

IMPRENDITORIA FEMMINILE IN BANCA POPOLARE DI MILANO



BANCA POPOLARE
DI MILANO 150°

Settembre 2015

In copertina: *"Figure"*, Ernesto Treccani.

Questa stampa è stata realizzata utilizzando carta prodotta al 100% con cellulosa E.C.F. (Elemental Chlorine Free), sbiancata senza biossido di cloro, per cui non si produce diossina.

1. INTRODUZIONE

2. UNO SGUARDO AI DATI DI SISTEMA

3. LA BANCA RISPETTO AL SISTEMA

4. LE CARATTERISTICHE GENERALI E IL CREDITO

5. IMPRENDITRICE VERSUS IMPRENDITORE

6. SINTESI E CONSIDERAZIONI FINALI

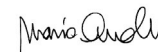

7. NOTA METODOLOGICA

ALLEGATO 1: PLAFOND IMPRENDITORIA FEMMINILE

ALLEGATO 2: NOTIZIE DALL'ARCHIVIO STORICO

Un tessuto imprenditoriale dotato di molti talenti e attitudini è un fattore di competitività per il Paese e contribuisce a creare sviluppo e benessere economico sostenibile.

Un augurio di cuore a tutte le donne che oggi si trovano a capo di imprese piccole o grandi e a tutte coloro che hanno scommesso sul loro futuro avviando un'attività imprenditoriale.



Dino Piera Giarda, Presidente Consiglio di Sorveglianza
Mario Anelli, Presidente Consiglio di Gestione
Giuseppe Castagna, Consigliere Delegato e Direttore Generale

1. INTRODUZIONE

La recente crisi economica ha acceso il dibattito attorno ai fattori che impediscono al Sistema economico di tornare a crescere e generare benessere.

Fra questi, uno dei temi più interessanti e dibattuti si è sviluppato attorno alla partecipazione delle donne al Sistema imprenditoriale alimentato dalla considerazione che una gestione femminile possa trasferire all'azienda e all'economia caratteristiche in grado di arricchire e stimolare il tessuto produttivo.

Le Banche per certi versi possono essere un osservatorio delle caratteristiche delle imprese. Ne raccolgono i dati, hanno frequenti rapporti con i loro amministratori, ascoltano le loro esigenze e difficoltà.

Allo scopo di contribuire al dibattito su tale tema, con questo lavoro abbiamo raccolto e analizzato le informazioni a nostra disposizione e ne abbiamo reso disponibili i risultati.

Il documento si articola nel seguente modo: nei primi due capitoli abbiamo preso in considerazione i dati di Sistema e come Banca Popolare di Milano si posiziona rispetto al Paese e ai territori di riferimento; nel terzo capitolo siamo passati ad analizzare i dati sulle nostre imprese, in relazione alla caratteristiche generali e al credito; nel quarto abbiamo cercato di catturare i caratteri principali delle persone che gestiscono le imprese al fine di evidenziare eventuali peculiarità di genere, anche attraverso interviste ai nostri gestori imprese; infine, abbiamo tratto alcune conclusioni basandoci su quanto emerso dai dati e dalle informazioni in nostro possesso. La nota metodologica fornisce chiarimenti sul metodo utilizzato.

In allegato si trova un riepilogo delle caratteristiche del nostro "Plafond Imprenditoria Femminile".

Il lavoro si arricchisce dei risultati di una ricerca condotta presso l'Archivio Storico della Banca che raccoglie le testimonianze delle esperienze imprenditoriali delle nostre prime clienti.

2. UNO SGUARDO AI DATI DI SISTEMA

Prima di illustrare i dati di Sistema sul contributo in Italia delle donne al tessuto produttivo, un chiarimento è d'obbligo: le donne si occupano di economia in misura notevolmente superiore rispetto a quanto è sempre apparso nelle statistiche ufficiali essendosi costantemente fatte carico della gestione domestica, dei figli e degli anziani.

Tuttavia, il valore di queste attività sfugge anche oggi ad ogni statistica in quanto si realizza prevalentemente al di fuori del mercato formale¹ ed ha alimentato la convinzione che solo recentemente le donne si siano accostate alla gestione economica².

Dopo questa doverosa premessa vediamo i dati macro sull'attività imprenditoriale delle donne.

Dalle statistiche di Unioncamere³ **le imprese femminili⁴ al 30 giugno 2015 sono oltre 1,3 milioni, una quota pari al 21,6%** sul totale delle imprese iscritte nel registro delle Camere di Commercio.

Tali dati mostrano una variazione positiva dello 0,45% rispetto a fine 2014, un dato positivo dopo la flessione di oltre 100.000 imprese avvenuta negli ultimi due anni.

Il settore dove opera la maggior parte delle imprese femminili (65%) è il **terziario**, all'interno del quale alcuni comparti registrano un tasso di femminilizzazione⁵

importante (nelle "agenzie di viaggio, alloggi vacanze, biblioteche e archivi" la presenza femminile è oltre il 40% mentre nell'"assistenza alle persone" è circa il 38%).

