono avanzate ad un ritmo del 5,8% staccando di gran lunga l'intera base imprenditoriale femminile che, comunque, nonostante le difficoltà è cresciuta dello 0,8% doppiando il passo dei colleghi uomini. A livello provinciale le imprese femminili, rispetto al totale, rappresentano il 21,09% del totale totalizzando ben 8.760 imprese al 30 settembre 2014 (dati Unioncamere, novembre 2014).

Dalla lettura di questi dati è facile comprendere quanto sia importante per Banca dell'Adriatico questa realtà fatta di piccole e piccolissime imprese. Non a caso lo scorso giugno è stato firmato un protocollo d'intesa con la CNA per lo sviluppo e la crescita delle imprese a prevalente partecipazione femminile e delle lavoratrici autonome. Con questa firma abbiamo aggiunto un altro importante tassello nel percorso per rendere più facile l'accesso al credito delle imprenditrici. Il protocollo prevede condizioni competitive rispetto alla normale offerta su operazioni simili e con lo stesso grado di rischio.

L'obiettivo è quello di realizzare nuovi investimenti, materiali o immateriali, per lo sviluppo dell'attività di impresa ovvero della libera professione; favorire la costituzione di nuove imprese, ovvero l'avvio della libera professione; favorire la ripresa delle PMI e delle lavoratrici autonome che, per effetto della crisi, attraversano una situazione di momentanea difficoltà.

Roberto Dal Mas

Direttore generale Banca dell'Adriatico

INTRODUZIONE

di *Francesca M. Cesaroni e Annalisa Sentuti*

Questo volume illustra i risultati di una ricerca promossa dalla Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa di Pesaro-Urbino (CNA), realizzata in collaborazione con il Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

L'obiettivo dell'indagine è stato quello di analizzare l'impatto che la crisi economica e finanziaria ha avuto – nel periodo 2008-2013 – sulle microimprese della provincia di Pesaro e Urbino iscritte all'associazione, con particolare riferimento: all'andamento delle performance aziendali durante la recessione; alle strategie adottate per far fronte alla crisi; all'evoluzione dei rapporti con il sistema bancario e dell'accesso al credito; alla gestione della conciliazione tra attività aziendale e vita privata. Il lavoro si concentra soprattutto sulle donne imprenditrici, protagoniste dell'indagine svolta e poste a confronto con i colleghi imprenditori, per comprendere se le imprese femminili hanno vissuto e affrontato la crisi in modo analogo o diverso rispetto alle imprese maschili.

La ricerca è stata condotta tramite la somministrazione di un questionario – integralmente riportato in Appendice – a un campione di 150 imprese femminili e 150 imprese maschili. Ai risultati emersi, opportunamente integrati con una sintesi dei principali studi realizzati in ambito nazionale e internazionale sui singoli argomenti, sono dedicati quattro dei cinque capitoli in cui si articola il presente volume, preceduti da un capitolo introduttivo che ha il compito di presentare la ricerca e il contesto teorico in cui essa si inserisce.

Il capitolo 1, infatti, introduce il tema dell'imprenditorialità femminile, illustrando l'evoluzione che gli studi in merito hanno avuto dagli anni Settanta ad oggi. Dopo aver chiarito le motivazioni che hanno sollecitato una nuova attenzione verso questo argomento, da parte degli studiosi e di tutti coloro che a diverso titolo si occupano di imprenditorialità femminile, vengono illustrati gli obiettivi della ricerca, la metodologia utilizzata per la

raccolta dei dati e la composizione del campione oggetto dell'indagine. Il capitolo termina tracciando il profilo delle imprese (settore, età, mercato, fatturato ecc.), nonché delle imprenditrici e degli imprenditori che hanno partecipato alla ricerca (età, stato civile, composizione della famiglia, livello di istruzione).

Il capitolo 2 ha il compito di ricostruire il quadro economico e la situazione congiunturale in cui si inserisce l'indagine, al fine di delineare una panoramica degli effetti che la crisi ha sortito sul contesto socio-economico italiano, nonché sull'imprenditoria nazionale e regionale. L'analisi dell'andamento di alcune grandezze economiche e non durante la recessione (PIL, produttività, tempi di pagamento, fallimenti, disoccupazione, consumi delle famiglie), unita ai dati demografici sulla natalità e mortalità delle imprese, offre: da un lato, l'immagine di un sistema economico in forte difficoltà; dall'altro, l'evidenza di come le imprese femminili abbiano resistito meglio alla crisi, rispetto a quelle maschili, sia in ambito nazionale che regionale. Vengono, infine, illustrati i risultati della ricerca riguardo all'impatto che la crisi economica ha avuto sulle performance economiche, finanziarie e occupazionali delle imprese oggetto dell'indagine.

