

PUNTO NUOVA IMPRESA: UN BILANCIO DI GENERE SU 10 ANNI DI ATTIVITÀ

1

Rapporto di ricerca

2 DICEMBRE 2004

La ricerca è stata curata da Sisa Biadene
- Gender consulenza formazione ricerca di
Milano.

Sonia Ciraci ha curato il capitolo "Il contesto".

Gruppo di ricerca: Sisa Biadene, Sonia
Ciraci, Elisa Crivelli, Marianna Serraino
Middio - Gender consulenza formazione
ricerca di Milano.

Il coordinamento interno della ricerca è
stato realizzato da Vanessa Biffi di
Paviaform, responsabile del Punto Nuova
Impresa di Pavia.

INDICE

NOTA METODOLOGICA	pag. 5
IL CONTESTO	pag. 9
<i>Obiettivi e attività del Punto Nuova Impresa di Pavia</i>	pag. 9
<i>I primi anni di attività</i>	pag. 10
<i>L'andamento dell'attività del P.N.I.</i>	pag. 12
DIMENSIONE E PROFILI DI UN'UTENZA IN FASE DI TRASFORMAZIONE	pag. 15
<i>Chi si rivolge al Punto Nuova Impresa?</i>	pag. 15
<i>La tendenza all'aumento dell'utenza femminile</i>	pag. 20
LA DOMANDA E L'OFFERTA DI SERVIZI	pag. 23
<i>La domanda</i>	pag. 23
<i>L'offerta</i>	pag. 25
GLI ESITI DELL'ATTIVITÀ DEL P.N.I.: LA NASCITA DI NUOVE IMPRESE	pag. 27
LE DIFFICOLTÀ CHE PORTANO ALLO STAND-BY O ALL'ABBANDONO DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE	pag. 31
<i>Le condizioni attuali degli intervistati e delle intervistate</i>	pag. 31
<i>Le difficoltà incontrate</i>	pag. 32
GLI ESITI DELL'ATTIVITÀ DEL P.N.I. TRA ORIENTAMENTO ALL'IMPRENDITORIA E ORIENTAMENTO ALL'OCCUPAZIONE	pag. 37
OSSERVAZIONI CONCLUSIVE	pag. 41
BIBLIOGRAFIA	pag. 43
ALLEGATI	pag. 45

NOTA METODOLOGICA

La ricerca che qui presentiamo nasce dall'esigenza della Camera di Commercio di Pavia e, in particolare, di Paviaform, Azienda speciale della Camera di Commercio, al cui interno opera dal 1996 il Punto Nuova Impresa¹, di valutare l'andamento, gli esiti dell'attività e le prospettive, a dieci anni dall'apertura del Servizio (1994-2004).

Al di là della costante attenzione prestata dalla Direzione all'evoluzione della domanda degli aspiranti imprenditori e agli aspetti quantitativi e qualitativi sia della organizzazione interna che delle prestazioni offerte, già dopo il primo biennio era stata realizzata una breve indagine interna sull'utenza e sull'operatività del P.N.I.. A questa si erano aggiunte anche due indagini a livello regionale, che davano conto, come vedremo, anche della situazione del P.N.I. pavese.

Con questa ricerca si intende ricostruire un profilo delle caratteristiche dell'utenza, del tipo di richieste inoltrate e di risposte offerte, sottolineando sia gli esiti positivi che eventuali elementi di criticità.

La specificità di questa ricerca sta nel fatto che si basa su una metodologia di analisi dei dati che tiene conto delle eventuali asimmetrie di genere per ognuno degli aspetti presi in esame, cioè delle eventuali differenze legate al fatto di essere uomini o donne. È opinione molto diffusa che, soprattutto quando si tratta di imprese, non vi siano differenze tra esperienze maschili e femminili, se non esclusivamente legate a differenti capacità personali. L'ipotesi da cui parte il nostro lavoro è che:

- vi possano essere diverse condizioni di partenza, legate al ruolo sociale di uomini e donne, tali per cui queste ultime possano trovarsi in una situazione di svantaggio, almeno iniziale, nell'affrontare un'esperienza imprenditoriale;
- servizi come il P.N.I. possano svolgere un ruolo molto significativo nel sostenere un percorso di superamento di tale svantaggio, favorendo dunque non soltanto un riequilibrio delle opportunità che uomini e donne hanno di intraprendere, ma anche la promozione e lo sviluppo delle imprese e quindi dell'economia locale, oltre che dell'occupazione.

¹ Nel testo sarà citato anche con la sigla "P.N.I.".

La ricerca è articolata in diverse fasi:

- a. un'analisi documentale su testi forniti dal P.N.I. tesa a ricostruire un quadro sintetico del contesto in cui si collocano i risultati delle fasi successive;
- b. un'analisi statistica dei dati² contenuti nelle schede sull'utenza che si è rivolta al P.N.I. nel triennio 2001-2003. Tale periodo è stato scelto per due ordini di ragioni: la prima, per poter effettuare un confronto con la situazione dei primi anni di attività del Servizio, mettendo in luce le eventuali evoluzioni/prospettive, che non fossero quindi legate alla specificità di un periodo breve. La seconda ragione è invece più strumentale, nel senso che sarebbe stato difficile ricostruire puntualmente le informazioni relative agli anni intermedi, in quanto è dal 2001 che i dati delle schede, compilate al primo contatto con il P.N.I., vengono inseriti in un apposito archivio informatico e costantemente aggiornati nei casi in cui l'utente si rivolge ripetutamente al Servizio. I dati delle schede sono stati integrati a cura della responsabile del P.N.I., verificando attraverso le visure camerali, se e quali utenti avessero creato un'impresa, individuandone anche la forma giuridica, la composizione societaria e il settore di attività. I dati sono stati elaborati con il programma di statistica avanzata SPSS 11.5;
- c. un'indagine condotta mediante interviste telefoniche utilizzando un questionario strutturato a 35 utenti (29 donne e 6 uomini) che si sono rivolti al Servizio nei tre anni (2001-2003) e che non risultano titolari di impresa alla verifica delle visure camerali.

Una parte dei casi (25) sono stati selezionati mediante estrazione casuale effettuata con un programma statistico dall'elenco degli utenti 2001-2003. L'altra parte, 10 casi, è costituita dalle persone risultate disponibili ad essere intervistate tra quelle che si erano rivolte al P.N.I. con l'idea di creare servizi alla persona, in particolare per la prima infanzia. Abbiamo deciso di intervistare questo gruppo non soltanto per cogliere le loro difficoltà nello start up, ma anche per verificare se avessero aperto attività di servizi, creando per esempio un'associazione, per la quale non è richiesta l'iscrizione alla Camera di Commercio.

Tale indagine è finalizzata a cogliere le motivazioni per cui non è stata realizzata l'idea imprenditoriale iniziale. Il reperimento delle persone da intervistare è stato molto impe-

² I dati sono stati trasmessi dalla CCIAA alle ricercatrici incaricate di svolgere l'indagine, in forma del tutto anonima, dopo aver eliminato qualsiasi riferimento a nominativi, indirizzi o recapiti, nel pieno rispetto della Legge 196/2003 sulla privacy.

gnativo per i frequenti casi di irreperibilità e alcuni casi di indisponibilità a rilasciare l'intervista telefonica. Sia per l'estrazione del campione sia che, per le elaborazioni dei risultati è stato utilizzato il programma SPSS 11.5.

Determinante, sia per le indicazioni fornite in merito alla modalità di strutturazione della banca dati, al fine di una corretta lettura delle informazioni, sia per le delucidazioni su aspetti specifici e sulle attività svolte, è stata la consulenza della dott.ssa Vanessa Biffi, responsabile del P.N.I. dal 1994 ad oggi. Il suo contributo è stato prezioso anche nella discussione di alcune ipotesi interpretative.

Il rapporto contiene la descrizione dei risultati complessivi, proponendo alcune ipotesi interpretative sui fattori che possono aver inciso nel determinare le situazioni osservate e alcuni spunti orientativi per le attività future, emersi dalla ricerca.

IL CONTESTO

Obiettivi e attività del Punto Nuova Impresa di Pavia

Il Punto Nuova Impresa è un servizio di orientamento finalizzato alla nascita e promozione dell'imprenditoria e alla diffusione della cultura di impresa, e fornisce gratuitamente informazioni, formazione e assistenza personalizzata a tutti coloro che vogliono mettersi in proprio sia come lavoratori autonomi sia come imprenditori.

Il Servizio è nato nel 1994, in via sperimentale, per iniziativa di Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, e con la collaborazione tecnica del Formaper, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano, che hanno creato il Sistema Regionale di sportelli Punto Nuova Impresa. Dal 1° luglio 1996 il P.N.I. di Pavia ha assunto carattere permanente e opera presso Paviaform, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia.

La gamma delle prestazioni offerte comprende:

- l'erogazione di informazioni di tipo amministrativo, burocratico e finanziario. In particolare, vengono fornite informazioni sulle possibili fonti di finanziamento a livello nazionale e regionale; vengono indicati, attraverso un apposito *software* (Filo d'Arianna), tutti gli adempimenti necessari a avviare la nuova attività; vengono forniti, attraverso banche dati, informazioni statistiche sul mercato di riferimento della potenziale impresa;
- l'orientamento attraverso colloqui personalizzati durante i quali gli aspiranti/nuovi imprenditori vengono aiutati a pianificare l'idea imprenditoriale, a sviluppare il progetto e a individuare aree critiche da approfondire, attraverso azioni di autorientamento, valutazione del rischio, scelta della forma giuridica e orientamento al *business planning*;
- l'organizzazione di interventi formativi, anche sulla base delle esigenze emerse nel corso dell'attività di orientamento. In particolare, vengono periodicamente organizzati:
 - corsi di 40 ore finalizzati a fornire gli strumenti necessari per la valutazione delle prospettive economiche della nuova impresa, e un metodo pratico per la pianificazione delle idee imprenditoriali (corso "Crea la tua impresa a Pavia");

- seminari di orientamento per l'avvio di un'attività imprenditoriale (seminario "Mettersi in proprio/Imprenditori oggi");
- corsi di formazione imprenditoriale ad hoc all'interno di progetti comunitari e regionali (es. Progetto Equal "Immagin@zioni", Multimisura Orientamento della Provincia di Pavia);
- l'informazione, la promozione dei bandi e l'assistenza personalizzata agli aspiranti imprenditori finalizzata alla redazione del *business plan*, o piano di impresa, per l'accesso ai benefici previsti dalle leggi per l'imprenditoria giovanile e femminile (L.R. 1/99, L. 215/92);
- l'accesso ai materiali illustrativi e alla documentazione di supporto nella fase di avvio dell'impresa.

*I primi anni di attività*³

Sui primi anni di attività del Servizio sono state effettuate delle ricerche che offrono dati interessanti, che qui riportiamo in forma sintetica per la parte riferita all'offerta e agli esiti ottenuti e che verranno confrontati nei successivi capitoli con quelli relativi all'ultimo triennio, ai fini di cogliere le trasformazioni che sono avvenute.

Si tratta di:

- una indagine interna al P.N.I. di Pavia, realizzata dalla responsabile, dott.ssa Vanessa Biffi, prendendo in considerazione il periodo settembre 1994 - settembre 1996, volta ad analizzare il profilo dell'utenza che si è rivolta allo sportello⁴;
- un'indagine campionaria, a livello regionale, i cui dati sono riportati nel rapporto "Primi risultati della ricerca sulla rete regionale dei 14 sportelli P.N.I. in Lombardia", realizzata su tutti gli sportelli del sistema regionale e relativa all'utenza del periodo compreso tra settembre 1994 - marzo 1996;
- una successiva indagine campionaria a livello regionale "Fare Impresa in Lombardia: sintesi della seconda indagine sugli utenti della Rete regionale Punto Nuova Impresa", dal novembre 1998, che prende in esame il periodo dal settembre 1994 al 30 giugno 1997 e consente di contestualizzare alcune caratteristiche dell'esperienza pavese rispetto alla situazione regionale.

³ I dati riportati in questo capitolo riguardano l'attività del P.N.I. dal 1994 all'inizio del 1997.

⁴ L'indagine ha preso in considerazione 827 utenti del P.N.I. di Pavia nel periodo compreso settembre 1994 - settembre 1996, vale a dire il 59,0% dell'universo.

Confrontando i dati del P.N.I. di Pavia con quelli complessivi del Sistema Regionale⁵, emerge che, nel periodo compreso tra il primo settembre 1994 e il 31 dicembre 1996, gli utenti dello sportello di Pavia (n. 1920) costituivano il 5,3% dell'utenza complessiva degli sportelli regionali, ed in particolare il 5,4% nel 1994, il 5,6% nel 1995 e il 5,0% nel 1996.