Relativamente alla **natura giuridica delle imprese femminili**, a fine 2014 le ditte individuali occupano una posizione predominante rappresentando il 65% del totale, seguite dalle società di capitale (18,6%), dalle società di persone (13,6%) e da altre forme societarie (2,8%)⁶.

Molto interessante risulta il **confronto per regione** fra la presenza totale e relativa delle imprese femminili, il tasso di disoccupazione e la scolarità femminile (tabella pagina successiva).

Le regioni del Sud Italia sono le più "rosa": in particolare Molise, Basilicata e Abruzzo occupano le prime tre posizioni per tasso di femminilizzazione (oltre 1 impresa su 4), mentre la prima regione non meridionale (Umbria) occupa la 4^a posizione.

Inoltre, il livello di disoccupazione femminile è positivamente correlato al tasso di femminilizzazione, dove pure maggiore è la disoccupazione femminile, in buona parte delle regioni italiane. Tale relazione è evidente sia nelle prime tre regioni per tasso di femminilizzazione sia nelle ultime tre (Veneto, Lombardia e Trentino Alto Adige), dove viceversa il tasso di disoccupazione femminile è inferiore alla media italiana.

¹ Uno studio effettuato dall'OCSE (How's Life 2013) stima che in Italia nel 2010 le donne abbiano lavorato circa 11 ore in più a settimana rispetto agli uomini e la maggior parte di tale lavoro non sia stato retribuito.

² Tali temi vengono affrontati da "E. Sisti, B. Costa, 2010, Le donne reggono il mondo. Intuizioni femminili per cambiare l'economia, Altraeconomia".

³ Unioncamere - l'Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura - è l'ente pubblico che unisce e rappresenta istituzionalmente il sistema camerale italiano.

Per ulteriori informazioni si rimanda al sito web www.unioncamere.gov.it

⁴ Per la definizione di impresa femminile utilizzata da Unioncamere si rimanda alla nota metodologica.

⁵ Il tasso di femminilizzazione delle imprese è pari al rapporto fra imprese femminili e imprese totali.

⁶ Dati Unioncamere 2014.

REGIONE	IMPRESE TOTALI	IMPRESE FEMMINILI	TASSO FEMMINILIZZAZIONE	TASSO DISOCCUPAZIONE FEMMINILE	RAPPORTO DONNE/UOMINI LAUREATI
MOLISE	34.901	9.854	28,23%	17,39%	1,41
BASILICATA	59.072	15.715	26,60%	16,23%	1,29
ABRUZZO	147.995	38.122	25,76%	14,75%	1,32
UMBRIA	95.344	23.642	24,80%	13,73%	1,49
SICILIA	454.050	108.569	23,91%	23,19%	1,17
CALABRIA	180.998	42.239	23,34%	26,58%	1,32
CAMPANIA	567.586	130.285	22,95%	23,20%	1,18
MARCHE	173.572	39.754	22,90%	11,84%	1,37
TOSCANA	413.315	94.335	22,82%	11,33%	1,24
PUGLIA	377.770	85.918	22,74%	21,87%	1,20
VALLE D'AOSTA	13.255	2.999	22,63%	7,75%	1,35
SARDEGNA	167.279	37.516	22,43%	19,28%	1,43
PIEMONTE	444.507	98.547	22,17%	12,49%	1,16
LIGURIA	163.492	36.123	22,09%	9,43%	1,32
FRIULI-VENEZIA GIULIA	104.915	23.171	22,09%	10,31%	1,12
LAZIO	623.334	137.617	21,76%	14,45%	1,20
----- TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE MEDIO -----					
EMILIA ROMAGNA	463.168	93.441	20,17%	10,68%	1,25
VENETO	490.563	95.386	19,44%	9,65%	1,27
LOMBARDIA	952.411	173.935	18,26%	9,47%	1,15
TRENTINO-ALTO ADIGE	109.244	19.046	17,43%	6,90%	1,15
TOTALE	6.045.771	1.306.214	21,61%⁷	13,76%⁸	1,22⁹
MEDIA NAZIONALE					

La Regione Lombardia si colloca al primo posto in Italia per numero di imprese, sia totali (952.411) sia femminili (173.935) anche se il tasso di femminilizzazione delle imprese, che misura il numero di imprese femminili sul totale, risulta inferiore alla media nazionale. Inoltre, è una delle regioni con il più basso livello di disoccupazione femminile.

⁷ Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile di Unioncamere – Infocamere. Dati al 30/06/2015.

⁸ Istat, dati al 31/03/2015.

⁹ Tabella realizzata con dati Unioncamere 2014 e nostre elaborazioni su dati ISTAT 2014.

