



Fattore D – il ruolo delle donne nella crescita economica

FATTORE D: INTERVISTE DI APPROFONDIMENTO

La ricerca Fattore D è stata condotta su un campione di 120 imprese. Sullo stesso campione in una prima fase è stata condotta l'analisi dei bilanci (annualità 2004-2009 per un totale di 720 bilanci) e in una seconda fase sono state condotte le interviste di approfondimento.

1. Le aziende intervistate

Il campione di indagine Fattore D si compone di 120 aziende equamente ripartite tra imprese femminili e non femminili, appartenenti a 12 settori economici. In pratica per ogni settore di attività sono state individuate 5 imprese femminili e 5 imprese non femminili selezionate anche in modo da rispettare tutte le classi di valore della produzione (da *meno di 500 mila euro* sino a *oltre 10 milioni di euro*). Hanno aderito all'intervista 80 imprese (67% del campione) così ripartite:

- 42 imprese femminili, cioè il 70% delle imprese femminili del campione
- 38 non femminili, ovvero il 63% delle imprese non femminili del campione.

Hanno risposto al questionario 46 donne e 34 uomini: il 78% lavora in azienda da più di 6 anni e l'83% occupa ruoli di vertice o dirigenziali (il 39% degli intervistati ricopre il ruolo di Presidente, Vicepresidente o Amministratore Delegato).

Le interviste sono state finalizzate a indagare i seguenti argomenti:

- leadership e dirigenza nelle aziende: composizione del CdA, presenza delle donne nella dirigenza, competenze e profili delle cariche direttive, etc.
- andamento addetti nel triennio 2008-2010: numero, percentuale di occupati donne, tipologie di contratto, etc.
- comportamento dell'azienda durante la crisi economica: effetti della crisi, scelte di investimento, andamento fatturato, etc.



Camera di Commercio di Ravenna - Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna

- politiche di conciliazione famiglia-lavoro: politiche adottate dall'azienda, percentuali di utilizzo, soddisfazione dei dipendenti, applicazione delle pari opportunità, etc.

2. Risultati dell'indagine

La maggior parte delle imprese intervistate ha dichiarato di non conoscere la teoria della womenomics secondo la quale le aziende con leadership femminile ottengono performance economiche migliori: solo il 37,5% degli intervistati dichiara di conoscere l'assunto teorico, ma due intervistati su tre concordano con questa affermazione.

Per quanto riguarda ciò che contraddistingue uomini e donne a livello dirigenziale gli intervistati hanno individuato 24 caratteristiche di base: il 48% degli intervistati attribuisce in modo esclusivo alla donna "attenzione, scrupolosità e precisione" mentre all'uomo attribuisce la caratteristica di "disporre di più tempo" seguita da "forza, energia e dinamismo".

Il 53,8% degli intervistati ritiene che le donne abbiano maggiori difficoltà nella carriera professionale con una percentuale più alta nelle imprese femminili.

Organi amministrativi

Il Consiglio di Amministrazione è presente nel 52% delle imprese femminili e nel 68% delle non femminili: nei CdA delle imprese non femminili siede una donna ogni quattro uomini. Il collegio dei Revisori esiste solo nel 16,7% delle imprese femminili e nel 21% delle imprese non femminili. Anche in questo caso la presenza delle donne è molto bassa in particolare nelle imprese femminili dove c'è una donna ogni sei uomini, contro la presenza di una donna ogni due uomini nelle imprese non femminili. Nella quasi totalità delle imprese intervistate c'è un Amministratore Delegato ma le donne a capo delle aziende sono meno sia nelle imprese femminili (il 48%) che in quelle non femminili.

I dipendenti e i collaboratori



Camera di Commercio di Ravenna - Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna

Nel triennio 2008-2010 il numero di addetti delle imprese intervistate cresce del 49% con un incremento del 52% per gli uomini e del 43% per le donne. In media nel 2010 ogni tre dipendenti due sono uomini e una è donna. Andando a vedere quali tipologie di contratto tra il 2008 e il 2010 sono aumentate, emerge che per gli uomini pesano di più i contratti a tempo indeterminato mentre per le donne quelli a tempo determinato o i contratti atipici.

In pratica il numero di addetti uomini con il contratto a tempo indeterminato aumenta nel triennio 2008-2010 del 74% mentre per le donne l'incremento è solo del 38%. Di contro le forme di contratto atipico aumentano del 40% per gli uomini e del 145% per le donne.