Rispetto al servizio di assistenza personalizzata, dal primo settembre 1994 al 31 gennaio 1997⁶ erano state erogate dallo sportello 150 ore di assistenza, destinate alla redazione di 13 *business plan* e alla presentazione delle domande di finanziamento di 20 utenti, in base alle leggi regionali 68/86 e 9/91. Il Punto Nuova Impresa ha inoltre organizzato diversi interventi formativi per aspiranti/nuovi imprenditori: in particolare, dal primo settembre 1994 al 31 dicembre 1996 erano state organizzate otto iniziative formative⁷, alle quali avevano partecipato complessivamente 320 aspiranti/futuri imprenditori: 219 ai cinque seminari di orientamento "Mettersi in proprio" (della durata di un giorno) e 101 ai tre corsi di formazione "Start up" (della durata di 40 ore). È inoltre da segnalare un incontro di orientamento all'imprenditoria organizzato nel febbraio del 1997 in collaborazione con l'Associazione Industriali di Vigevano (AVI) e destinato agli allievi degli ultimi anni delle scuole superiori locali.

A testimonianza della utilità e probabilmente della soddisfazione percepita dagli utenti rispetto allo sportello è da rilevare il significativo tasso di "ritorni" (cioè di persone che tornano a chiedere ulteriori informazioni o interventi di sostegno al P.N.I.) che si attesta sul 35%⁸.

Passando infine ad esaminare gli esiti dell'attività del Servizio in termini di avvio di impresa, dalla ricerca pavese emerge che il 27,6% degli aspiranti imprenditori rivoltisi al P.N.I. - vale a dire più di un quarto - degli utenti dello sportello⁹ aveva poi realizzato la propria idea imprenditoriale¹⁰; il 37,9% era

⁵ Al 31 dicembre 1996 esistevano in Lombardia 14 sportelli Punto Nuova Impresa, incluso quello di Pavia.

⁶ Data dell'ultima rilevazione effettuata.

⁷ Nel 1994 sono stati realizzati due seminari "Mettersi in proprio" (35 e 69 partecipanti), nel 1995 due seminari "Mettersi in proprio" (30 e 40 partecipanti) e due corsi "Start up" (30 e 30 partecipanti); nel 1996 un seminario "Mettersi in proprio" (45 partecipanti) e un corso "Start up" (35 partecipanti).

⁸ Dato tratto da una indagine interna realizzata nel settembre 1996 dalla responsabile del P.N.I., dott.ssa Biffi.

⁹ I dati sono tratti da "Fare Impresa in Lombardia: sintesi della seconda indagine sugli utenti della Rete regionale Punto Nuova Impresa", novembre 1998: si tratta di un'indagine campionaria realizzata su tutti gli sportelli del sistema regionale e relativa all'utenza del periodo compreso tra il settembre 1995 e il maggio 1997.

¹⁰ Nell'analisi di questo dato è da considerare che frequentemente si rivolgono allo sportello non gli aspiranti imprenditori in persona, bensì coniugi, familiari o consulenti. Questo dato potrebbe quindi essere sottostimato.

invece impegnato nella fase di concretizzazione del progetto ("stand-by"), mentre il 31,0% aveva abbandonato definitivamente l'idea e il 3,4% aveva cessato la propria attività.

È da sottolineare che questi dati si discostano piuttosto sensibilmente dai dati complessivi regionali, in particolar modo per il minor tasso di utenti che hanno creato un'impresa e per il maggior tasso di stand-by: coloro che hanno creato impresa costituirebbero infatti il 43,2% dell'utenza complessiva regionale (contro il 27,6% di quella di Pavia), gli stand-by il 27,1% (contro il 37,9% di quella di Pavia), i rinunciatari il 27,9% (contro il 31,0% di quella di Pavia) e le attività cessate l'1,8% (contro il 3,4% di quella di Pavia). Nell'esaminare le possibili ragioni di questi scostamenti, un elemento interessante emerso nella prima ricerca regionale¹¹ è che i "rinunciatari" di Pavia potrebbero avere abbandonato la loro idea di impresa, perché avrebbero trovato un'alternativa occupazionale come lavoratori dipendenti. Nella medesima ricerca si rileva inoltre che per gli aspiranti imprenditori rivoltisi al P.N.I. di Pavia, una ulteriore criticità sarebbe rappresentata dai problemi burocratici/amministrativi e di mercato, mentre per gli utenti in "stand-by", il maggior ostacolo sarebbe costituito dai problemi finanziari e organizzativi.

Secondo la ricerca interna realizzata nel settembre 1996 dalla responsabile del P.N.I. di Pavia risulta che erano 130 le imprese nate da imprenditori che hanno usufruito dello sportello; di queste, 66 (il 50,8%) erano società e 64 (il 49,2%) ditte individuali. In maggioranza (43,8%) si trattava di imprese commerciali, ma ve ne erano anche di servizi (28,4%) e artigiane (27,6%).

L'andamento dell'attività del P.N.I.

In un decennio - dal 1994 al 2003 - il P.N.I. della Camera di Commercio di Pavia ha effettuato 6224 interventi - di informazione, orientamento, consulenza - a favore di cittadini, che si sono rivolti al servizio prevalentemente per essere supportati nella fase di idea e avvio di impresa o, ancor prima, nella fase di valutazione delle opportunità e dei rischi di un'eventuale esperienza imprenditoriale, ma anche per avere assistenza nella richiesta di finanziamenti per le nuove-imprese.

¹¹ I dati sono tratti da "Primi risultati della ricerca sulla rete regionale dei 14 sportelli P.N.I. in Lombardia": si tratta di un'indagine campionaria realizzata su tutti gli sportelli del sistema regionale e relativa all'utenza del periodo compreso tra il settembre 1994 e il marzo 1996. Va comunque sottolineato che gli scostamenti rilevati, almeno in parte, possono essere dovuti al fatto che l'indagine regionale è campionaria.

Si è passati dalle 344 frequenze agli Sportelli nel primo anno¹² agli oltre 700 annui dell'ultimo biennio, con un andamento crescente, anche se non del tutto lineare. Si è registrato infatti un picco di contatti nel 1995 (715), in concomitanza con una forte crescita delle frequenze rispetto all'anno precedente anche a livello regionale, e un calo nell'anno successivo (552). La tendenza all'aumento dell'attività è poi proseguita fino al 2002 (760), subendo una piccola flessione nel 2003, compensata per altro da iniziative di orientamento e formazione allo start up, realizzate dalla stessa Camera di Commercio nell'ambito di specifici progetti.

Il numero di contatti registrati non corrisponde ad altrettanti nuovi utenti (come si è visto, vi sono casi in cui una stessa persona è ritornata più di una volta al Servizio), ma è indicativo della persistenza di una domanda di supporto da parte dell'utenza e dell'erogazione di prestazioni da parte del Servizio. Va inoltre notato che il numero delle frequenze non dà conto del diverso peso delle prestazioni offerte, che variano molto per quanto riguarda la complessità delle esigenze espresse e delle risposte fornite, determinando anche forti differenze nella durata di ogni singolo intervento. Sia quando si tratta della prima volta in cui l'utente utilizza il P.N.I. sia quando si tratta di interventi di assistenza personalizzata, gli incontri richiedono una maggiore disponibilità di tempo che in altri eventuali incontri successivi o nei casi in cui l'utente presenta una richiesta precisa e circoscritta (ad es. di opuscoli informativi).

Nel primo contatto con il P.N.I. viene condotto un colloquio, finalizzato - oltre che a ricostruire la situazione dell'utente dal punto di vista socio-anagrafico e a rilevare il tipo di attività che vuole avviare - a fornire le informazioni e la consulenza richieste. Le informazioni vengono raccolte in una scheda, che viene utilizzata come base di conoscenza in eventuali contatti successivi. Essa costituisce anche uno strumento che consente una valutazione dell'attività del servizio e dell'andamento di una parte significativa della domanda locale di sostegno allo start up, cui fa fronte la Camera di Commercio pavese con il P.N.I., all'interno di un insieme di altre iniziative volte a promuovere lo sviluppo dell'imprenditoria nel territorio.

¹² Si tratta di alcuni mesi del 1994, non di un intero anno.

DIMENSIONE E PROFILI DI UN'UTENZA IN FASE DI TRASFORMAZIONE

Chi si rivolge al Punto Nuova Impresa?

Su 1008 persone che si sono rivolte al servizio nel triennio (2001-2003) 596 sono donne. Esse costituiscono dunque il 59% dell'utenza complessiva.

Il servizio viene utilizzato per oltre il 90% da cittadini e cittadine della provincia di Pavia, con una concentrazione del 30% nel Comune capoluogo. Nel 7% dei casi la provenienza è da altre province limitrofe come Alessandria o Milano, trattandosi per lo più di Comuni confinanti. La quota di utenti che vivono nel territorio coinvolto dal progetto Equal Immagini@zioni è pari al 13%, con una prevalenza di genere di scarso rilievo (il 13,9% dell'utenza femminile a fronte dell'11,4% di quella maschile).

1. Residenza dell'utenza in base al sesso (Val. %)

	Uomini	Donne	Totale
Pavia città	31,6	29,5	30,4
Comuni in provincia di Pavia	61,1	63,5	62,5
Comuni di altre province	7,3	7,0	7,1
Casi validi	(412)	(596)	(1008)

Il 42% degli utenti del triennio ha meno di 30 anni e il 37% è trentenne. Il restante 21% è formato prevalentemente da quarantenni, arrivando però in qualche caso a oltre 60 anni.

2. Età dell'utenza in base al sesso (Val. %)

	Uomini	Donne	Totale
18-24 anni	17,8	12,3	14,5
25-29	30,5	26,1	27,9
30-34	24,6	20,0	21,9
35-39	11,5	17,4	15,0
40 e oltre	15,6	24,2	20,7
Casi validi	(321)	(471)	(792)

È interessante notare come in soli tre anni si riduce progressivamente la quota di giovani che accedono al servizio, in particolare tra i 25 e i 29 anni, e, per contro, aumenta quella degli adulti (da 35 anni in su), in particolare over 40, con uno scarto tra il 2001 e il 2003 che in entrambi i casi raggiunge i 10 punti percentuali. Tale tendenza all'aumento dell'età degli aspiranti imprenditori si riscontra sia per gli uomini che per le donne, con una differenza: per i primi il calo più consistente riguarda i giovanissimi (18-24 anni) cui corrisponde l'aumento, in misura uguale, di chi ha dai 35 ai 39 anni; per le donne, invece, la riduzione maggiore riguarda la fascia d'età 25-29 anni e aumenta la fascia over 40 (con un gap rispetto al 2001 sia maschile che femminile di 11-12 punti percentuali).

3. Livello d'istruzione dell'utenza in base al sesso (Val. %)

	Uomini	Donne	Totale
Media inferiore	12,9	14,9	14,1
Media superiore	49,2	39,9	43,6
Istituti professionali	11,6	13,0	12,5
Laurea	22,6	28,3	26,0
Altro	3,7	3,9	3,8
Casi validi	(327)	(484)	(811)

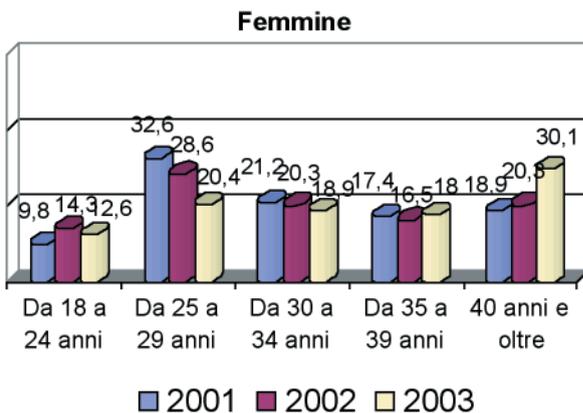
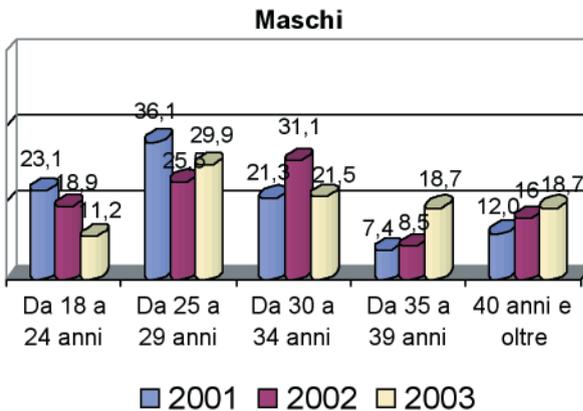
Una parziale spiegazione del fenomeno della diminuzione dell'utenza maschile più giovane si può trovare nel forte innalzamento del livello di istruzione: tra gli utenti maschi la quota di laureati passa dal 12,5% del 2001 al 31,2% nel 2003 e diminuisce di 6 punti percentuali la quota di chi ha una bassa scolarità.