Emerge anche una correlazione positiva tra livello di istruzione e imprenditorialità femminile, in particolare nelle prime tre regioni del Sud, dove è anche alto il numero di donne laureate.

In tutte le regioni il rapporto fra donne e uomini laureati è superiore a uno. Già dai dati OCSE 2013¹⁰ sull'istruzione italiana è risultato che **il 62% dei laureati sono donne**, le quali hanno raggiunto quote significative anche nelle discipline tradizionalmente considerate maschili come, ad esempio, ingegneria (dove rappresentano il 40% dei neo ingegneri).

Inoltre, nel nostro Paese emerge una maggiore propensione delle donne a proseguire gli studi¹¹: oltre il 54% delle donne diplomate nel 2013/2014 ha deciso di iscriversi ad un corso di laurea, contro il 44% degli uomini.

Nonostante ciò, il tasso di disoccupazione femminile è maggiore rispetto a quello maschile e questo potrebbe almeno in parte spiegare come mai in Italia nel 2011 le imprenditrici e lavoratrici autonome rappresentavano il 16% delle donne occupate, a fronte di una media europea del 10%¹².

Anche per quanto riguarda **le nuove attività imprenditoriali** si nota una certa vivacità da parte della popolazione femminile: nel 2013 il 28,6% delle start up¹³ è stato avviato da una donna, un dato in crescita rispetto agli anni precedenti. Non solo, a fine 2014 si contavano 398 startup innovative¹⁴ femminili (+50,6% rispetto all'anno precedente) rispetto alle 3.208 in Italia.



"Scuola", Roberto Borsa.

¹⁰ OECD, Education at a Glance: OECD Indicators – Uno sguardo sull'istruzione 2014.

¹¹ Dati del Servizio Statistico del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca.

¹² Dati Confindustria.

¹³ Dati Unioncamere.

¹⁴ Per la definizione specifica di startup innovativa si rimanda al sito <http://www.fe.camcom.it/attivitaistituzionali/registro-imprese/start-up/start-up>

3. LA BANCA RISPETTO AL SISTEMA

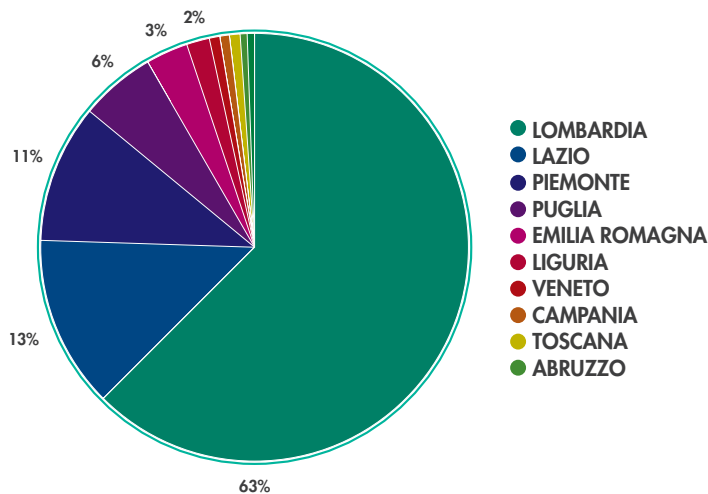
In Banca Popolare di Milano¹⁵ le imprese femminili rappresentano circa il 27% della popolazione imprese clienti, un dato più elevato di quello di Sistema (meno del 22%).

La loro distribuzione geografica è ovviamente dipendente dalla collocazione commerciale della Banca: la stragrande maggioranza delle imprese femminili di BPM è sita in Lombardia, dove si concentra oltre il 60% degli impieghi verso le imprese.

Focalizzandoci sulla Lombardia dove, vista la numerosità della nostra popolazione imprese, il confronto con i dati di Sistema risulta particolarmente significativo, la forbice tra tasso di femminilizzazione BPM (pari al 27%) e quello del Sistema regionale (pari al 18%) si allarga.

Sempre in Lombardia, la maggiore presenza di imprese femminili fra la nostra clientela è anche confermata dalla dimensione della quota di mercato¹⁶ sul numero di imprese, che risulta pari al 6,9% se si considera il totale imprese e sale al 10,2% se si considerano le sole imprese femminili.

Distribuzione geografica delle imprese femminili BPM



¹⁵ Per l'estrazione dei dati in Banca Popolare di Milano, è stata considerata femminile l'impresa il cui titolare effettivo, ossia la persona fisica che possiede o esercita il controllo diretto o indiretto dell'azienda, è una donna. Per ulteriori informazioni si rimanda alla nota metodologica.

¹⁶ La quota di mercato è calcolata come rapporto fra il numero di imprese BPM e il numero di imprese di Sistema secondo i dati Unioncamere.