Il capitolo 3 è dedicato al comportamento strategico adottato dalle imprese per affrontare la crisi e si articola in due parti. Nella prima vengono descritti i principali risultati emersi dalla letteratura riguardante le strategie da adottare per fronteggiare le situazioni di crisi economica. Vengono inoltre sinteticamente presentati gli studi che hanno indagato le caratteristiche del soggetto imprenditoriale e hanno individuato i fattori soggettivi che condizionano la scelta della strategia da adottare per reagire alla crisi. Nella seconda parte, sono illustrati i risultati della ricerca con riferimento alle azioni adottate per far fronte alla crisi da parte delle imprenditrici e degli imprenditori del campione, vengono proposti quattro profili strategici individuati sulla base della *factor* e *cluster analysis* e prese in esame le differenze di genere riscontrate nei comportamenti strategici indicati.

Nel capitolo 4 viene affrontato un argomento caro agli studi sull'imprenditorialità femminile, quello dell'accesso al credito e, più in generale, del reperimento di fonti di finanziamento, che è stato oggetto di numerosi studi e indagini empiriche, giunti spesso a risultati contraddittori. Dopo una puntuale rassegna della letteratura nazionale e internazionale sull'argomento, il capitolo illustra i principali risultati emersi dalla ricerca con lo scopo di comprendere: a) il punto di vista di imprenditori e imprenditrici riguardo ai comportamenti tenuti dal sistema bancario durante la crisi e ai criteri adottati nei processi di valutazione del merito creditizio delle imprese richiedenti finanziamenti; b) l'impatto della crisi sulla posizione bancaria

delle imprese e le scelte effettuate in termini di ricorso al credito; c) il ruolo dei confidi nei rapporti tra imprese e banche; d) le percezioni di imprenditori e imprenditrici riguardo alla prevedibile evoluzione della crisi e le prospettive relative alle politiche di erogazione di finanziamenti da parte delle banche; d) il ruolo del genere dell'interlocutore bancario nel determinare le condizioni di accesso al credito.

Il quinto e ultimo capitolo riguarda un altro tema cruciale per le donne imprenditrici: la conciliazione tra vita lavorativa e vita privata e familiare o *work-life balance*. I primi paragrafi ripercorrono la principale letteratura sul tema per capire: a) cosa si intende per *work-life balance*, quali sono le principali teorie di riferimento e quali le strategie adottate per favorire la conciliazione; b) se e in che misura l'auto-imprenditorialità può essere considerata una soluzione al problema della molteplicità dei ruoli delle donne e quali conseguenze può comportare tale multi-presenza a livello di gestione dell'impresa; c) come la crisi ha influito in ambito nazionale sulla conciliazione e sull'offerta dei servizi a supporto della famiglia. L'ultima parte del capitolo è finalizzata a presentare i risultati della ricerca e, in particolare, a verificare se la crisi ha influito (positivamente o negativamente) sulla capacità delle imprenditrici e degli imprenditori di conciliare lavoro e vita privata.

A conclusione di queste brevi note introduttive, è doveroso ringraziare alcune persone, senza il cui contributo questa ricerca non sarebbe stata possibile.

Un primo ringraziamento va al Segretario Provinciale della CNA di Pesaro-Urbino, Moreno Bordoni, e al Presidente Provinciale, Alberto Barilari per aver sostenuto questo progetto ricerca e per la sensibilità dimostrata nei confronti di un tema così attuale e così delicato.

Una grande riconoscenza e un ringraziamento particolare a Emilia Esposito e Alessandra Benvenuti, rispettivamente Presidente e Coordinatrice Regionale di CNA Impresa Donna Marche, per averci coinvolto in questa ricerca e per averne seguito da vicino lo svolgimento e lo sviluppo, senza mai farci mancare il loro appoggio e trasmettendoci tutto l'entusiasmo e la passione con cui quotidianamente si impegnano per valorizzare e diffondere la cultura femminile del fare impresa.

Un sincero ringraziamento anche a Sabina Cardinali, Presidente del Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Pesaro e Urbino, per aver appoggiato e condiviso il progetto sin dalle sue prime fasi.

Ringraziamo, inoltre, tutti coloro che hanno contribuito al finanziamento della pubblicazione di questo volume e in particolare: Roberto Dal Mas e Riccardo Corbelli, rispettivamente direttore generale e direttore delle filiali pesaresi della Banca dell'Adriatico; Alberto Drudi, presidente della Camera

di Commercio di Pesaro e Urbino; Stefano Galli, direttore Fidimpresa Marche, provincia di Pesaro e Urbino.