Il comportamento dell'azienda durante la crisi economica

Oltre 2/3 delle imprese intervistate dichiarano di aver risentito della crisi economica tra il 2008 e il 2010. Solo 1/3 delle imprese ha fatto ricorso a forme di riduzione del lavoro: le imprese femminili hanno optato prevalentemente per licenziamenti e cassa integrazione mentre le imprese non femminili hanno optato per la riduzione dell'orario di lavoro.

Per quanto riguarda le previsioni di investimento per il biennio 2011-2012 le imprese femminili prevedono di investire di più rispetto alle non femminili in formazione (+12%), organizzazione aziendale (+4%) e partnership (+3,5): le imprese non femminili puntano di più su comunicazione e marketing e sviluppo di nuovi mercati.

Politiche di conciliazione famiglia-lavoro e pari opportunità adottate dall'impresa.

Circa 2/3 delle imprese intervistate ha dichiarato di aver adottato politiche di conciliazione famiglia-lavoro. La decisione nella maggior parte dei casi è stata presa su richiesta di una o più collaboratrici. Solamente in 1/3 dei casi è stato il management aziendale a proporre in prima persona la necessità di interventi di conciliazione. Il 73,7% delle imprese non femminili e il 64,3% delle femminili hanno optato per la flessibilità degli orari di lavoro: molto gettonata la scelta del contratto part time (65,8% delle non femminili e 57% delle femminili) meno la "banca delle ore" usata dal 26% delle imprese femminili e solo dal 13% delle imprese non femminili. Oltre il 56,3% delle aziende ha previsto che gli uomini possano usufruire di politiche di conciliazione ma con una



Camera di Commercio di Ravenna - Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile *con il contributo della* Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna
prevalenza delle imprese non femminili (60,5%) rispetto alle femminili (52,4%). Solo in pochissimi casi è stata adottata una politica di servizi per i figli, come asili aziendali e organizzazione di centri estivi.

Le pari opportunità in azienda

Quasi la totalità delle aziende intervistate (87,5%) ha dichiarato di non aver mai adottato misure specifiche per favorire le pari opportunità tra uomini e donne, anche se sono le imprese femminili a prediligere le politiche per sostenere le pari opportunità. Nel 78% dei casi le aziende hanno dichiarato di non avere programmato per il futuro l'adozione di misure di questo tipo.

Le donne come consumatrici

Il fenomeno del marketing al femminile non è ancora preso in considerazione dalle imprese intervistate. Solo il 2,4% delle imprese femminili e il 23,7% delle non femminili dichiarano di aver realizzato iniziative di marketing e di comunicazione orientate a una clientela femminile. Eppure più della metà delle imprese intervistate è al corrente che, secondo recenti studi e ricerche, la donna decide l'80% dei consumi e questa consapevolezza è addirittura più forte nelle imprese femminili.

Le quote rosa e le proposte per la valorizzazione del talento femminile

È stato chiesto alle imprese intervistate come valutano la proposta di legge, recentemente approvata in Senato, che dal 2015 obbligherà le aziende quotate in borsa a riservare il 30% dei posti nei CdA per il genere meno rappresentato. La risposta delle imprese femminili e non femminili è stata univoca, in entrambi i casi quasi il 70% ha dichiarato di essere favorevole all'introduzione delle "quote rosa", motivando la scelta secondo tre ragioni:

- Pari opportunità;
- Capacità e competenze;
- Estrema ratio.



Camera di Commercio di Ravenna - Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile *con il contributo della* Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna

Il 30% ha dichiarato di non essere d'accordo con la proposta di legge motivando l'opinione soprattutto con argomentazioni legate al merito.

Proposte per valorizzare il talento femminile

Le proposte e i provvedimenti che possono favorire una maggiore valorizzazione del talento femminile vedono al primo posto la necessità di aumentare i servizi per le donne che lavorano e hanno bambini: più asili nido, asili interaziendali, flessibilità negli orari di ingresso e uscita dei servizi all'infanzia. Al secondo posto, la proposta di agevolazioni fiscali per le aziende che assumono donne o che forniscono servizi che agevolano conciliazione vita-lavoro. Le imprese non femminili invece puntano di più su misure che agevolano il reinserimento in azienda dopo la maternità, comprendendo in questo anche corsi di formazione o bandi riservati alle donne. Tutti d'accordo inoltre sul fatto che serva lavorare anche sulla cultura di base, sulla "mentalità" in modo da superare ogni forma di maschilismo. Da notare che su questi temi le imprese femminili sono molto più propositive delle non femminili ma che comunque il 50% circa del campione non ha idee o non risponde.