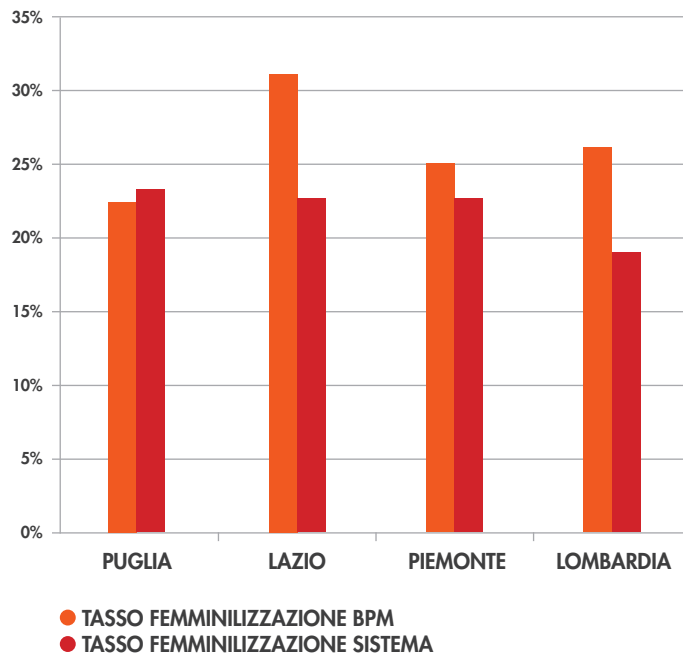
Estendendo l'analisi anche alle altre regioni in cui BPM è maggiormente presente (Piemonte, Lazio e Puglia), si rilevano quote significative di presenza femminile in tutte le regioni con un picco nel Lazio dove il tasso di femminilizzazione è del 31%.

Rispetto al Sistema, sia in Lombardia sia in Lazio il tasso di femminilizzazione risulta superiore di ben 9 punti percentuali, mentre lo scostamento positivo è più contenuto in Piemonte (+4 punti percentuali). In Puglia i due valori sono sostanzialmente uguali (22% per BPM e 23% per il Sistema).



"Maria", Donato Frisia.

Confronto tasso di femminilizzazione tra BPM e il Sistema

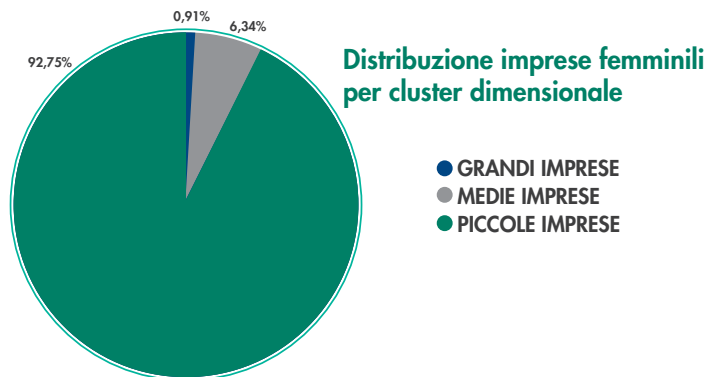


4. LE CARATTERISTICHE GENERALI E IL CREDITO

Relativamente alla **dimensione**, la stragrande maggioranza delle imprese "rosa" di BPM si colloca nei cluster di fatturato¹⁷ non superiori a 5 milioni di euro e solo il 7% nei segmenti superiori.

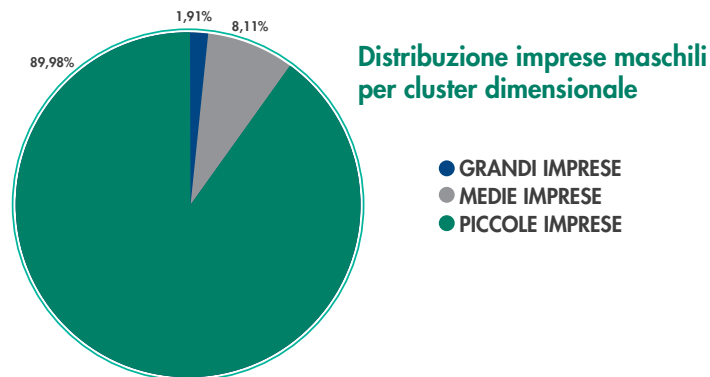
Inoltre, la densità di popolazione nel cluster "piccole imprese" è maggiore per le imprese femminili rispetto a quelle maschili e di conseguenza le classi superiori risultano più popolate per quest'ultime. Tale caratteristica potrebbe trovare spiegazione anche in alcune estrazioni effettuate sull'età dell'impresa che metterebbero in luce date di costituzione più recenti per le imprese rosa¹⁸.

Le differenze fra i generi non risultano, tuttavia, rilevanti e risentono delle caratteristiche del tessuto produttivo del Paese oltreché della vocazione commerciale della Banca nei confronti della piccola e media impresa.