4. Occupazione dell'utenza al momento del 1° contatto in base al sesso (Val. %)

	Uomini	Donne	Totale
Indipendente	32,6	32,3	32,4
Dipendente	34,8	27,6	30,5
Inoccupato/a	15,6	22,2	19,5
Studente	7,9	6,1	6,8
Pensionato/a	1,2	0,4	0,7
Altro	7,9	11,4	10,0
Casi validi	(328)	(492)	(820)

Se si considera poi che i due terzi degli uomini si rivolgono al servizio dopo un'esperienza lavorativa, dipendente o indipendente (autonoma, professionale o imprenditoriale), si può ipotizzare che il prolungamento degli studi abbia comportato uno slittamento del momento di accesso al primo lavoro ad una fascia di età più alta, spostando quindi a dopo i 35 anni il momento in cui si prende in considerazione l'idea di creare un'impresa.

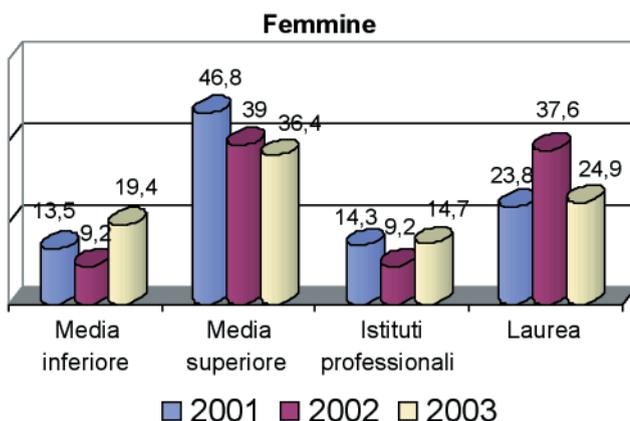
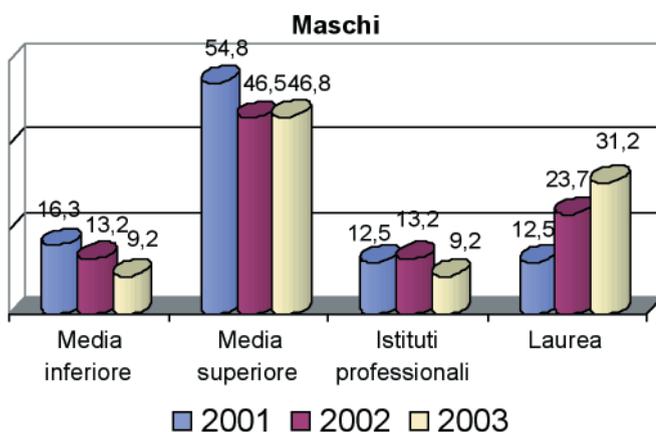
5. Variazioni dell'età dell'utenza per sesso nel triennio 2001-2003 (Val. %)



Anche per le donne l'innalzamento dell'età appare associato ad una variazione del livello di istruzione, ma di segno opposto. Esse, infatti, fino al 2002 risultano nettamente più laureate degli uomini mentre la quota di laureate si contrae nel 2003 non perché diminuisce il numero di utenti laureate (53 nel 2002; 54 nel 2003) ma perché aumenta il numero e il peso relativo delle utenti con bassa scolarità, che sono adulte over 40.

Pertanto, il progressivo elevarsi dell'età in cui chiedono un sostegno al P.N.I. potrebbe essere legato più a difficoltà di permanenza/rientro nel mercato in professioni dipendenti, per il problema di conciliare il lavoro con la famiglia, che ad un'effettiva propensione ad intraprendere. Si tratta di un'ipotesi che richiederebbe degli approfondimenti di ricerca ad hoc, per essere verificata, ma che riceve una parziale conferma dal fatto che le donne inoccupate o che non dichiarano il tipo di attività che svolgono rappresentano il 40% dell'utenza femminile e tendono a crescere.

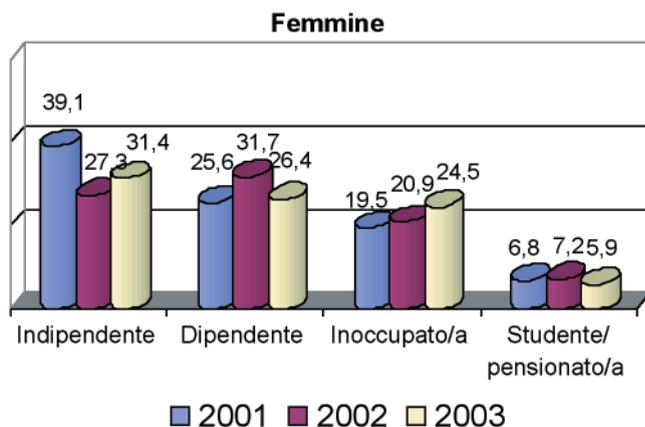
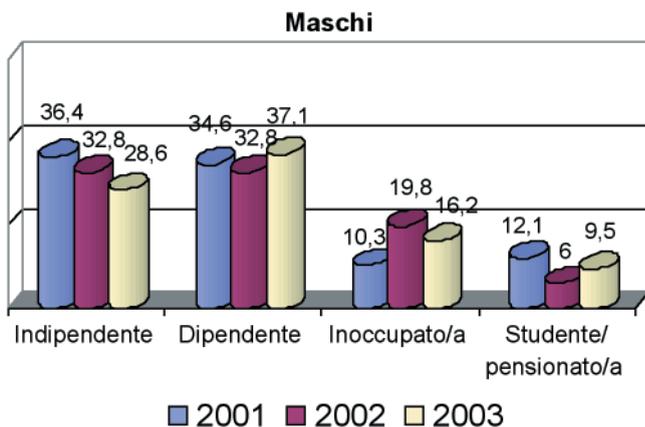
6. Variazioni del livello di istruzione dell'utenza per sesso nel triennio 2001-2003



Per quanto riguarda le condizioni occupazionali e professionali, il 13,6% dell'utenza sta già vivendo un'esperienza imprenditoriale quando si rivolge al P.N.I., nel 3,2% dei casi di

tipo artigianale, e il 19% svolge comunque un'attività indipendente, per metà come lavoratore autonomo e per metà come libero professionista (vd graf. seguente). Il 30,5% ha invece un lavoro dipendente, prevalentemente impiegatizio, ma anche operaio e in rari casi dirigente (soprattutto gli uomini) o insegnante (soprattutto le donne). Per il resto, circa il 7% sta ancora studiando o sono pensionati, o casi in cui la professione non è specificata.

7. Variazioni delle principali¹³ condizioni occupazionali e professionali per sesso nel triennio 2001-2003 (Val. %)



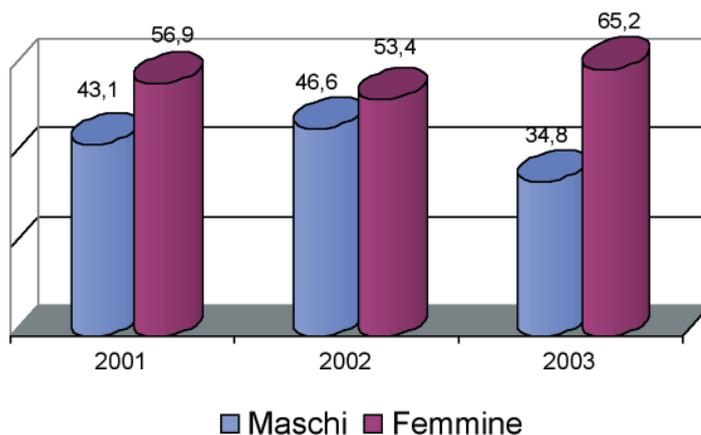
¹³ Citiamo nei grafici seguenti le posizioni che riguardano oltre il 5% dell'utenza. Nella posizione occupazionale "inoccupato/a", non sono compresi i/le pensionati/e che complessivamente non raggiungono l'1%.

Le uniche asimmetrie di genere, peraltro contenute, nelle professioni riguardano il fatto, già segnalato, che sono meno frequenti i casi femminili di lavoro dipendente (27,7% delle donne e 34,9% degli uomini), compensati da una corrispondente maggior quota di casi di inoccupazione. Inoltre, all'interno di chi ha un'attività indipendente (complessivamente il 29% sia dell'utenza femminile che maschile) si ha una maggior presenza di lavoratrici autonome, compensata da una minor presenza di libere professioniste. Segno quest'ultimo di attività meno qualificate.

La tendenza all'aumento dell'utenza femminile

L'utenza femminile nel triennio considerato è sempre stata maggioritaria, ma è notevolmente aumentata sia in termini assoluti che percentuali nell'ultimo anno, come si può osservare nel grafico seguente. Si riscontra dunque una rilevante femminilizzazione dell'utenza del servizio che passa dal 56,9% del 2001 al 65,2% nel 2003, anche se si registra una flessione nel 2002.

8. Composizione dell'utenza in base al sesso nel triennio 2001-2003 (Val. %)



Ma è un dato, questo della presenza femminile, che indica un capovolgimento della situazione riscontrata nel primo biennio di apertura del Servizio, in cui le donne costituivano il 39,5% dell'utenza complessiva.

La differenza non sembra attribuibile a variazioni dei canali di accesso, visto che oggi come ieri gli aspiranti imprenditori vengono a conoscenza delle attività del P.N.I. soprattutto me-

dianche le Istituzioni del territorio: in primo luogo la Camera di Commercio (30%), che è evidentemente riconosciuta come l'Ente che ha le maggiori competenze nel campo dell'imprenditoria, ma anche la Regione e ad altri Enti locali (12%). Fonti significative di informazioni sull'esistenza del Servizio sono anche il passaparola di amici e conoscenti (18%), la stampa, sia attraverso articoli (9%) che messaggi pubblicitari (9%), mentre sono meno frequenti i casi di chi viene informato da associazioni di categoria, radio, televisione, università o da P.N.I. e strutture formative di Camere di Commercio di altre province. Rispetto al passato, le fonti sono le stesse e sono le stesse, o quasi, le percentuali di incidenza. Si tratta di fonti cui hanno accesso nel periodo più recente¹⁴ in misura analoga sia le donne che gli uomini. L'unica variazione di un certo rilievo rispetto al passato è l'utilizzo di Internet (16%), associato a quello di altri canali, che però è più praticato dagli uomini che dalle donne.

Si può ipotizzare che l'aumento del ricorso al P.N.I. da parte delle donne dipenda dal concorso di cause di diversa natura:

- da un lato non va sottovalutata la funzione incentivante della legge 215 che pur essendo stata promulgata nel 1992, di fatto è stata finanziata molto più tardi (dal 1997 al 2003) e solo dal 2001 il bando per ottenere i contributi viene gestito direttamente dalla Regione, attraverso la collaborazione della rete dei P.N.I.. Questo decentramento ha comportato una facilitazione dell'accesso alle informazioni e al finanziamento, non soltanto per una maggior vicinanza fisica del P.N.I., ma anche per la consulenza gratuita che viene offerta localmente, accompagnando le donne fino alla presentazione della domanda. Nel 2003 è stato anche realizzato un bando che offriva contributi a imprese femminili della Provincia di Pavia, in collaborazione con la Camera di Commercio;
- dall'altro, può derivare dal fatto che le donne possono essere maggiormente indotte a cercare soluzioni di autoimpiego o di creazione di impresa perché incontrano maggiori difficoltà ad inserirsi/reinserirsi nel mercato del lavoro dipendente, come potrebbero far pensare, oltre ai dati sul tasso di disoccupazione provinciale, pari al 6,5% (anno 2003, tasso regionale: 5,2%)¹⁵, anche il fatto che esse risultano inoccupate e over 40 più degli uomini;

¹⁴ Le indagini svolte in passato non rilevavano i dati per sesso, se non quello del numero di donne utenti.

