

## Lavoro: il 70% degli italiani è pronto a mettersi in proprio, meno propense le donne

di **Redazione**

08 Febbraio 2012 - 8:42



L'idea di imprenditorialità piace sempre di più. Il 70% degli italiani è favorevole al fenomeno dell'autoimprenditorialità, con un picco del 78% nella zona del Nord-Est, considerata dunque la più ottimista. Il 53% degli italiani pensa di potersi mettere in proprio, con una prevalenza degli uomini rispetto alle donne, differenza confermata anche a livello europeo. Fra le donne italiane, però, solo una quota pari al 31% si immagina effettivamente imprenditrice.

Questi alcuni dei dati emersi da una ricerca sull'autoimprenditorialità in Europa, con focus sulla situazione italiana e sul lavoro femminile, presentata stamattina presso la Sala del Refettorio, Biblioteca della Camera dei deputati, da Amway, azienda leader mondiale nella vendita diretta, e condotta da Gfk Eurisko in 12 Paesi, su un campione di 13.606 persone. A moderare la tavola rotonda, cui hanno partecipato Monica Milone, direttore Relazioni esterne di Amway Italia, la senatrice Maria Ida Germontani, e Marisa Montegiove, vicepresidente di Manageritalia servizi e responsabile Gruppo donne manager, è stato Fabio Bistoncini, amministratore delegato di Fb&Associati.

“Amway ha commissionato la ricerca sull'autoimprenditorialità -spiega Milone- perché ha sentito la necessità di valutare come è percepita l'opportunità nei vari Paesi europei. Il dato interessante emerso è che, nonostante il fenomeno sia guardato con positività, il 40% degli europei -afferma Milone- pensa di non avere le basi e le nozioni economiche per riuscire a fare impresa; dato che sale al 44% in Italia”. Una consapevolezza che si traduce in una lamentela, spiega ancora Milone, “per la mancanza di programmi pubblici di formazione ed educazione finanziaria: in Italia è il 69% del campione a evidenziare tale mancanza nell'offerta formativa, mentre in Europa il numero percentuale scende a 58. Gli italiani, in particolare, non si sentono preparati -sottolinea- non solo perché non ci sono

programmi specifici, ma perché non c'è informazione su quei pochi che esistono”.

Tra i motivi che spingono ad avviare un'impresa, come emerge dalla ricerca, al primo posto l'indipendenza, dato che porta Milone a fare una riflessione: “E' curioso vedere come la criticità maggiore di mettersi in proprio è anche l'aspetto che attira di più, forse per il fatto di non doversi sentir dire come, quando e cosa fare”. Dopo l'indipendenza, motivo più importante per il 46% degli intervistati europei e per il 43% degli italiani; al secondo posto si classifica la possibilità di realizzare se stessi e, solo al terzo, la conciliazione di impegni familiari e lavorativi. “Ma alla domanda specifica ‘è importante la conciliazione?’, gli italiani -precisa Milone- rispondono di sì per il 68%”. La fotografia sull'autoimprenditorialità femminile presentata da Milone, direttore Relazioni esterne di Amway, presenta un quadro che, nonostante le difficoltà, lascia spazio a varchi importanti. “Meno di un terzo delle donne italiane favorevoli al fenomeno si sente preparato -dice Milone- ad affrontare l'avvio di un'impresa; le donne, inoltre, sentono maggiore necessità di formazione e considerano particolarmente importante -conclude- coniugare impegni lavorativi e familiari”. Il contributo al dibattito di Montegiove, vicepresidente di Manageritalia servizi, verte, invece, sulla difficoltà per le donne di raggiungere i vertici delle aziende. “Le donne -avverte- sono una risorsa troppo spesso trascurata; basti pensare che il 58% dei laureati è rappresentato da donne, e con risultati molto soddisfacenti”.

“Non utilizzare queste risorse è, oltre che uno spreco, indice di poca intelligenza da parte delle aziende”. “Tra uomini e donne, inoltre, esiste un gap salariale, e il divario -continua- è sentito soprattutto ai livelli più bassi. La vasta fetta di donne favorevoli all'imprenditoria -precisa Montegiove commentando i risultati della ricerca- rappresenta, comunque, la voglia di superare questo divario, sia per quanto riguarda le differenze retributive che la conciliazione casa-lavoro”. Ma dai dati emerge che, se nelle piccole e medie imprese le donne manager sono pochissime, nelle multinazionali, come spiega Montegiove, la situazione è anche più critica: “I vertici aziendali sono legati a una presenza femminile di ‘figlie d'arte’; e, agli apici, di manager donne che hanno fatto la gavetta ce ne sono pochissime”. Una tendenza negativa che, secondo Montegiove, deve essere combattuta con “informazione e formazione capillare, come fa la nostra associazione attraverso progetti mirati”.

La senatrice Germontani, infine, pone l'accento sull'importanza di formazione e accesso al credito per giovani e donne. “C'è un dato che mi fa riflettere particolarmente: il fatto che ci sia una forte richiesta di formazione e la consapevolezza di non essere preparati; cosa che, soprattutto per le donne, coinvolge il concetto di autostima”. “Il tema centrale è dare occupazione e in questo la scuola può aiutare, passando da una fase in cui era ‘scuola-maestra di vita’ a una fase in cui è in grado di creare il passaggio al mondo del lavoro; così come -aggiunge- possono aiutare le aziende, con percorsi formativi professionali mirati”. Accanto alla formazione, però, Germontani auspica “il cambiamento e una riforma del lavoro che coinvolga sia il lavoro dipendente che imprenditoriale”. “Inoltre, le banche devono prendere serie e tempestive iniziative per l'accesso al credito di imprese guidate da giovani e donne: stiamo già affrontando -conclude- provvedimenti concreti, calati nella realtà di tutti i giorni”.