Per quanto riguarda la **forma societaria**, le imprese femminili BPM sembrano adottare soluzioni più "strutturate" sia rispetto alle aziende maschili sia in relazione al Sistema Paese.

Infatti, la società di capitali (in particolare la Srl) è la forma preferita dalle nostre imprenditrici (47% delle femminili contro 43% delle maschili), seguita dalla società di persone, mentre la ditta individuale risulta più diffusa fra le imprese maschili (24% fra le femminili contro il 38% delle maschili).

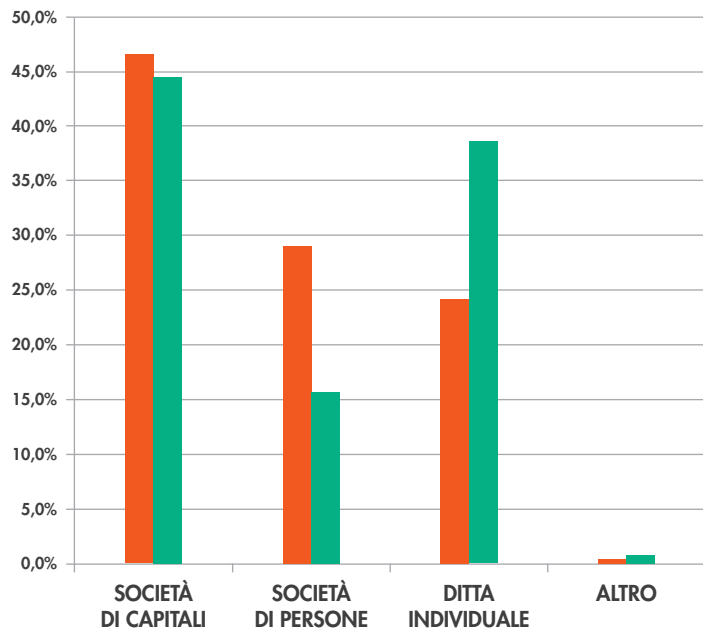


¹⁷ Le piccole imprese hanno un fatturato massimo di 5 milioni €, le medie imprese da 5 a 50 milioni €, le grandi imprese oltre 50 milioni €.

¹⁸ Le estrazioni sull'età dell'impresa non hanno riguardato la totalità della popolazione imprese oggetto di analisi nel presente paper.

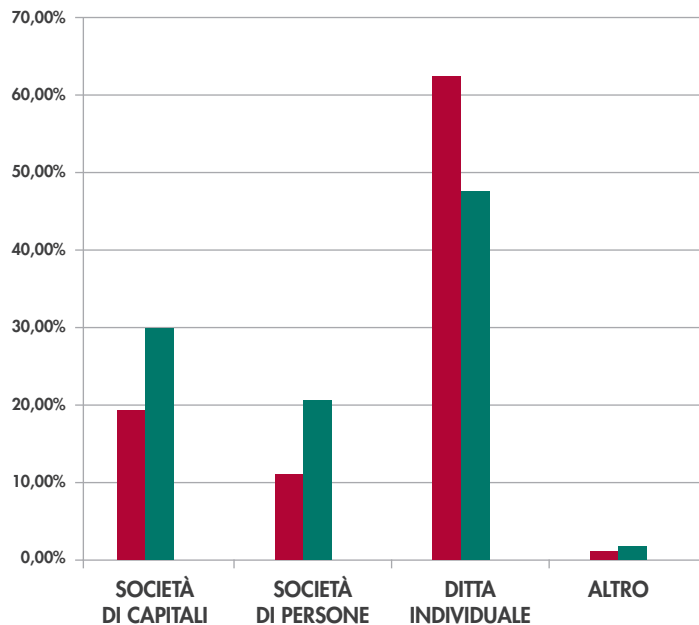
Tali preferenze risultano decisamente in controtendenza rispetto al Sistema dove la più diffusa fra le imprese femminili è la ditta individuale (64,7% femminili e 45,3% maschili), mentre la società di capitali viene adottata solo da 1 imprenditrice su 5.

Forma societaria imprese clienti BPM



● IMPRESE FEMMINILI BPM
● IMPRESE MASCHILI BPM

Forma societaria imprese Sistema



● IMPRESE FEMMINILI SISTEMA
● IMPRESE MASCHILI SISTEMA

I **settori economici** in cui operano prevalentemente le imprese femminili BPM sono i **Servizi** (28%) e il **Commercio**, che occupa oltre 1 impresa femminile su 4. In entrambi l'incidenza relativa delle donne è superiore rispetto a quella degli uomini.

Le attività **“Alloggio, ristorazione e servizi turistici”** costituiscono il 9% delle iniziative femminili e il 6% di quelle maschili. Si tratta di un ambito che sta assumendo nel nostro Paese una particolare rilevanza, in quanto offre interessanti opportunità di crescita e di valorizzazione dei nostri territori e del nostro patrimonio storico e artistico.