¹⁵ V. Di Bella M., Corsi E. "Le caratteristiche dell'offerta di lavoro nei territori provinciali", in: Gender consulenza formazione ricerca (a cura di), *Il mercato del lavoro lombardo una lettura di genere dei dati statistici*, ComEdit 2000, Milano, 2004.

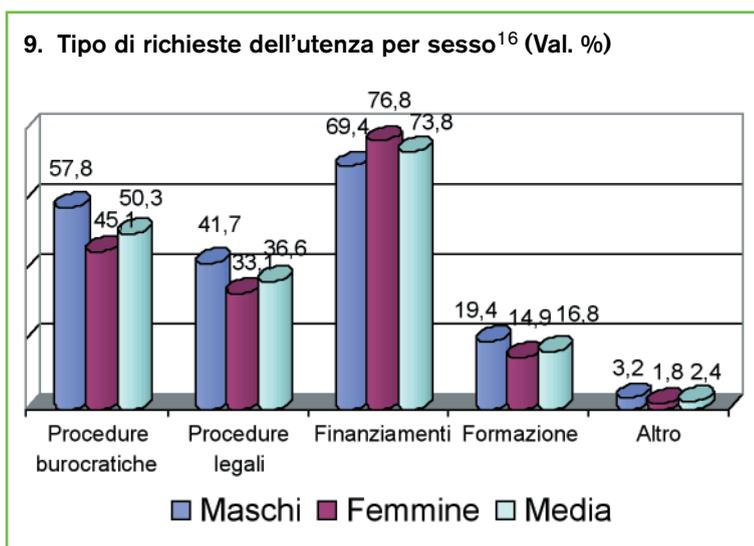
- non va nemmeno sottovalutata una possibile ragione più ottimistica dell'aumento delle aspirazioni femminili ad intraprendere, legata alla recente apertura di spazi di mercato in aree tradizionalmente femminili, come nel campo dei servizi alle persone, in relazione alle trasformazioni in atto nel sistema del welfare, con un ruolo crescente delle imprese private e del privato sociale. Un'ipotesi, questa, che pare suffragata come vedremo più avanti, dalle scelte fatte dalle utenti rispetto al tipo di impresa che vorrebbero creare/hanno creato;
- infine, va ricordata anche la probabilità che l'aumento sempre più consistente negli ultimi anni di un'offerta di formazione e supporto destinata in modo specifico alle donne che intendono intraprendere, soprattutto attraverso progetti finanziati dal FSE, abbia favorito il diffondersi anche tra le donne di un orientamento all'imprenditoria, considerato in passato patrimonio esclusivo della cultura maschile e, comunque, salvo eccezioni, estraneo rispetto alle esperienze femminili.

LA DOMANDA E L'OFFERTA DI SERVIZI

La domanda

La principale esigenza che emerge dalle richieste avanzate dagli utenti al P.N.I. è quella di conoscere le opportunità di ottenere finanziamenti e di avere un supporto nel seguire l'iter necessario per ottenerli. È un problema, quindi, di necessità di procurarsi le risorse economiche per poter avviare l'impresa, ma anche per poter introdurre innovazioni nell'impresa di cui si è titolari, che riguarda il 73,8% degli utenti: il 76,8% delle donne e il 69,4% degli uomini. Nel gruppo di donne che hanno creato un'impresa nel triennio la percentuale che ha utilizzato il P.N.I. per tale motivo è dell'84,5%, a fronte del 70,7% dei neoimprenditori maschi.

Non stupisce il fatto che sia un problema così diffuso, dato che le difficoltà di accesso al credito sono generalizzate nel nostro Paese, come è ampiamente noto, soprattutto per chi non abbia garanzie patrimoniali da offrire alle banche. Così come è spiegabile che l'esigenza di finanziamenti sia più frequentemente femminile, dal momento che esse, da un lato, partono più dei



¹⁶ Nell'8% dei casi manca l'indicazione della richiesta nelle schede. Si presume che ciò sia dovuto al fatto che si tratti di richieste solo di documentazione.

maschi da una condizione di inoccupazione o di attività non ben definite, quindi probabilmente precarie e in nero e, dall'altro, incontrano maggiori ostacoli ad ottenere dei fidi dalle banche, come hanno messo in luce diverse ricerche.

Il problema del reperimento di risorse è dunque centrale, anche se non è l'unico, perchè ad esso si associano, in quasi la metà dei casi, le esigenze, soprattutto maschili, di avere indicazioni per orientarsi nell'intricato ambito delle procedure burocratiche (50,3%) e/o legali (36,6%), necessarie non soltanto per la partecipazione ai bandi per l'assegnazione di fondi, ma più in generale alla costituzione e gestione di impresa. Sono richieste che mettono in luce un ulteriore problema, questa volta relativo al nostro sistema pubblico, che riguarda le difficoltà di aggiornamento rispetto alle continue trasformazioni introdotte nelle normative e di individuazione delle procedure previste, spesso complicate, rispondenti a logiche burocratiche a volte incomprensibili per i non addetti ai lavori. Procedure che sono indispensabili, ma che appaiono inaccessibili senza la consulenza di esperti. Il P.N.I. svolge dunque un importante funzione informativa e di accompagnamento nei "passaggi obbligati", limitando gli ostacoli che gli imprenditori e le imprenditrici o coloro che aspirano a diventarlo si trovano a dover affrontare, favorendo sia la creazione di imprese, sia l'innovazione, oltre che il superamento di eventuali momenti critici delle aziende.

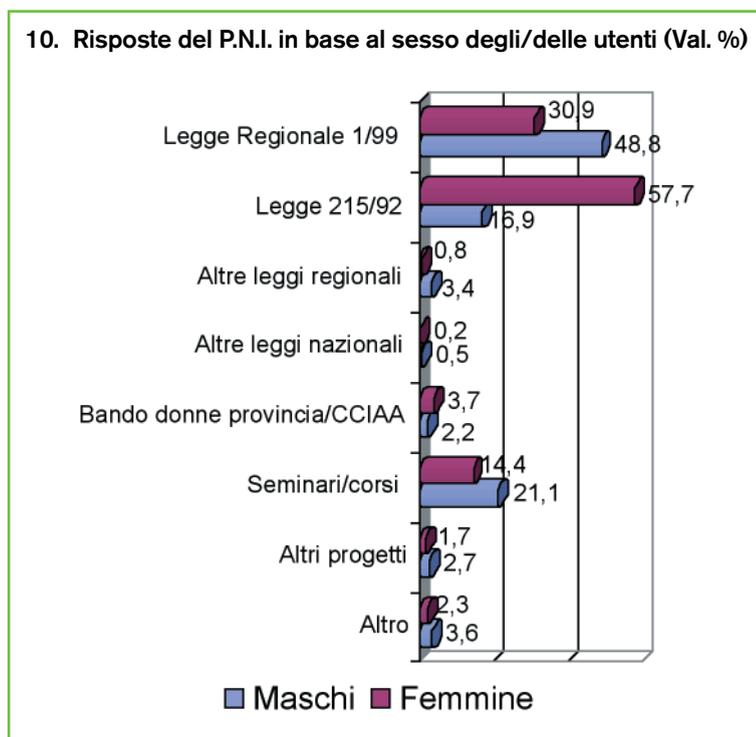
Nell'ultimo anno queste due esigenze sono fortemente calate rispetto alla media del triennio, attestandosi al 28% quella relativa alle procedure burocratiche e al 25% quella relativa alle procedure legali. Si mantiene nella media, invece, la domanda di finanziamenti, che ha avuto un picco nel 2002, legato alle uscite dei bandi.

Una domanda crescente, ma molto meno frequente, è invece quella di poter partecipare a corsi o seminari formativi/orientativi, che passa dal 15,7% del 2001 al 19,6% del 2003. Va ricordato che in circa la metà dei casi la richiesta espressa dagli utenti inizialmente non comprendeva la formazione, ma gli operatori/le operatrici hanno ravvisato l'opportunità di proporla durante il colloquio o è stata sollecitata da successive proposte formative del P.N.I., rivolte a chiunque fosse interessato/a. È una domanda espressa più dagli uomini (19,4%) che dalle donne (14,9%). Un'asimmetria che non ci è possibile spiegare con i dati in nostro possesso. Infine un numero molto ridotto di utenti (2,4%) ha chiesto vari interventi (classificati nel grafico come "altro") che comprendono informazioni sui dati di mercato, test, colloqui orientativi. Colpisce soprattutto la scarsa richiesta di informazioni sulle condizioni del mercato e sull'anda-

mento della domanda nei settori in cui si intende aprire un'attività, che può dipendere dalle conoscenze acquisite mediante la propria esperienza professionale, ma anche dalla mancanza di consapevolezza di come queste stesse condizioni siano determinanti ai fini del successo dell'iniziativa imprenditoriale. Una mancanza di consapevolezza di cui il P.N.I. ha tenuto conto nell'impostare le proposte formative.

L'offerta

Dalle schede relative all'utenza esaminate, risulta che il 94% degli utenti ha ricevuto dal P.N.I. una risposta alle proprie richieste¹⁷. Nel 36% dei casi è trattato di far fronte con un intervento ad hoc ad una singola richiesta, mentre negli altri si sono registrate esigenze più complesse che hanno comportato risposte più articolate, oppure gli operatori/le operatrici hanno ritenuto opportuno offrire diverse opportunità - ad esempio consulenza e formazione - anche ad utenti che avevano posto una sola richiesta specifica, ad esempio di finanziamento.



¹⁷ Si presume che il rimanente 6% dei casi riguardi situazioni in cui una proposta del Servizio, ad esempio di formazione, non sia stata accettata dall'utente o, in parte, di mancata registrazione del dato.

L'attività del Servizio nel triennio si è concentrata nelle informazioni sui bandi per ottenere finanziamenti previsti da diverse leggi regionali o nazionali e dal bando locale della Provincia di Pavia e della Camera di Commercio di Pavia. Tali prestazioni hanno rappresentato circa l'80% degli interventi complessivi, considerando anche corsi, seminari e assistenza personalizzata (vedi grafico n. 10 a pag. 25).

L'attività relativa alla L. 215/92 è stata la più impegnativa, costituendo il 38,5% delle risposte complessive e avendo come destinatari il 41% degli utenti. Si tratta di prestazioni rivolte ovviamente soprattutto a donne, dato che la Legge prevede incentivi per le imprese a prevalente titolarità femminile, ma di cui ha usufruito anche il 16,9% dell'utenza maschile (soci in imprese femminili o incaricati da esse). È una tipologia di intervento che tende a crescere di circa 10 punti percentuali all'anno, avendo come destinatarie/i il 29,7% dell'utenza che è ricorso per la prima volta al P.N.I. nel 2001, il 39,3 di quella dell'anno successivo e il 51,4% di quella del 2003.

Poco meno consistente - 35,8% degli interventi e 38,2% dell'utenza - risulta l'offerta di informazioni alla presentazione di domande sul bando della L.R. 1/99, che ha interessato più gli uomini (48,8%) delle donne (30,9%), ma che non è stato più attivato dopo il 2002.

Rimanendo nel campo dell'accompagnamento alle richieste di finanziamento, sono state seguite anche domande di partecipazione a bandi previsti da altre leggi nazionali o regionali e al bando, già citato, della Provincia e della Camera di Commercio di un numero più ridotto di utenti, pari in totale al 5,3%. Dai dati in nostro possesso siamo in grado di quantificare i diversi tipi di risposta e il numero dei destinatari e delle destinatarie, ma non possiamo quantificare l'impegno in termini di ore dedicate a dare tali risposte. Per cui necessariamente vengono messe sullo stesso piano - nel senso che vengono contate come una sola risposta - sia quelle che hanno richiesto pochi minuti, che quelle che hanno richiesto più ore e un'assistenza personalizzata. Lo stesso vale per la formazione e l'orientamento, dove viene considerata una sola risposta sia un corso di cinque giornate, che un seminario di un giorno. L'offerta di corsi o seminari ha coinvolto nel triennio il 17,2% dell'utenza, per un totale di 250 casi di partecipazione ad un corso o ad un seminario, in prevalenza da parte di donne (54%). Il seminario "Imprenditori oggi" (86 partecipanti) e "Mettersi in proprio" (60 partecipanti) risultano i più seguiti, con una presenza femminile pari al 48%. Gli altri seminari hanno riguardato l'imprenditoria femminile e il marketing. Sono stati svolti anche due corsi: uno, sul "Bilancio per non specialisti" e l'altro all'interno di un progetto Multimisura (nell'insieme 30 partecipanti).