Desideriamo ringraziare, inoltre, Maria Grazia Nardini, responsabile del tesseramento presso la CNA di Pesaro e Urbino, per aver supportato il nostro lavoro di ricerca fin dalle prime fasi dell'analisi.

La nostra riconoscenza va altresì a Claudio Salvi, responsabile dell'ufficio stampa-comunicazione della CNA di Pesaro e Urbino, per il contributo e la collaborazione offerti durante lo svolgimento della ricerca.

Vogliamo, infine, esprimere tutta la nostra profonda gratitudine alle imprenditrici e agli imprenditori che hanno offerto il loro essenziale contributo allo svolgimento di questa indagine. Il nostro lavoro di ricercatori nel campo dell'imprenditorialità ci costringe molto spesso a intrometterci nella vita di imprenditori e imprenditrici, a cui dobbiamo sottrarre tempo prezioso per ottenere informazioni e raccogliere testimonianze e esperienze. Siamo consapevoli di questo sacrificio e proprio per questo siamo estremamente riconoscenti per la disponibilità dimostrata e per la pazienza con cui tutti hanno risposto alle nostre domande e hanno collaborato allo svolgimento di questa ricerca.

1. L'IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE TRA PASSATO E PRESENTE. EVOLUZIONE DEGLI STUDI E PRESENTAZIONE DEL LAVORO

di *Francesca M. Cesaroni*

*L'agire d'impresa si esprime in numeri,
ma riguarda valori e persone: i primi per-
mettono di giudicare, i secondi di capire.*

Preti (2007)

1.1. L'evoluzione degli studi sull'imprenditorialità femminile

Dal momento in cui la presenza di imprese create e guidate da donne ha iniziato a manifestarsi e a prendere consistenza, quello dell'imprenditorialità femminile si è contraddistinto come un fenomeno in rapida crescita, caratterizzato da un dinamismo che ha destato interesse soprattutto perché decisamente più vivace rispetto a quello della controparte maschile e del sistema delle imprese considerato nella sua interezza.

Sono, infatti, numerose le fonti da cui risulta come, a partire dalla metà circa degli anni Settanta, la componente femminile abbia rappresentato una quota sempre più rilevante del contesto imprenditoriale di molti paesi, in cui il numero di imprese fondate, guidate e possedute da donne è aumentato costantemente e a ritmi più sostenuti rispetto a quello maschile. In effetti, i dati disponibili consentono di delineare chiaramente un percorso di crescente rilevanza della componente imprenditoriale femminile: la presenza di donne imprenditrici, benché ancora minoritaria, ha infatti assunto una consistenza particolarmente significativa a livello nazionale e internazionale, con dati che, anche con riferimento agli ultimi anni, segnalano un costante sviluppo del fenomeno.

Le dinamiche che hanno contraddistinto l'andamento dell'imprenditorialità femminile, peraltro, non hanno agito soltanto sul piano quantitativo. Soprattutto in tempi recenti, infatti, si sta assistendo anche a un, seppur lento, cambiamento nella mappatura dei settori tipici dell'imprenditorialità femminile: si è accentuata la presenza delle donne nei settori tipicamente maschili – costruzioni, trasporti, comunicazioni – e si va gra-

dualmente attenuando quel fenomeno della “segregazione orizzontale” che vede le donne prevalentemente presenti nel settore dei servizi e in quelle attività dove la vocazione relazionale e alla cura presenta spesso un’importanza prevalente rispetto al possesso di competenze specialistiche e qualificate (Ascoli *et al.*, 2010).

Dal punto di vista dell’indagine scientifica e della riflessione accademica, i primi segnali di interesse nei confronti delle donne imprenditrici risalgono alla fine degli anni Settanta, specie da parte di studiosi di origine anglo-americana. Prima di allora gli studi erano esclusivamente dedicati a soggetti di sesso maschile e la rappresentanza femminile veniva completamente trascurata o al limite considerata come una componente minoritaria, che si riteneva dotata di connotati comportamentali e motivazionali del tutto assimilabili al profilo dell’imprenditore-tipo.