Nonostante la forte crisi che ha attraversato il settore, il 19% delle nostre imprese femminili opera nelle **“Costruzioni e Attività immobiliari”**. Si tratta,

comunque, di un comparto prevalentemente maschile dove è più rilevante la differenza fra la presenza percentuale di genere.

Anche per quanto riguarda l'analisi settoriale, il confronto con il Sistema mette in luce peculiarità interessanti. Innanzitutto, nelle **Costruzioni e Attività immobiliari** e nell'**Industria Manifatturiera** è ben più alta la presenza percentuale delle imprese femminili (e maschili) BPM, mentre all'interno della nostra clientela non si registrano le differenze di genere della stessa intensità di quelle del Paese.

Inoltre, la nostra clientela risulta decisamente meno presente nel settore primario (Agricoltura, allevamento, selvicoltura e pesca) dove sia le imprese femminili sia quelle maschili risultano meno popolate rispetto alle statistiche generali.

SETTORI DI ATTIVITÀ	IMPRESE FEMMINILI BPM	IMPRESE MASCHILI BPM	DIFFERENZE DI GENERE BPM	IMPRESE FEMMINILI SISTEMA	IMPRESE MASCHILI SISTEMA	DIFFERENZE FRA IMPRESE FEMMINILI BPM - SISTEMA
AGRICOLTURA, ALLEVAMENTO, SELVICOLTURA E PESCA	3%	5%	-2%	18%	12%	-15%
INDUSTRIA MANIFATTURIERA	15%	16%	-1%	8%	11%	+7%
COSTRUZIONI E ATTIVITÀ IMMOBILIARI	19%	24%	-5%	9%	23%	+10%
COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO	26%	22%	+ 4%	30%	27%	-4%
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALLE PERSONE	28%	27%	+ 1%	25%	20%	+3%
ALLOGGIO, RISTORAZIONE E SERVIZI TURISTICI	9%	6%	+ 3%	10%	7%	-1%
TOTALE	100%	100%	-	100%	100%	-

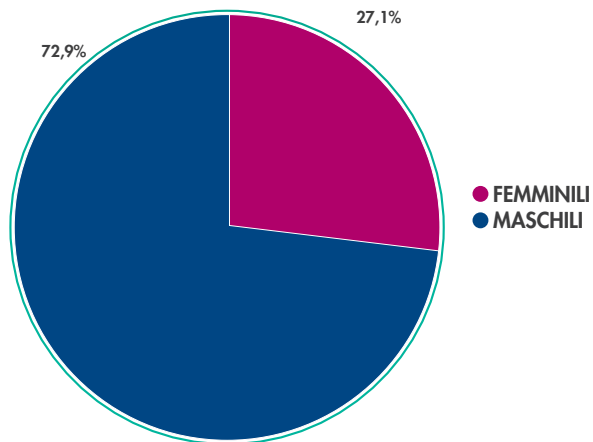
Nella **concessione del credito**, i generi hanno effettivamente raggiunto la parità. La ripartizione fra “Imprese Affidate” e “Imprese Non Affidate” risulta sostanzialmente uguale con un leggero vantaggio per le imprese femminili.

AZIENDE FEMMINILI	%
IMPRESE AFFIDATE	60,7%
IMPRESE NON AFFIDATE	39,3%

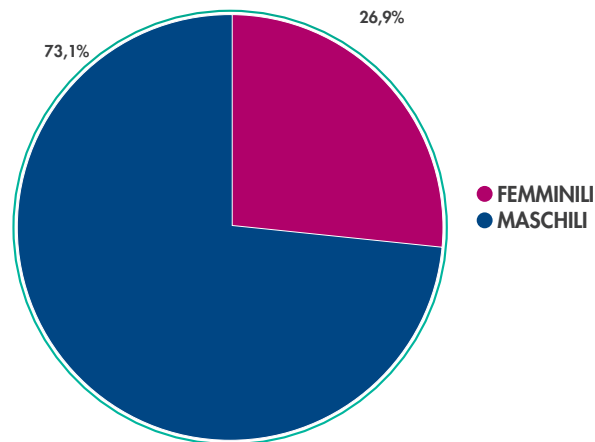
AZIENDE MASCHILI	%
IMPRESE AFFIDATE	59,9%
IMPRESE NON AFFIDATE	40,1%

Allo stesso modo, considerando le sole imprese affidate, la suddivisione fra imprese maschili e femminili riflette fedelmente la composizione della clientela con una quota del 27% di imprese femminili sul totale affidate.