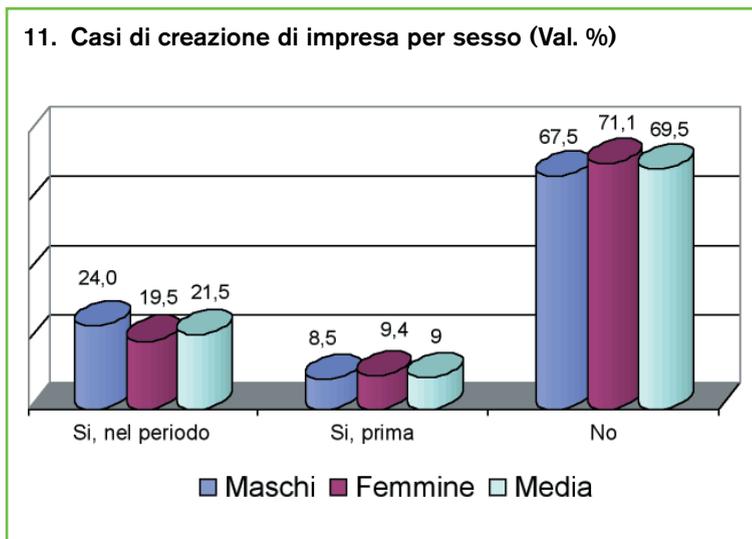
GLI ESITI DELL'ATTIVITÀ DEL P.N.I.: LA NASCITA DI NUOVE IMPRESE

Ci limitiamo per il momento a descrivere gli esiti del P.N.I. in termini di creazione di impresa da parte dei destinatari e delle destinatarie degli interventi, anche se è evidente che possono costituire un esito positivo, da un lato, anche le scelte di non creare impresa dopo una verifica di fattibilità a seguito dell'orientamento ottenuto e, dall'altro, le domande di finanziamento presentate da chi l'impresa l'aveva già creata.

Il 30,5% delle persone che hanno utilizzato il P.N.I. ha oggi un'impresa: il 32,5% degli uomini e il 29% delle donne. Questo 30,5% è composto da un gruppo, pari al 21,5% che ha creato l'impresa nel periodo considerato (2001-2003) e da un gruppo (9%) che l'ha creata prima del triennio considerato o che era già titolare quando si è rivolto al servizio. Come si può vedere dal grafico, le donne sono riuscite meno degli uomini a realizzare la loro idea di impresa.

La maggior percentuale di successo di start-up nel periodo esaminato si riscontra nel gruppo dei giovani che hanno meno di 25 anni, in particolare se maschi.

27



I motivi di tale asimmetria di genere sono in parte rintracciabili nel fatto che, come si è visto, le utenti partono più frequentemente da esperienze di lavoro meno spendibili nell'im-

prenditoria, come attività dipendenti in mansioni impiegatizie o nell'insegnamento. Infatti se l'avere un'attività indipendente (come imprenditore, libero professionista o autonomo) risulta per gli uomini, ma soprattutto per le donne, un fattore che incide positivamente sulle probabilità di realizzare il progetto imprenditoriale, il fatto di svolgere un lavoro dipendente si rivela un fattore di criticità rispetto alla possibilità di creare un'impresa, in particolare per le donne. Analizzando le diverse professioni nell'ambito dei rapporti di dipendenza si può notare che quelle di tipo impiegatizio o nell'insegnamento, svolte in prevalenza da donne, risultano effettivamente un fattore di debolezza, contrariamente a quanto accade per le professioni operaie, svolte prevalentemente da uomini.

12. Creazione di impresa in base alla professione svolta in precedenza per sesso¹⁸

Professione precedente	Ha creato un'impresa	
	Uomini	Donne
Tra chi svolgeva un'attività indipendente	40,5%	48,4%
Tra chi svolgeva un'attività dipendente	31,1%	16,5%
Tra chi aveva una mansione impiegatizia	12,2%	11,7%
Tra chi aveva una mansione operaia	39,4%	21,1%

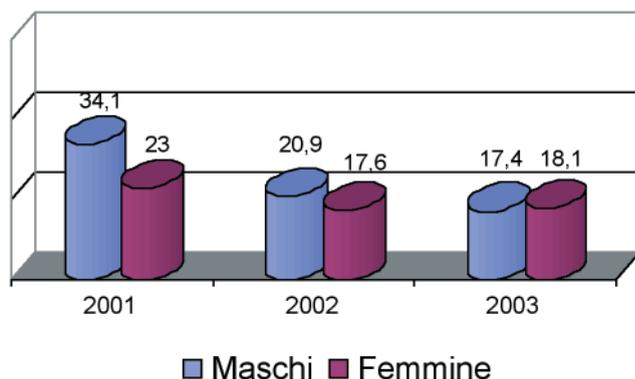
Come si può osservare nella tavola precedente, rimane uno scarto tra la percentuale di casi di successo maschili e femminili anche all'interno delle professioni operaie. Questo fa pensare all'ipotesi di differenti livelli di competenza/specializzazione e di autonomia nella gestione del lavoro, acquisiti nell'esperienza lavorativa come dipendenti, per cui l'effettivo fattore di successo sarebbe rappresentato da un buon grado di padronanza del proprio mestiere, tale da rendere più fattibile il progetto imprenditoriale. Lo stesso indicatore "livello di competenza/specializzazione e di autonomia" può incidere anche sugli esiti dei progetti di chi fa un lavoro dipendente di tipo impiegatizio. È un'ipotesi che però non siamo in grado di confermare con i dati in nostro possesso.

La percentuale di chi crea impresa non è costante nei tre anni considerati, che sono quelli in cui l'utenza ha il primo contatto con il P.N.I., ma tende a decrescere, in ragione del fatto che vi è un tempo di maturazione della scelta e di predispo-

¹⁸ Nella tavola non sono compresi i casi di titolarità di imprese preesistenti. Ogni percentuale è calcolata sul totale dei casi maschili o femminili di una data posizione lavorativa.

sizione di quanto serve per arrivare alla costituzione, dopo la consulenza avuta dal Servizio.

13. Imprese create in base all'anno di accesso al P.N.I. e al sesso (Val. %)



Per le donne, però la percentuale di coloro che si sono rivolte al P.N.I. nel 2003 e hanno creato l'impresa è analoga a quella del 2002 e raggiunge la percentuale maschile. Questo potrebbe rappresentare un segnale di aumento della capacità imprenditiva femminile.

Sono state create imprese in diversi settori di attività. La quota più consistente, pari al 40%, è nel settore del commercio con una parte (6,4%) nel campo dei servizi alberghieri e di ristorazione. Nell'ambito delle attività di vendita, quasi esclusivamente al dettaglio, si ha una prevalenza di ditte create da donne (57,4%), mentre in quelle alberghiere e di ristorazione (soprattutto bar e pizzerie) si ha una ridotta prevalenza di ditte create da uomini (53,8%). Il secondo settore per numero di start up andati a buon fine, senza differenze di genere, è quello dei servizi alle imprese (14,9%), cui seguono: l'edilizia e l'impiantistica (8,4%), i servizi socio-sanitari e alle famiglie (7,4%), i servizi culturali e l'agricoltura (5,4%), i trasporti e l'industria alimentare (5%), l'industria meccanica (4%). Negli altri settori, chimica, editoria e attività immobiliari i casi vanno dall'1% al 2%¹⁹.

¹⁹ Alcuni esempi di imprese create: Laboratorio artigianale di decorazione porcellane e assemblaggio vetrate; Commercio per corrispondenza di videogiochi e dvd; Commercio di generi alimentari multietnici; Gestione di un centro polifunzionale destinato ad accogliere eventi di varia natura; Raccolta, trattamento, cernita e smaltimento di materiali vari; Corsi di educazione ambientale e servizi di consulenza; Design e styling; Produzione di video: ideazione, regia, monitoraggio; Casa editrice musicale; Servizi domiciliari per animali.

Risultano molto femminilizzati i servizi socio-sanitari e alle famiglie (100%), l'agricoltura (72,7%) e i servizi culturali (63,6%). A netta prevalenza maschile sono invece le imprese nell'edilizia (82,4%), nel settore metalmeccanico e nelle attività immobiliari (75%). Si conferma quindi una tradizionale divisione delle attività tra quelle femminili rivolte prevalentemente ai servizi, in particolare a quelli alle persone, e le attività maschili prevalentemente indirizzate alle attività produttive.

In generale le imprese degli/delle utenti del P.N.I. sono per la maggior parte individuali (63,7%), in particolare quelle femminili (67,1%). Si hanno poi SNC (14,5%), SAS (11,6%), SRL (8,3%), senza differenze di genere, se non per una ridotta prevalenza di ditte maschili tra le SRL (10,5% a fronte del 6,5% di ditte femminili). Eccezionali sono i casi di consorzio, SPA, cooperativa e piccola cooperativa.

Trattandosi in gran parte di ditte individuali, prevalgono nettamente i casi con un solo titolare (68,2%) mentre sono complessivamente pari al 5% i casi in cui i soci sono più di tre fino a dodici. Il 34% delle imprese non ha nessuna donna tra i soci e il 54% ne ha una soltanto. Al massimo si arriva a quattro socie ma si tratta di eccezioni.

LE DIFFICOLTÀ CHE PORTANO ALLO STAND-BY O ALL'ABBANDONO DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE

In questo capitolo sono contenuti i risultati di un'indagine telefonica su un campione di utenti, che si sono rivolti al servizio negli ultimi 3 anni e che non risultano titolari di impresa alla verifica delle visure camerali, con l'obiettivo di rilevare le principali difficoltà che hanno impedito finora la realizzazione di un'impresa (vd Nota metodologica).

Le condizioni attuali degli intervistati e delle intervistate

I CASI IN STAND-BY

Il 20% degli/delle intervistati/e, tra cui un solo uomo, è risultato in attesa di poter creare un'impresa. Si tratta di persone che si sono rivolte al P.N.I. per la prima volta in maggioranza nel 2003, avendo un'età compresa tra 18 e 39 anni, in prevalenza da 30 a 34, essendo diplomate, tranne un caso di scolarità dell'obbligo, e per tre quarti occupate.

I due terzi contano di realizzarla entro un anno, prevalentemente entro sei mesi e un terzo, invece, ritiene di aver bisogno di attendere ancora circa due o anche tre anni, per avere le risorse necessarie ad avviare l'attività. C'è chi ha in programma di aprire un negozio di videogiochi o un erboristeria, chi di fornire servizi alle imprese (l'unico uomo). Per il resto, il progetto è di creare un servizio per la prima infanzia, come un asilo nido, ma anche una ludoteca, un baby parking e un servizio di babysitting.

Una sola impresa sarà localizzata a Pavia città, le altre in provincia, tra cui una nel territorio su cui è in corso il progetto Equal Immagin@zioni.

Nessuno delle/dei futuri titolari pensa di associarsi con altri. Soltanto una aspirante imprenditrice pensa però di lavorare da sola. Negli altri casi è previsto l'impiego di un numero di addetti che va da uno a quattro, perlopiù donne, ad eccezione di un caso in cui viene affermato che il genere è indifferente.

I CASI DI ABBANDONO

L'80% delle persone intervistate ha invece abbandonato del tutto l'idea di fare impresa: oltre il 50% a causa del timore di affrontare un rischio troppo grande e le altre per aver deciso

di continuare a svolgere il lavoro che avevano in precedenza o cercare un lavoro dipendente, dopo aver valutato le prospettive e le difficoltà che una scelta imprenditoriale avrebbe comportato per loro. Il genere non risulta influire sulla quota di rinunce, rispetto a quella di situazioni di stand by, mentre pare incidere l'età: hanno deciso di non perseguire il progetto imprenditoriale in particolare le ventenni (non sono stati intervistati uomini di questa età) e le persone over 40.

I due terzi dei rinunciatari avevano già un'occupazione, quando hanno deciso di tentare di realizzare la loro idea di impresa e si sono rivolti/e al P.N.I., mentre un terzo - tutte donne - stavano ancora studiando o erano inoccupate. Hanno abbandonato l'idea tutte le laureate intervistate e i due terzi delle diplomate. E sono proprio le persone più scolarizzate ad aver temuto di rischiare troppo avviando l'attività imprenditoriale, probabilmente per una maggior consapevolezza dell'investimento, non soltanto economico, e dell'incertezza del mercato, ma anche per maggiori opportunità di trovare o continuare a svolgere un'attività dipendente o autonoma. Hanno rinunciato alla realizzazione del progetto imprenditoriale in particolare le ventenni e le over 40.