In quel periodo gli studi sull’imprenditorialità si connotavano, infatti, per una spiccata tendenza verso l’androcentrismo e la riflessione teorica risultava appiattita intorno a una figura di imprenditore apparentemente concepito come neutrale, benché descritto sulla base di fattezze e attributi tipicamente maschili. In effetti, il corpo principale degli studi relativi alla figura imprenditoriale è stato sviluppato nel periodo Sessanta-Settanta, facendo riferimento a soggetti che, pur se considerati indistinti rispetto al genere, venivano però implicitamente identificati come «*white, middle class, males*» (Fielden *et al.*, 2003). Di conseguenza, per usare le parole di Bird e Brush (2002) – due delle più note e impegnate studiosi di imprenditorialità femminile – i temi dell’imprenditorialità e della creazione di nuove imprese per lunghissimo tempo sono stati implicitamente considerati *man’s domain*, data la visione prevalentemente maschile adottata sia nello spiegare le forme e le modalità con cui si estrinseca il processo creativo di un’impresa, sia nell’individuare le variabili esplicative delle scelte e dei comportamenti degli *imprenditori* nell’avviare e nel gestire un’attività economica. Dato il prevalere di quest’ottica, infatti, la presenza femminile nel mondo imprenditoriale ha sofferto di una visione tradizionale e orientata al passato, che ha indotto a percepirla non come manifestazione di una naturale evoluzione sociale, in cui la donna non è più costretta all’interno dei confini, spesso angusti, posti dai ruoli familiari (madre, moglie, donna di casa), ma piuttosto come eccezione, oppure come fenomeno straordinario, che diventa degno di attenzione e suscita interesse proprio per il suo carattere inusuale, nell’ambito di un contesto in cui il modello interpretativo dominante è rimasto per lungo tempo declinato al maschile (Magatti *et al.*, 2000).

A partire dalla fine degli anni Ottanta, a seguito di un periodo caratterizzato da uno straordinario incremento della presenza femminile nella vita

economica, si è accentuato l'interesse verso l'imprenditorialità femminile, spesso studiata con un approccio interdisciplinare, in cui si sono combinati strumenti metodologici e modelli concettuali tipici di diverse aree disciplinari: sociologia, psicologia, management e *organization*, economia. Si rileva pertanto un certo ritardo nell'affermazione di un indirizzo di studio che focalizza il ruolo della donna nelle teorie relative alla formazione e alla gestione delle imprese, per approfondire le modalità con cui esse accedono all'attività imprenditoriale, i problemi e le difficoltà incontrate e le scelte compiute in termini di soluzioni organizzative e di stili e approcci gestionali. Tale ritardo è anche imputabile alla scarsa disponibilità (specie in Italia) di ricerche empiriche e fonti statistiche a cui attingere. Secondo taluni la scarsa visibilità del tema può essere inoltre attribuita a un «duplice processo di esclusione» (Spanò, 1993) attuato sia dagli studi sull'imprenditoria, poco interessati alla creazione di imprese da parte delle donne, sia dalla letteratura sul lavoro femminile, che solo successivamente ha coinvolto nel suo campo di indagine anche il lavoro autonomo.

Alla diffusione di articoli pubblicati sul tema dell'intraprendenza economica delle donne si assiste in particolare nel corso degli anni Novanta, dopo la scarsa attenzione ad esso dedicata nel decennio precedente. In tempi ancora più recenti, anche a seguito delle denunce da più parti mosse agli studiosi di *entrepreneurship*, per aver troppo trascurato un fenomeno che invece andava assumendo un peso crescente, l'attenzione verso l'imprenditorialità femminile si è andata ulteriormente accentuando e molte riviste scientifiche hanno ampliato lo spazio dedicato a questo tema¹. La proliferazione di lavori sull'intraprendenza economica delle donne ha contribuito a rendere finalmente palese il fenomeno e a dare onestamente conto della sua rilevanza. Ma ancora più importante è constatare che, grazie alla diffusione degli studi, si è riusciti a «rendere finalmente concreto e visibile il lato femminile della professione imprenditoriale, le cui caratteristiche di genere per molto tempo sono rimaste sommerse nel mare della neutralità delle teorie economiche e aziendali» (David, 2006, p. 12).

In effetti, ripercorrendo l'evoluzione degli studi su questo tema, si osserva un graduale allontanamento dagli schemi teorici dominanti negli studi sull'imprenditorialità. Dopo una prima fase in cui prevale l'idea dell'uguaglianza tra uomini e donne – per propensione verso l'imprenditorialità, fattori motivazionali e possibilità di successo – si riconosce, in una fase suc-

¹ Si veda, per tutte, la prestigiosa rivista internazionale *Entrepreneurship. Theory and Practice*, la quale, negli anni 2006 e 2007, ha dedicato ben due numeri monografici al tema della *women entrepreneurship* (maggio 2007, Vol. 31, n. 3 – settembre 2006, Vol. 30, n. 5).