Imprese affidate BPM

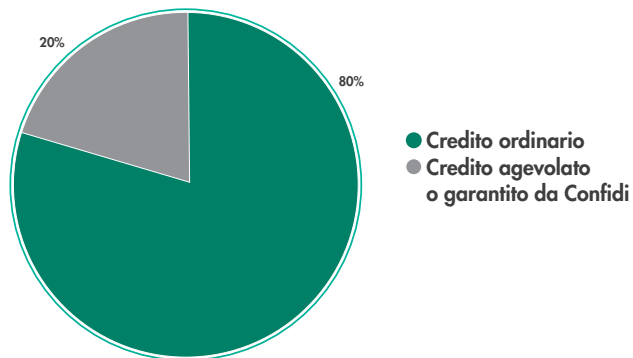


Imprese clienti BPM

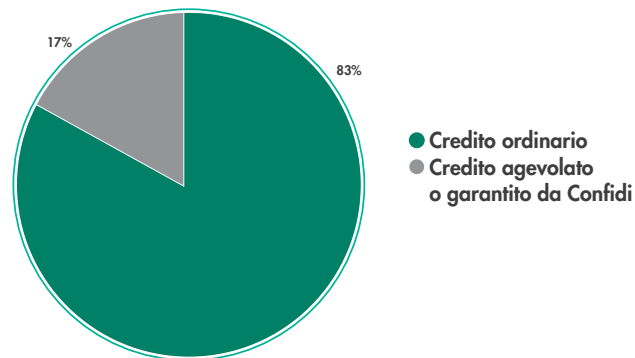


Sono altresì minime le differenze in relazione alle macro categorie di credito concesso: la ripartizione del numero delle pratiche approvate fra credito ordinario e credito agevolato¹⁹ evidenzia che non vi sono differenze rilevanti anche nell'utilizzo di agevolazioni e garanzie.

Numero di pratiche approvate IMPRESE FEMMINILI

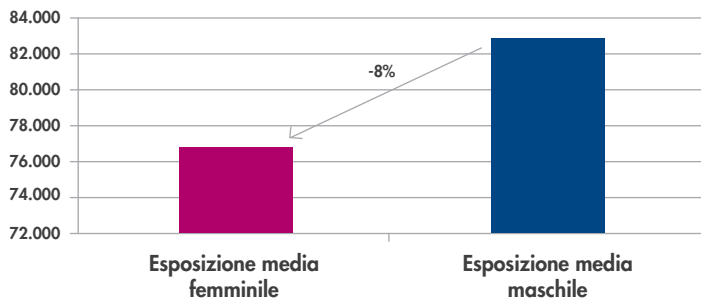


Numero di pratiche approvate IMPRESE MASCHILI

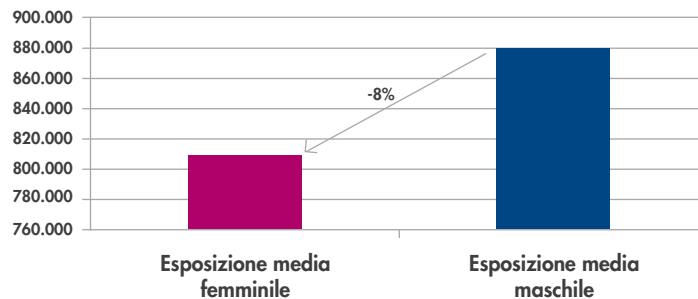


Emergono invece differenze più rilevanti nell'**esposizione media complessiva**, che risulta inferiore nelle imprese femminili. Considerando tale variabile per cluster dimensionale, le differenze di genere, minime per le Grandi Imprese, sono più elevate nelle Piccole e Medie Imprese (circa l'8%).

Piccole Imprese



Medie Imprese



¹⁹ Sono state prese in considerazione le pratiche di affidamento con esito positivo nel periodo gennaio 2014 - giugno 2015.

La spiegazione di tale differenza è la sintesi di una serie di fattori (merito creditizio, situazione economico finanziaria, tipo di attività svolta etc.) che meriterebbero un'analisi più granulare che non rientra nello scopo del documento, volto a offrire un quadro d'insieme.

Coerentemente con tale finalità possiamo comunque osservare che, stante il fatto che le percentuali di utilizzo del credito accordato delle imprese femminili sono in linea con quelle maschili, la differenza nell'esposizione media è accompagnata da una maggiore dotazione di mezzi propri nelle imprese femminili.

Infatti, il rapporto fra patrimonio netto e total assets rivela una maggiore patrimonializzazione da parte delle aziende femminili.