Per quanto riguarda il tipo di attività che intendevano realizzare, oltre ai servizi per la prima infanzia (circa un terzo dei casi osservati), dello stesso tipo di quelli progettati da chi oggi è in stand by, le donne prevedevano di aprire un negozio di abbigliamento, delle librerie, di cui una per bambini, un videonoleggio con Internet point, un'agenzia turistica, un servizio di traduzioni, una cooperativa di servizi alle imprese. Inoltre, alcune di loro pensavano ad un agriturismo, ad un albergo, ad un ristorante tipico orientale e, infine, ad un allevamento e ricovero per cani. Gli uomini, invece, avevano l'idea di creare una cooperativa per eseguire i lavori preparatori degli impianti elettrici, agenzie di servizi alle imprese, tra cui una di grafica pubblicitaria e di creazione di siti web, un agriturismo e, in un caso, un asilo nido.

Le difficoltà incontrate

È stato chiesto agli aspiranti imprenditori, in stand-by o rinunciatari, quali difficoltà avrebbero dovuto affrontare nel tentativo di realizzare la loro idea di impresa. Inoltre, è stato chiesto loro di indicare il grado di rilevanza delle difficoltà incontrate, attribuendo un punteggio in una scala da uno (rilevanza molto scarsa) a cinque (rilevanza molto alta).

Il principale ostacolo per gli intervistati è la mancanza di risorse economiche (vd tavola seguente).

Questo non è soltanto il più diffuso (77,1%) ma anche quello che viene considerato più degli altri rilevante o molto rilevante (83,3%).

14. Tipo di difficoltà incontrate e ritenute rilevanti o molto rilevanti²⁰

Tipo di difficoltà	% di coloro che l'hanno incontrata ²¹	% di coloro che l'hanno ritenuta rilevante /molto rilevante ²²
Mancanza di risorse economiche	77,1	83,3
Impossibilità di ottenere finanziamenti	54,3	66,7
Problemi burocratici/amministrativi	42,9	66,7
Cambiare attività e modo di vivere	35,7	16,7
Rischio di non affermarsi sul mercato	34,3	0
Timore di non avere lavoro	33,4	32,4
Competenze inadeguate	32,9	16,7
Problemi organizzativi	22,9	0
Essere un uomo o una donna	14,3	0
Trovare una sede	14,3	16,7
Trovare soci	11,4	0

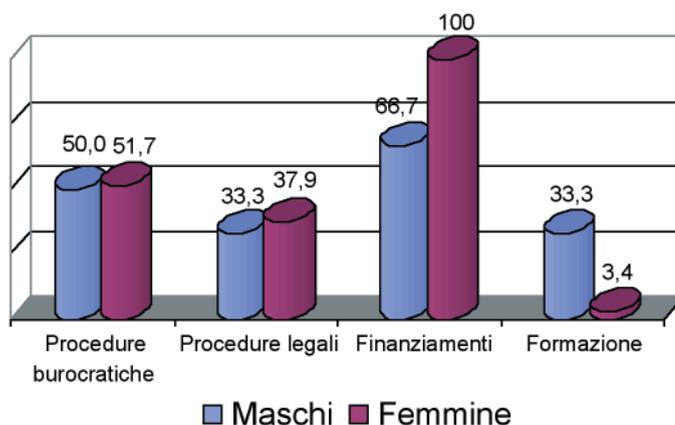
Al fatto di non avere a disposizione le risorse economiche necessarie viene associata spesso l'impossibilità di ottenere un finanziamento (54,3%) e la difficoltà di superare i problemi burocratici e amministrativi (42,9%). Del resto, era proprio per avere informazioni e supporto rispetto alla possibilità di essere finanziati che il 94% di loro aveva utilizzato il P.N.I.: tutte le donne e i due terzi degli uomini (vedi grafico n. 15 a pag. 34). Alcune altre difficoltà incontrate da circa un terzo degli intervistati riguardano l'area del rischio: si tratta del timore di non riuscire ad affermare la propria impresa sul mercato (34,3%) o di non riuscire ad avere sufficienti commesse (33,4%), oltre che dell'ansia di affrontare il cambiamento, non solo di lavoro, ma anche del tipo di vita che il nuovo ruolo potrebbe richiedere, con un investimento personale molto forte soprattutto nella fase iniziale (35,7%).

²⁰ I valori di ogni cella sono riferiti al totale degli/delle intervistati/e.

²¹ In questa colonna le % indicano la quota di chi ha incontrato la difficoltà indicata nella stessa riga.

²² In questa colonna le % indicano la quota di chi ritiene la difficoltà incontrata rilevante o molto rilevante. Grado di rilevanza attribuito 4 o 5.

15. Le richieste di supporto presentate inizialmente al P.N.I. dagli intervistati per sesso (Val %)



Meno diffuse sono state le preoccupazioni destinate da un ulteriore gruppo di problemi, questa volta strettamente inerenti all'attività imprenditoriale, come la percezione di non avere competenze adeguate (32,9%), difficoltà di tipo organizzativo (22,9%), di reperimento di una sede (14,3%). Questi elementi di criticità probabilmente hanno assunto una minore rilevanza per il fatto che non era sufficientemente diffusa la necessaria consapevolezza dell'importanza del grado di professionalità e dell'efficienza organizzativa quali fattori competitivi per affermarsi e reggere sul mercato. Può darsi però che il fatto di non riuscire a superare il problema del reperimento delle risorse economiche, che costituiva una condizione essenziale per poter avviare l'impresa, dopo aver verificato l'inaccessibilità dei finanziamenti pubblici, abbia determinato una sottovalutazione di aspetti cui si sarebbe dato un peso maggiore nel caso in cui il progetto fosse stato fattibile.

Solo in pochi casi è stata sottolineata la difficoltà di trovare uno o più soci (11,4%).

Le motivazioni ad intraprendere sono state messe in crisi anche da occasioni di lavoro che si sono presentate durante il processo di definizione dell'idea di impresa e che sembravano offrire opportunità più favorevoli (25,7%). È ipotizzabile che, a fronte delle problematicità e dei rischi da affrontare e di una prospettiva imprenditoriale ancora incerta, nella valutazione dei costi e dei benefici, un'opportunità occupazionale immediata abbia portato ad accettare la proposta lavorativa.

A giudizio degli intervistati non ha invece comportato nessuno svantaggio il fatto di essere un uomo o una donna. L'ipo-

tesi che siano le donne a trovare maggiori impedimenti allo start up non trova dunque conferma, non soltanto nelle valutazioni degli interessati, ma nemmeno dai dati sull'esistenza di ostacoli.

16. Tipo di difficoltà incontrata e ritenuta rilevante/molto rilevante per sesso²³
(Val. %)

Tipo di difficoltà	% di coloro che l'hanno incontrata		% di coloro che l'hanno ritenuta rilevante/molto rilevante	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Mancanza di risorse economiche	100,0	72,4	83,3	44,8
Impossibilità di ottenere finanziamenti	66,7	51,7	66,7	37,9
Problemi burocratici/amministrativi	100,0	31,0	66,7	20,6
Cambiare attività e modo di vivere	50,0	20,7	16,7	10,3
Rischio di non affermarsi sul mercato	66,7	27,6	0	17,2
Timore di non avere lavoro	50,0	27,6	32,4	17,2
Competenze inadeguate	33,3	20,7	16,7	3,4
Problemi organizzativi	50,0	17,2	0	6,8
Trovare una sede	16,7	13,8	16,7	13,8
Essere un uomo o una donna	16,7	13,8	0	6,9
Trovare soci	16,7	10,3	0	10,3

Dalla tavola precedente si può vedere come siano gli uomini a mettere in luce la problematicità degli aspetti considerati, più che le donne, e come denunciino anche un maggior grado di rilevanza delle difficoltà incontrate, ad eccezione di rari casi, riguardanti la ricerca di soci.

Questo potrebbe dipendere dal fatto che gli uomini hanno delle motivazioni più forti, dal momento che risultano abbandonare l'idea di creare un'impresa a fronte di difficoltà maggiori di quelle che inducono le donne a desistere.

Va comunque ricordato che le intervistate sono più giovani (il 53,9% ha meno di 30 anni, mentre tutti i maschi ne hanno più di 30) e più scolarizzate (un terzo di loro è laureata, mentre i maschi sono tutti diplomati), quindi possono essere più orientate a valutare positivamente occasioni di lavoro diverse, come dimostra anche l'alto grado di rilevanza attribuito alle proposte di lavoro ricevute (20,7%) più degli uomini (16,7%).

²³ I valori riportati in ogni colonna sono riferiti al totale degli uomini o delle donne intervistati/e.

GLI ESITI DELL'ATTIVITÀ DEL P.N.I. TRA ORIENTAMENTO ALL'IMPRENDITORIA E ORIENTAMENTO ALL'OCCUPAZIONE

Gli esiti dell'attività del P.N.I. sono in gran parte positivi, anche nei casi in cui non hanno avuto come sbocco la creazione di un'impresa, come dimostra una serie di fattori in parte già evidenziati:

- il 20% degli/delle intervistati/e è in una situazione di stand by, che nella maggior parte dei casi si può considerare "fisiologica", nel senso che si sono rivolti al Servizio P.N.I. nel 2003 e non prevedono un periodo molto lungo di attesa per avviare l'attività. Soltanto un terzo di tali situazioni appare a rischio di abbandono del progetto imprenditoriale, perché la realizzazione è prevista tra due o tre anni;
- il 25,7% ha scelto di svolgere un altro tipo di lavoro, non come opzione residuale, ma cogliendo un'occasione di lavoro che si è presentata e che ha valutato più favorevole della prospettiva imprenditoriale;
- il 47,4% di chi ha rinunciato a creare un'impresa, considerando che fosse una scelta troppo rischiosa (escludendo i casi di stand by e chi ha deciso di continuare il lavoro svolto in precedenza) valuta comunque come utile/molto utile (grado 4 o 5 in una scala da 1 a 5) il supporto ricevuto dal P.N.I..

I dati complessivi sulla *customer satisfaction* degli intervistati sono molto positivi, tanto più se si considera che il fatto di non essere riusciti (o non ancora riusciti) a realizzare il loro progetto imprenditoriale potrebbe indurli a leggere in negativo più che in positivo le varie tappe del percorso.

17. Valutazione su alcuni aspetti del supporto offerto dal P.N.I. (Val. %)

Tipo di aspetto valutato	Grado di apprezzamento		
	Alto/molto alto	Medio	Basso
Disponibilità del personale	85,7	11,4	2,9
Professionalità del personale	80,0	20,0	0
Utilità del supporto ricevuto	44,7	40,0	14,3

Come si può osservare nella tavola precedente, sono state molto apprezzate la disponibilità e la professionalità del personale. Oltre alle valutazioni decisamente positive, va sottoli-

neato che nessuno degli intervistati ha dato un giudizio critico sulle competenze delle operatrici. Dalle risposte fornite emerge dunque con chiarezza che anche quando le valutazioni sull'utilità dell'intervento del P.N.I. non sono del tutto positive, questo non dipende dalla qualità delle prestazioni ottenute, ma da altri fattori. Anzi, poco meno della metà degli intervistati segnala un grado alto o molto alto di utilità del supporto avuto. Si può certo ipotizzare che in questi casi la consulenza ricevuta abbia consentito loro di avere maggiori elementi di consapevolezza rispetto alle opportunità e ai vincoli, tanto da poter "scegliere" di non avviare l'impresa, evitando il rischio di "subire" lo scacco di non riuscirci.

Una conferma della positività complessiva delle valutazioni si ha anche dal fatto che il 94,3% degli intervistati dichiara di aver già consigliato o di aver l'intenzione di consigliare di rivolgersi al P.N.I. ad un/una conoscente che aspiri a creare un'impresa.

Dalla ricerca emerge come l'attività del P.N.I. si collochi non solamente nell'ambito del sostegno alla nascita e allo sviluppo dell'imprenditoria, inteso come orientamento sul "come", con "quali strumenti", con "quali finanziamenti" poter affrontare un progetto imprenditoriale. Una quota crescente delle prestazioni risulta finalizzata ad un target di utenza che si rivolge al P.N.I. per verificare "se" la creazione di un'impresa o il mettersi in proprio possa rappresentare uno sbocco professionale per sé, non perché lo si preferisca ad altri, ma per la difficoltà a trovare un'occupazione dipendente sul mercato. Si tratta di due tipi diversi di aspettative con cui gli/le utenti si rivolgono al servizio, legate anche a diverse condizioni (livello di istruzione, professionalità, età, ecc.) rispetto alle prospettive di lavoro sul mercato, che si associano inevitabilmente ad un differente grado di propensione ad intraprendere e ad accettare il rischio. Tale propensione potrà essere più o meno alta per coloro che si orientano ad avviare un'impresa, perché attratti da questa prospettiva più che da altre. Ma si può presumere sia molto bassa, se non inesistente, nei casi in cui viene vista come l'unico sbocco lavorativo. In questi ultimi, ad una scarsa propensione al rischio, legata anche alla necessità oggettiva di procurarsi un reddito, si associa una condizione di carenza di skill e di conoscenza del mercato, che deriva dalla mancanza o dalla frammentarietà di un'esperienza professionale precedente, perché si tratta di persone disoccupate/inoccupate o che stanno ancora studiando e sono alla ricerca della prima occupazione.

