



## RISULTATI FOCUS GROUP

### FOCUS GROUP DELL'8/3/2010

Imprenditrici partecipanti:

- S. C., titolare di un'erboristeria
- C. D. C., commercialista
- I. G., titolare di un supermercato
- A. G., titolare di un negozio di abbigliamento intimo
- C. I., produttrice di bigiotteria e gioielli
- R. S., titolare di un'erboristeria
- F. Z., titolare di una lavanderia/tintoria

Responsabili del focus group:

- Carla Fiorio, conduttrice
- Debora Ferrero, verbalizzante

Uditori:

- Nicoletta Bertolone Jones, direttrice dei programmi internazionali della Women's Business Development Agency
- Marina Buratti, componente del Comitato per l'Imprenditoria Femminile di Biella

Dopo una breve presentazione del progetto "Imagining Growth" e la spiegazione dell'obiettivo che, attraverso il focus group, si vuole raggiungere, la riunione prende il via con un giro di conoscenza delle partecipanti: ognuna di esse si presenta raccontando sinteticamente in cosa consiste la propria attività e il percorso che l'ha condotta a diventare imprenditrice. Fin da subito si evidenzia la voglia di raccontarsi e di condividere la propria esperienza. La riunione viene registrata in video e le donne sono consce di essere riprese.

Per quanto riguarda il primo argomento, la **cultura d'impresa**, le partecipanti concordano sul fatto che lo spirito imprenditoriale è qualcosa che si ha dentro e che a un certo punto della vita emerge spingendo a preferire una propria attività al lavoro dipendente. Pur riconoscendo in linea teorica che la cultura d'impresa può essere trasmessa dagli enti preposti all'istruzione e alla formazione, nelle loro esperienze le donne sono tutte state spinte da un moto interiore.

"Bisogna avere fortuna e predisposizione, qualcosa nel DNA, per fare l'imprenditore" dice **C. D. C.** **I. G.** aggiunge: "I mie genitori erano già imprenditori e forse questo ha influito sul mio modo di intendere il lavoro. Da dipendente avevo la tendenza a prendermi più responsabilità di quanto comportasse il mio ruolo, perciò ho scelto di aprire un'impresa per conto mio". **C. I.** sottolinea che anche nel suo caso esisteva "un precedente in famiglia, perché sia mio padre che mia madre avevano delle piccole attività autonome. Cultura d'impresa? Ho seguito un

mio stimolo personale perché da nessuna parte riescono a darti quella spinta fondamentale e soprattutto a prepararti per tutte le conoscenze che un'impresa richiede”.

Assecondare un'inclinazione personale viene dunque indicata come la motivazione principale ad avviare un'impresa; i problemi nascono quando si tratta di affrontare tutte le procedure per tramutare questa predisposizione in una realtà consolidata. “Per me è nato tutto da dentro” spiega **A. G.** “ma essendo da sola è stato un percorso a ostacoli, fatto di sbagli e di conquiste”. “Per me invece è stato fondamentale trovare qualcuno che credesse in me” aggiunge **F. Z.** “avevo la mia idea, il mio progetto, ma ho dovuto faticare non poco per avere un supporto. Alla fine ho trovato un'associazione di categoria, la CNA, che ha visto nel mio progetto d'impresa delle potenzialità e mi ha dato fiducia, ed è questo che mi ha permesso di realizzare il mio sogno”.

Queste dichiarazioni permettono alla discussione di spostarsi sul secondo argomento in scaletta, ovvero l'**avvio di impresa** e le problematiche connesse. Le partecipanti sono sollecitate a discutere sul fatto che le donne sono meno propense degli uomini ad aprire una loro attività e sulle motivazioni alla base di questo atteggiamento. Il coro quasi unanime che si solleva a risposta indica nella famiglia il primo ostacolo: sugli uomini non grava l'impegno di cura di figli e anziani, per cui sono più liberi di intraprendere nuove iniziative. Questo aspetto si collega direttamente a due problemi: da un lato c'è un atteggiamento culturale diffuso, particolarmente accentuato in Italia, che riserva alle donne la responsabilità di crescere i figli e di accudire i parenti più anziani e non le prende in considerazione per altri ambiti; dall'altro lato, vi è una carenza di servizi di supporto alla famiglia che non aiuta uomini e donne a superare questa suddivisione. A ciò si aggiungerebbe anche una scarsa capacità femminile di fare network, di mettere in comune problemi, esperienze e conoscenze con l'obiettivo di superare meglio le difficoltà, nonostante alle donne venga riconosciuta una maggiore propensione alla collaborazione che non quella applicata dagli imprenditori uomini, più sensibili sul tema “competizione”.