Il ruolo del P.N.I. viene dunque a trovarsi in una linea di confine tra *policies* di sviluppo dell'imprenditoria e di sviluppo del-

l'occupazione. Ed è per evitare il rischio che si crei una situazione di pendolarismo di questo tipo di utenza tra i Servizi per l'imprenditoria e i Servizi per l'impiego, che, già da due anni, mediante il Progetto Multimisura Orientamento FSE/Regione Lombardia "Un modello pavese dei servizi integrati per l'impiego" è stata creata a Pavia una rete di soggetti, tra cui il P.N.I., che operano in modo complementare, che hanno come capofila la Provincia di Pavia e in raccordo con il Centro per l'impiego territoriale.

Si è quindi da tempo sperimentata un'integrazione di interventi, che mantengono una loro specificità, permettendo però all'utente di avere una gamma di prestazioni diversificate, ma coordinate e integrate. Il Centro per l'impiego costituisce un servizio di primo livello che effettua i colloqui di base, indirizzando chi cerca lavoro ai servizi specialistici da lui/lei richiesti. Tra i servizi di secondo livello, il P.N.I. può offrire un tutore alla creazione di impresa o frequenza di un corso di formazione imprenditoriale.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

L'attività del Punto Nuova Impresa di Pavia, in particolare nell'ultimo triennio, ha ricoperto un ruolo di primo piano nel panorama degli interventi per lo sviluppo dell'imprenditoria, con effetti positivi anche sul piano occupazionale.

In sintesi, dalla ricerca emergono infatti come fattori di successo:

- il contributo dato dal P.N.I. alla diffusione di una cultura di impresa nel territorio, sia attraverso l'attività di sportello, sia con specifici progetti realizzati in partnership con altri soggetti istituzionali e non. L'azione di animazione ha coinvolto anche ambiti sociali tradizionalmente legati alla cultura del lavoro dipendente, inducendo un significativo allargamento dell'area dell'imprenditoria potenziale. Occorre considerare tra l'altro che la diffusione di un atteggiamento autoimprenditivo può esplicare effetti positivi non solo in termini di propensione ad intraprendere, ma anche in termini di maggiori capacità propositive da spendere nell'ambito del lavoro dipendente. A margine occorre annotare che la possibilità di un accesso diretto alla Camera di Commercio, anche da parte di chi non è ancora titolare di impresa, ha favorito la diffusione di un'immagine di Ente "aperto", anche rispetto alle istanze di carattere sociale e non soltanto di quelle strettamente economiche;
- il ruolo assunto di osservatorio sulle potenzialità imprenditive del territorio e, indirettamente, su uno spaccato dell'area del lavoro non garantito e della disoccupazione/inoccupazione locale. Le potenzialità offerte dalla banca-dati del P.N.I. si prestano ad essere ulteriormente sfruttate per monitorare la domanda degli aspiranti imprenditori e gli esiti dei propri interventi. Questa funzione di osservatorio, a livello provinciale, delle caratteristiche della domanda e dell'impatto dell'offerta di servizi sullo sviluppo dell'imprenditoria, è molto utile non soltanto per la Camera di Commercio, ma anche per le altre Istituzioni del territorio, responsabili delle politiche in campo economico e sociale;
- l'incentivazione della nascita e, in alcuni casi, della permanenza sul mercato di piccole imprese in diversi settori di attività, mediante le azioni di informazione, orientamento, formazione, assistenza personalizzata. In questa direzione

il P.N.I. ha rappresentato una leva strategica di sviluppo anche per l'imprenditoria femminile. Pur senza sottovalutare la "fragilità" di alcuni progetti imprenditoriali - in taluni casi assimilabili all'auto-impiego - è indubbio l'apporto del P.N.I. alla promozione del processo di *empowerment* femminile, sollecitato nelle *policies* socio-economiche a tutti i livelli, da quello europeo a quello regionale;

- il ruolo di orientamento all'occupazione svolto supportando gli utenti nella fase di verifica di fattibilità di un progetto di creazione di impresa. Negli ultimi anni la tendenza all'aumento dell'utenza femminile inoccupata over 40 e, più in generale, anche dell'utenza maschile nella fascia di età più avanzata ha ampliato la quota di interventi di questo tipo. Assume quindi una particolare importanza il ruolo di orientamento del P.N.I. per verificare la fattibilità o meno del progetto imprenditoriale. Rendere consapevole l'utente anche dei punti di debolezza della sua idea o delle difficoltà da incontrare nella realizzazione dell'impresa, consente di evitare il rischio di un investimento sbagliato e di disincentivare l'apertura di imprese deboli già dall'inizio.

Dal punto di vista del genere, oltre a quanto già citato, va notata l'alta presenza di donne nell'utenza dell'ultimo triennio, favorita certamente anche dai bandi di finanziamento ex L. 215/92. Inoltre va sottolineato che la percentuale delle aspiranti imprenditrici che hanno creato un'impresa è di poco inferiore a quella degli aspiranti imprenditori.

Il P.N.I. ha avuto dunque un ruolo decisivo nella diffusione della cultura di impresa in senso lato, determinando sia il consolidamento di una vocazione all'imprenditorialità già tradizionalmente radicata, specie in alcune aree della provincia; sia un indispensabile sostegno alla diffusione delle imprese "al femminile".

BIBLIOGRAFIA

Ecipa Lombardia (a cura di), *Fare impresa al femminile. Conciliazione e ruoli manageriali. Ricerca su scala regionale*, Milano, 2002.

Formaper (a cura di), *Donne & Impresa. Le politiche di incentivazione per una nuova imprenditorialità in Lombardia. Guida pratica alla Legge 215/92 e alle Leggi regionali*, Unioncamere, Ministero dell'Industria del Commercio e dell'Artigianato, Regione Lombardia, Milano, 1998.

Formaper (a cura di), *Donne creano impresa. Dove informarsi, come fare il piano d'impresa, quali leggi agevolative utilizzare*, Sperling & Kupfer Editori, 1998.

Formaper, *Imprese di donne, imprese per le donne. Esperienze di successo nelle imprese sociali*, Regione Lombardia - Direzione Generale Enti Locali, Milano, 2001.

Formaper (a cura di), *Imprenditorialità e imprese al femminile in provincia di Pavia*, a cura di Soru A. e Zanini C., Tipo-litografia Q-print, 2003.

IReR, *Giovani donne e microimprese. Motivazioni e risorse per l'avvio di una attività imprenditoriale in Lombardia*, Ed. Guerini e Associati, Milano, 1998.

ISTUD, *Istituzioni e imprenditorialità femminile*, a cura di Negrelli S., Ed. Guerini e Associati, Milano, 1999.

Provincia di Milano (a cura di), *Aziende di successo & Buone prassi. Politiche di conciliazione e innovazione nelle piccole imprese in Italia e in Europa*, Provincia di Milano, 2003.

ALLEGATI



DATA _____ ORA _____

SI PREGA DI COMPILARE IN STAMPATELLO. GRAZIE

Nome _____ Cognome _____
 Residenza: via _____ N° _____
 Città _____ Prov. _____ CAP _____ Cittadinanza _____
 Domicilio (se residenza non in Lombardia) _____
 Tel. abitazione _____ Cell. _____
 E-mail _____
 Data nascita _____ Comune _____ Prov. _____ Stato civile _____
 Sesso M F Iscritto uff. collocamento? SI NO
 visto _____

Professione attuale:

- | | | | |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Imprenditore (IM) | <input type="checkbox"/> Inoccupato (IN) | <input type="checkbox"/> Artigiano (AR) | <input type="checkbox"/> Dirigente (DR) |
| <input type="checkbox"/> Lavoratore autonomo (LA) | <input type="checkbox"/> Impiegato (IP) | <input type="checkbox"/> Studente (ST) | <input type="checkbox"/> Operaio (OP) |
| <input type="checkbox"/> Libero professionista (LP) | <input type="checkbox"/> Pensionato (PE) | <input type="checkbox"/> Insegnante (IS) | <input type="checkbox"/> Altro (XX) |

Titolo di studio

- | | | |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Media inferiore (MI) | <input type="checkbox"/> Istituti professionali (IP) | <input type="checkbox"/> Altro (XX) |
| <input type="checkbox"/> Media superiore (MS) | <input type="checkbox"/> Laurea (L) | |

Settore in cui si intende avviare/ha avviato l'attività:

- Servizi pubblici e privati (PA)
- Commercio, pubblici esercizi ed alberghi, riparazioni (CO)
- Industria alimentare, tessile, pelle, legno (IF)
- Industria meccanica (IM)
- Agricoltura, caccia, foresta e pesca (AG)
- Industria edilizia e impiantistica (IE)
- Trasporti e comunicazioni (TR)
- Industria estrattiva, manifatturiera e chimica (IC)
- Credito ed assicurazione (CR)
- Energia, gas, acqua (EN)

OPPURE

CHIEDE INFORMAZIONI PER:

- familiare
 - conoscente
 - studio professionale
 - altro
-

Breve descrizione dell'attività che si intende avviare:

47

Come è venuto a conoscenza del Punto Nuova Impresa?

- | | | | |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Formaper (M) | <input type="checkbox"/> Pubblicità/Stampa (I) | <input type="checkbox"/> Associazioni di categ. (O) | <input type="checkbox"/> Internet (R) |
| <input type="checkbox"/> Articolo/Stampa (A) | <input type="checkbox"/> Regione Lombardia (G) | <input type="checkbox"/> Altri enti territoriali (N) | <input type="checkbox"/> Altro (X) |
| <input type="checkbox"/> Camera di commercio (C) | <input type="checkbox"/> Passando di qui (H) | <input type="checkbox"/> Università (U) | |
| <input type="checkbox"/> Conoscenze personali (F) | <input type="checkbox"/> Pubblicità/Radio (D) | <input type="checkbox"/> Posta (E) | |
| <input type="checkbox"/> altri P.N.I.(P) | <input type="checkbox"/> Pubblicità/TV (T) | <input type="checkbox"/> Fiere (B) | |

È la prima volta che utilizza i servizi del Punto Nuova Impresa? Sì No

È soddisfatto/a delle informazioni ricevute, in questa sede, dal Punto Nuova Impresa? Sì No

Eventuali suggerimenti per il miglioramento dei servizi offerti dal Punto Nuova Impresa, o eventuali cause di insoddisfazione:

Ai sensi dell'art. 13 del Decreto Legislativo n. 196/2003 --- Omissis---

Autorizzo Non autorizzo

Firma _____

SPAZIO RISERVATO ALL'UFFICIO

Richiesta <input type="checkbox"/> PB <input type="checkbox"/> PL <input type="checkbox"/> DM <input type="checkbox"/> FI <input type="checkbox"/> FO <input type="checkbox"/> CO <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> XX	
Risposta <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> 215 <input type="checkbox"/> 95 <input type="checkbox"/> LR <input type="checkbox"/> LL <input type="checkbox"/> CI <input type="checkbox"/> AP <input type="checkbox"/> C2 <input type="checkbox"/> C3 <input type="checkbox"/> FS <input type="checkbox"/> AC <input type="checkbox"/> RL <input type="checkbox"/> CCIAA <input type="checkbox"/> XX	Durata incontro

FREQUENZE SPORTELLI P.N.I. (dal 1° settembre 1994 - al 31 dicembre 2003)

Sportelli P.N.I.	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Risultati totali
Bergamo	360	1.037	883	778	602	450	454	888	962	973	7.387
Brescia	584	1.237	463	718	644	653	858	892	870	987	7.906
Como	387	645	558	523	582	544	472	518	590	655	5.474
Cremona	273	647	820	972	857	772	723	811	773	642	7.290
Lecco	336	653	310	502	678	801	352	304	459	427	4.822
Lodi	274	434	343	422	408	310	275	271	598	1.320	4.655
Mantova	198	540	294	429	511	467	614	748	802	233	4.836
Pavia	344	715	552	559	658	636	615	674	760	711	6.224
Sondrio	219	560	691	395	131	103	64	141	62	144	2.510
Varese	466	883	738	796	784	662	788	1.050	906	1.270	8.343
Legnano	313	598	438	632	675	655	515	576	429	383	5.214
Magenta	334	762	608	594	520	371	624	588	371	282	5.054
Monza	570	704	592	654	590	498	510	618	744	55	5.991
Milano	1.747	3.349	3.674	4.544	3.872	3.675	3.548	3.512	3.080	2.147	33.148
Regione	\	\	268	789	527	424	395	616	1.453	1.220	5.692
TOTALI	6.405	12.764	11.232	13.307	12.039	11.021	10.807	12.207	12.859	11.905	114.546

QUESTIONARIO¹ ANONIMO RIVOLTO AD UN CAMPIONE DI UTENTI DEL P.N.I. CHE NON HANNO ANCORA CREATO UN'IMPRESA

Buongiorno. Telefono per conto della CCIAA di Pavia. Stiamo svolgendo un'indagine tra chi si è rivolto negli ultimi anni al nostro servizio P.N.I. per capire le difficoltà che ha incontrato/incontra nell'avviare un'impresa. L'intervista durerà meno di dieci minuti e le garantisco che le risposte che darà rimarranno assolutamente anonime, perché le informazioni raccolte saranno trattate in forma aggregata, senza nessun riferimento a casi singoli.

DOMANDA FILTRO:

Lei sta avviando o pensa di avviare un'impresa?

1) Sì, la sto avviando/penso di avviarla/ sono in attesa di poterla realizzare	⇔	modulo A
2) No, mi è sembrato che il rischio fosse troppo grande/ che i problemi fossero troppo complessi	⇔	modulo B
3) No, ho deciso di continuare a svolgere il lavoro che facevo	⇔	
4) No, ho deciso di cercare un lavoro dipendente/ un lavoro dipendente diverso da quello che svolgevo	⇔	
5) Sì l'ho avviata	⇔	Chiedere di che tipo, in che settore e chiudere l'intervista

¹ Per l'intervistatrice: Indicare le risposte barrando il n° corrispondente. Nei moduli i numeri delle domande non sono consecutivi: tale impostazione serve per l'elaborazione dei dati.

Modulo A:
PER CHI STA AVVIANDO / PENSA DI AVVIARE
/ È IN ATTESA DI POTER REALIZZARE L'IMPRESA

1 Mi può fornire una breve descrizione dell'impresa che vorrebbe realizzare?

(Descrizione dettagliata)

2 Entro quanto tempo pensa di realizzarla?

- 1) Entro i prossimi 6 mesi
- 2) Entro un anno
- 3) Entro 2-3 anni
- 4) Non ho ancora pensato a una data di partenza

3 Pensa di realizzarla da solo/a?

- 1) Sì, da solo/a
- 2) No, con altri ⇨ N° soci: _____ di cui donne: _____

4 Quante persone pensa potranno lavorare nella sua impresa nei primi due anni di attività (equivalente tempo pieno)?

N. _____

5 Di questi, quanti pensa potranno essere donne?

- 1) N. _____
- 2) Non lo so/è indifferente

6 Dove sarà ubicata la sua impresa?

- 1) Pavia
- 2) Provincia di Pavia
- 3) Lombardia
- 4) Fuori Lombardia

- 7 Quali sono le principali difficoltà, tra quelle che le elencherò, che ha affrontato/deve affrontare nella realizzazione della sua impresa? Per ognuna di quelle incontrate, le chiedo di indicare un grado di rilevanza da 1 a 5, in una scala in cui 1 indica il grado più basso e 5 il più alto**

	Incontrata		Grado di rilevanza
	No	Si	
1) Difficoltà di trovare altri soci/disaccordo con eventuali soci	[1]	[2]	
2) Mancanza delle risorse economiche necessarie	[1]	[2]	
3) Impossibilità di ottenere finanziamenti	[1]	[2]	
4) Problemi burocratico-amministrativi	[1]	[2]	
5) Difficoltà organizzative	[1]	[2]	
6) Rischio di non riuscire ad affermarsi sul mercato	[1]	[2]	
7) Si sono presentate altre opportunità lavorative più favorevoli	[1]	[2]	
8) Paura di restare senza lavoro	[1]	[2]	
9) Le mie competenze non erano del tutto adeguate all'iniziativa	[1]	[2]	
10) Difficoltà nel mutare completamente la sua attività e/o il modo di vivere	[1]	[2]	
11) Il fatto di essere una donna/un uomo	[1]	[2]	
12) Altro (specificare) _____	[1]	[2]	

- 8 Si è rivolto/a nuovamente al P.N.I. quando sono sorti dei problemi per avere un supporto nell'affrontarli?**

1) No ⇒ **8.a Si è rivolto/a ad altri Enti/consulenti?**

1) No

2) Si ⇒ **8.b A chi?**

2) Si ⇒ **8.c Il supporto ricevuto dal P.N.I. l'ha aiutata a superare le difficoltà/i problemi incontrati? In quale misura?**

1) Per nulla

2) Poco

3) Abbastanza

4) Molto

5) Moltissimo

9 Quando si è rivolto/a (la prima volta) al P.N.I. Lei stava lavorando?

- 1) Sì ⇒ **9.a Con che tipo di rapporto?** *(Una sola risposta)*
- 1) Dipendente a tempo indeterminato
 - 2) Dipendente a tempo determinato/apprendista/contr. di formazione-lavoro
 - 3) Interinale
 - 4) Collaborazione coordinata e continuativa
 - 5) Lavoro autonomo
 - 6) Imprenditore/imprenditrice
 - 7) Coadiuvante
 - 8) Altro (specificare) _____
- 2) No ⇒ **9.b Quale era la sua condizione?** *(Una sola risposta)*
- 1) Studente/tessa
 - 2) In cerca di prima occupazione
 - 3) Disoccupato/a
 - 4) Pensionato/a
 - 5) Casalinga

52

10 E, sempre quando si è rivolto/a per la prima volta al P.N.I., aveva già un'idea dell'impresa che intendeva realizzare? Le chiedo di dirmi quale delle possibili risposte che le elencherò corrisponde meglio alla sua situazione di quel momento: *(Una sola risposta)*

- 1) Sì, avevo un'idea precisa
- 2) Sì, avevo un'idea, ma vaga
- 3) No, in quel momento non avevo un'idea di impresa, ma il P.N.I. mi ha aiutato ad individuarne una
- 4) No, volevo solo capire se per me (date le mie competenze e le mie risorse) fosse praticabile avviare un'impresa/mettermi in proprio

11 Complessivamente quanti contatti/colloqui ha avuto con il P.N.I.?

N. _____

12 Quali tipi di supporto ha ricevuto? *(Sono possibili anche più risposte)*

- 1) Informazioni sull'avvio di impresa/fonti di finanziamento/ecc.
- 2) Consulenza/orientamento personalizzato rispetto alla definizione e alla fattibilità della sua idea di impresa/alla soluzione dei problemi incontrati
- 3) Corsi di formazione/orientamento
- 4) Altro (specificare) _____

13 Le è stato utile nel complesso il supporto che ha ricevuto? In quale misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

14 La sua valutazione sulla professionalità e la preparazione del personale del P.N.I. è positiva? In che misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

15 E la sua valutazione sulla disponibilità dimostrata dal personale è positiva? In che misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

16 Consiglierebbe o ha già consigliato a un suo/una sua conoscente di rivolgersi al P.N.I.?

- 1) Sì
- 2) No

LA RINGRAZIO MOLTO PER LA SUA COLLABORAZIONE, RICONFERMANDOLE LA GARANZIA DI ANONIMATO DELLE RISPOSTE DA LEI FORNITE.

Modulo B:
**PER CHI NON HA REALIZZATO L'IMPRESA
E PENSA CHE NON LA REALIZZERÀ**

7 Quali sono le principali difficoltà, tra quelle che le elencherò, che ha affrontato/deve affrontare nella realizzazione della sua impresa? Per ognuna di quelle incontrate, le chiedo di indicare un grado di rilevanza da 1 a 5, in una scala in cui 1 indica il grado più basso e 5 il più alto

	Incontrata		Grado di rilevanza
	No	Si	
1) Difficoltà di trovare altri soci/disaccordo con eventuali soci	[1]	[2]	
2) Mancanza delle risorse economiche necessarie	[1]	[2]	
3) Impossibilità di ottenere finanziamenti	[1]	[2]	
4) Problemi burocratico-amministrativi	[1]	[2]	
5) Difficoltà organizzative	[1]	[2]	
6) Rischio di non riuscire ad affermarsi sul mercato	[1]	[2]	
7) Si sono presentate altre opportunità lavorative più favorevoli	[1]	[2]	
8) Paura di restare senza lavoro	[1]	[2]	
9) Le mie competenze non erano del tutto adeguate all'iniziativa	[1]	[2]	
10) Difficoltà nel mutare completamente la sua attività e/o il modo di vivere	[1]	[2]	
11) Il fatto di essere una donna/un uomo	[1]	[2]	
12) Altro (specificare) _____	[1]	[2]	

8 Si è rivolto/a nuovamente al P.N.I. quando sono sorti dei problemi per avere un supporto nell'affrontarli?

1) No ⇒ **8.a Si è rivolto/a ad altri Enti/consulenti?**

1) No

2) Si ⇒ **8.b A chi?**

- 2) Si ⇒ **8.c Il supporto ricevuto dal P.N.I. l'ha aiutata a superare le difficoltà/i problemi incontrati? In quale misura?**
- 1) Per nulla
 - 2) Poco
 - 3) Abbastanza
 - 4) Molto
 - 5) Moltissimo

9 Quando si è rivolto/a (la prima volta) al P.N.I. Lei stava lavorando?

- 1) Si ⇒ **9.a Con che tipo di rapporto? (Una sola risposta)**
- 1) Dipendente a tempo indeterminato
 - 2) Dipendente a tempo determinato/apprendista/contr. di formazione-lavoro
 - 3) Interinale
 - 4) Collaborazione coordinata e continuativa
 - 5) Lavoro autonomo
 - 6) Imprenditore/imprenditrice
 - 7) Coadiuvante
 - 8) Altro (specificare) _____
- 2) No ⇒ **9.b Quale era la sua condizione? (Una sola risposta)**
- 1) Studente/tessa
 - 2) In cerca di prima occupazione
 - 3) Disoccupato/a
 - 4) Pensionato/a
 - 5) Casalinga

10 E, sempre quando si è rivolto/a per la prima volta al P.N.I., aveva già un'idea dell'impresa che intendeva realizzare? Le chiedo di dirmi quale delle possibili risposte che le elencherò corrisponde meglio alla sua situazione di quel momento: (Una sola risposta)

- 1) Sì, avevo un'idea precisa
- 2) Sì, avevo un'idea, ma vaga
- 3) No, in quel momento non avevo un'idea di impresa, ma il P.N.I. mi ha aiutato ad individuarne una
- 4) No, volevo solo capire se per me (date le mie competenze e le mie risorse) fosse praticabile avviare un'impresa/mettermi in proprio

11 Complessivamente quanti contatti/colloqui ha avuto con il P.N.I.?

N. _____

12 Quali tipi di supporto ha ricevuto? (Sono possibili anche più risposte)

- 1) Informazioni sull'avvio di impresa/fonti di finanziamento/ecc.
- 2) Consulenza/orientamento personalizzato rispetto alla definizione e alla fattibilità della sua idea di impresa/alla soluzione dei problemi incontrati
- 3) Corsi di formazione/orientamento
- 4) Altro (specificare) _____

13 Le è stato utile nel complesso il supporto che ha ricevuto? In quale misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

14 La sua valutazione sulla professionalità e la preparazione del personale del P.N.I. è positiva? In che misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

15 E la sua valutazione sulla disponibilità dimostrata dal personale è positiva? In che misura? (Una sola risposta)

- 1) Per nulla
- 2) Poco
- 3) Abbastanza
- 4) Molto
- 5) Moltissimo

16 Consiglierebbe o ha già consigliato a un suo/una sua conoscente di rivolgersi al P.N.I.?

- 1) Sì
- 2) No

LA RINGRAZIO MOLTO PER LA SUA COLLABORAZIONE, RICONFERMANDOLE LA GARANZIA DI ANONIMATO DELLE RISPOSTE DA LEI FORNITE.