“Sulle donne c'è più pressione” dichiara **F. Z.** “perché gli uomini sono convinti che la famiglia sia tutta di competenza delle mogli”. “La minore propensione all'imprenditorialità da parte delle donne” spiega **R. S.** “è un blocco culturale: le donne hanno meno sicurezza nelle proprie capacità perché pensano che il loro unico modo di fare impresa sia la famiglia, quasi fossero geneticamente negate per ogni altro tipo di attività”. La realtà dimostra invece il contrario e nessuna delle imprenditrici partecipanti tornerebbe indietro, limitandosi al lavoro di casalinga. “Lavorando e seguendo la famiglia” sottolinea **A. G.** “c'è equilibrio, c'è soddisfazione in entrambi gli ambiti”. “E poi essere impegnate nel lavoro ha un effetto positivo sui figli” conclude **F. Z.** “perché imparano a vedere le donne con un ruolo attivo e positivo nella società”.

Per quanto riguarda il supporto all'avvio di impresa, le partecipanti lamentano scarsa informazione e una burocrazia troppo estesa; gli aiuti a superare questi ostacoli vengono dalle associazioni di categoria e dai professionisti (commercialisti, avvocati, ecc.), mentre le istituzioni vengono avvertite come lontane e poco collaborative.

Il terzo argomento, ovvero la **crescita d'impresa**, fa nuovamente emergere il fattore culturale come elemento discriminante che limita l'ampliamento delle imprese femminili rispetto a quelle a conduzione maschile. “Gli uomini si buttano di più, sono più spacconi” evidenzia **C. D. C.** “le donne analizzano di più tutti gli aspetti, hanno più remore”. “Il fallimento di una donna” aggiunge **R. S.** “è percepito come molto più grave di quello di un uomo, ecco perché prima di ampliare un'azienda si usa molta cautela”. “Molto dipende dall'educazione che si riceve” sottolinea **S. C.** “se i sessi sono equiparati, una donna può riuscire altrettanto bene di un uomo, è una questione di intelligenza”.

Per quanto riguarda l'ultimo aspetto, l'**accesso ai finanziamenti**, non c'è completa identità di vedute riguardo a una presunta discriminazione da parte delle banche verso le imprenditrici donne. Più che una discriminazione, pare ci sia un preconcetto legato alle capacità femminili di fare impresa e alla loro affidabilità. E' vero, tuttavia, che sta alla donna dimostrare di fronte agli istituti finanziari di non essere e di non sentirsi inferiori. “Bisogna avere l'atteggiamento giusto” spiega **I. G.** “se si ha fiducia in se stesse e non si dimostra alcun senso di

inferiorità, si può ottenere ciò di cui si ha bisogno". "L'errore è in agguato" dice **F. Z.** "ma le banche non capiscono che è anche grazie ad alcuni 'sbagli' che l'azienda può crescere, altrimenti non si impara nulla". "E' importante comunicare che dietro al progetto c'è della sostanza" interviene **C. D. C.** "e porsi con professionalità verso tutti, banche, istituzioni e clienti stessi. E' per questo motivo che sarebbe utile una formazione mirata in questo senso". "Oppure una figura di riferimento" aggiunge **C. I.** "che accompagni la neo imprenditrice dall'inizio e lungo il corso della sua attività, raggiungendo il giusto equilibrio tra supporto e libertà".

### **FOCUS GROUP DEL 18/3/2010**

Imprenditrici partecipanti:

- S. A., titolare di una società di consulenza alle imprese, traduzioni e mediazione culturale
- G. B., titolare di una farmacia
- S. B., titolare di un'agenzia di organizzazione eventi
- L. B., titolare di un centro estetico e di acconciatura
- I. C., wedding planner
- F. D., titolare di un albergo
- M. C. R., produttrice di vini
- N. R., titolare di due supermercati
- P. S., titolare di un supermercato

Responsabili del focus group:

- Carla Fiorio, conduttrice
- Debora Ferrero, verbalizzante

Uditori:

- Nicoletta Bertolone Jones, direttrice dei programmi internazionali della Women's Business Development Agency
- Cinzia Gremmo, presidente del Comitato per l'Imprenditoria Femminile di Biella
- Paola Polastri, componente del Comitato per l'Imprenditoria Femminile di Biella

Dopo una breve presentazione del progetto "Imagining Growth" e la spiegazione del significato del focus group, la riunione prende il via con un giro di conoscenza delle partecipanti: ognuna di esse racconta sinteticamente in cosa consiste la propria attività e il percorso che l'ha condotta a diventare imprenditrice. Il panel appare più variegato rispetto al focus group precedente ma anche in questo caso non c'è bisogno di una sollecitazione particolare a fare parlare le partecipanti, che appaiono molto grate dell'opportunità di comunicare la propria storia.

La **cultura d'impresa** è il primo argomento affrontato. Le partecipanti discutono sul fatto che la spinta all'imprenditorialità sia insita nell'indole personale o possa in qualche modo essere indotta. In alcuni casi prevale la prima opinione, in altri la seconda. "Mettermi in proprio è stata una spinta interiore tutta mia" dice **L. B.**, a cui fa eco **I. C.** spiegando che la sua attività era un'idea che accarezzava da tanti anni e col tempo ha "realizzato che finalmente era fattibile". L'esperienza di **M. C. R.** come imprenditrice è invece più legata al caso: "Mia madre è rimasta vedova e ha dovuto occuparsi della famiglia e del lavoro, per cui fin da piccola ho imparato l'arte di

lavorare duro". "Alla base di qualunque lavoro, dipendente o autonomo che sia" è l'opinione di **N. R.** "ci deve essere la voglia di fare, senza la quale non si conclude nulla. Nel mio caso, mi sono accorta che vivere all'ombra del mio principale mi stava stretto e sono diventata imprenditrice per avere il mio spazio". "Non ho mai sentito la necessità di aprire una mia attività" afferma **S. A.** "ma mi sono trovata nella necessità di farlo e l'ambito di lavoro, che mi piace molto, mi ha aiutata a fare questo passo".

La fase dell'**avvio di impresa** è cruciale. Il primo passo è raccogliere sufficiente coraggio per imboccare la strada dell'imprenditorialità e per non soccombere di fronte ai tanti problemi che tale scelta comporta. In particolare, le partecipanti mettono in luce due grossi nodi di difficoltà: i finanziamenti e il personale dipendente. Avere dei fondi per iniziare una nuova attività è fondamentale ma gli istituti di credito sono molto severi nella concessione di prestiti; più che un preconceito verso l'affidabilità delle donne comparata a quella maschile, vi è piuttosto una carenza di fiducia in generale nel territorio, un "calvinismo" spinto all'eccesso nell'area biellese. La forza lavoro appare fondamentale per il successo dell'attività imprenditoriale, per l'organizzazione del lavoro e la cura della clientela, così come il rapporto di fiducia per demandare i compiti.

"Per aprire la mia farmacia" spiega **G. B.** "ho chiesto dei finanziamenti e a Biella le banche mi hanno fatto problemi a non finire, chiedendomi garanzie davvero molto gravose. Se sono riuscita a ottenere dei fondi è grazie a un istituto specializzato che si trova in un'altra regione italiana". "Data la sfiducia tipica degli istituti bancari presenti nel Biellese" sottolinea **M. C. R.** "se avessi dovuto iniziare da zero non ce l'avrei mai fatta". "La nostra fortuna" dicono **N. R.** e **P. S.** "sta nel fatto che la catena di supermercati per la quale abbiamo aperto i nostri punti vendita sostiene finanziariamente le nuove aperture, altrimenti ci vorrebbero dei capitali molto ingenti che, siamo consapevoli, sarebbe stato davvero molto difficile ottenere dal mondo creditizio".

Il tema del personale e della sua gestione introduce il tema del mantenimento e della **crescita dell'impresa** avviata, perché ovviamente non tutto il lavoro può essere svolto dall'imprenditore.

"La cura della clientela è fondamentale" dichiara **L. B.** "e il personale deve essere tutto sulla stessa lunghezza d'onda per mantenere sempre lo stesso livello di qualità". "Bisogna saper accettare le singole individualità" afferma **G. B.** "ed eventualmente valorizzarle, pur avendo polso fermo riguardo all'organizzazione generale del lavoro".

Per far ampliare la propria impresa, le partecipanti mettono in luce la difficoltà di conciliare vita lavorativa e vita familiare, lamentano un'assistenza da parte delle istituzioni e anche la carenza di una vera coscienza di classe e quindi di solidarietà tra donne. "Fossi stata un uomo" esclama provocatoriamente **L. B.** "avrei fatto molto di più per la mia ditta. Nel mio caso, il fatto di essere mamma è stata la causa che ha limitato la crescita della mia attività, perché ho messo passione nel crescere i miei figli". "Impresa e famiglia significano doppio lavoro" dice **N. R.** "e mi sento incompiuta perché, in entrambi i casi, non riesco a raggiungere al meglio gli obiettivi che mi ero prefissa". "A volte la crescita è limitata perché si è diventati imprenditori per caso" spiega **S. A.** "nei momenti di crisi tanti diventano imprenditori perché mancano altre opportunità di occupazione, si tenta ma poi si fallisce o non si riesce ad andare oltre un certo livello". "Ci sono tanti aspetti che bisogna conoscere per far crescere l'impresa" sostengono **S. B.** e **G. B.** "ma manca una vera assistenza, anche formativa, in questa fase. Ci sono dei professionisti che offrono questo tipo di consulenza ma si fanno pagare profumatamente, mentre invece ci vorrebbe un'azione più incisiva da parte delle istituzioni e delle associazioni di categoria".

Il tema del **finanziamento** è già affrontato in precedenza ma viene ripreso e le partecipanti concordano nel rilevare un atteggiamento differenziato in base al genere da parte degli istituti di credito. Anche in questo frangente, invece, sarebbe necessaria una maggiore assistenza da parte delle associazioni di categoria sia nelle pratiche di richiesta di finanziamenti, sia come lancio di iniziative comuni per facilitare l'accesso al credito e per diffondere le informazioni riguardo alle opportunità di supporto e crescita delle imprese.