Rapporto fra credito utilizzato e credito accordato

CLUSTER DIMENSIONALE	PERCENTUALE UTILIZZO DONNE	PERCENTUALE UTILIZZO UOMINI
GRANDI IMPRESE	55,4%	54,6%
MEDIE IMPRESE	70,6%	66,5%
PICCOLE IMPRESE	74,5%	74,6%

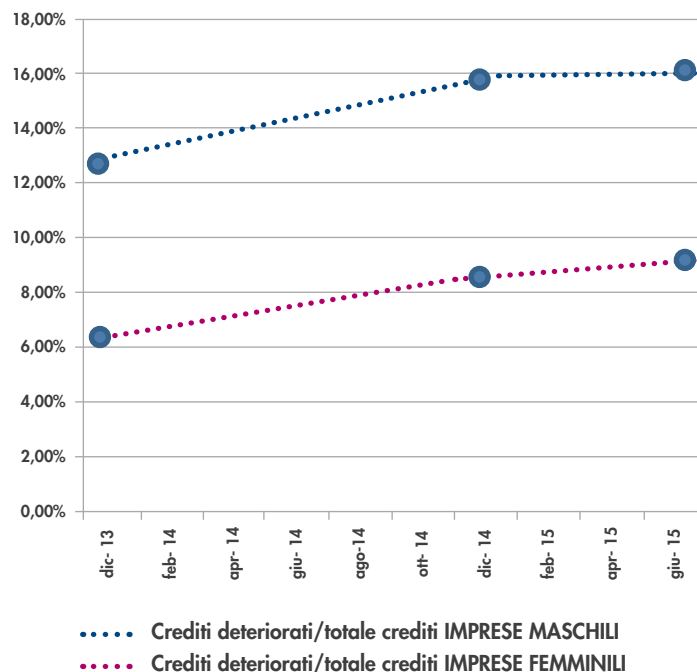
Rapporto fra patrimonio netto e total assets²⁰

CLUSTER DIMENSIONALE	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE MASCHILI
GRANDI IMPRESE	28,1%	26,7%
MEDIE IMPRESE	25,2%	22,1%
PICCOLE IMPRESE	18,8%	17,5%

Una considerazione finale riguarda il **credito deteriorato**²¹, un indicatore molto significativo dello stato di salute delle imprese.

Nell'ultimo periodo il rapporto fra credito deteriorato e credito totale risulta significativamente inferiore per le imprese femminili rispetto alle maschili ed evidenzia una qualità del credito che, nel complesso, risulta migliore per le prime e che, a parità di altre condizioni, potrebbe essere il risultato di un approccio agli affari più prudente.

Confronto indice di deterioramento crediti tra imprese clienti



²⁰ L'indice di patrimonializzazione calcolato come rapporto tra il patrimonio netto e il totale dell'attivo misura la capacità dell'impresa di finanziare le attività con mezzi propri.

²¹ Il credito deteriorato è la somma di sofferenze, incagli e crediti ristrutturati.

5. IMPRENDITRICE VERSUS IMPRENDITORE

Se è vero che i figli tendono ad assumere alcuni tratti caratteriali dei genitori, le imprese sono influenzate dalle caratteristiche delle persone che le gestiscono.

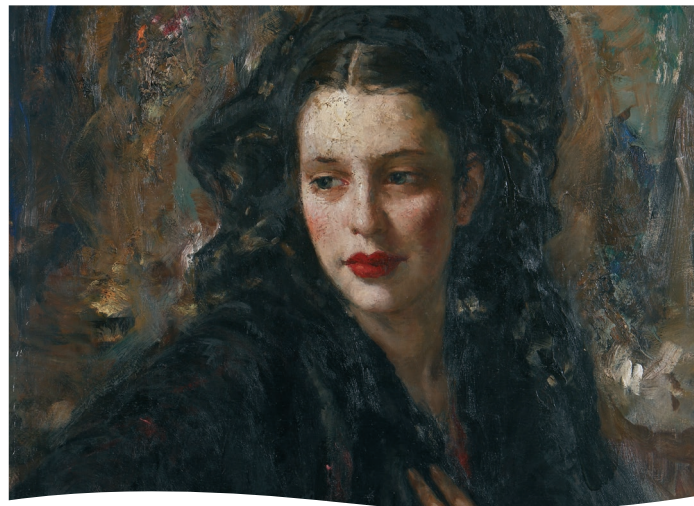
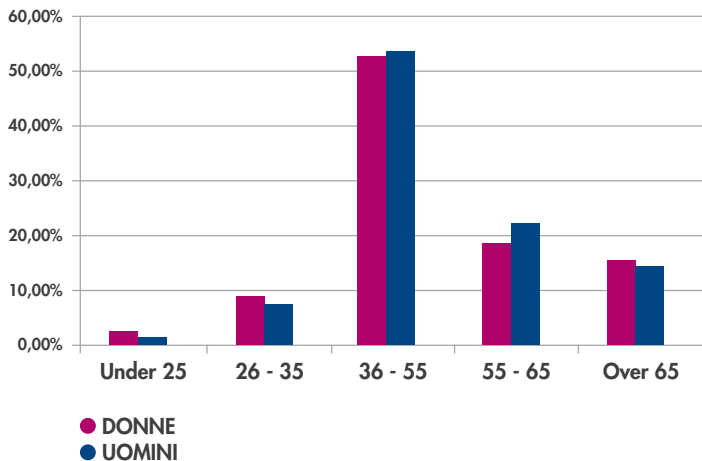
Focalizzandoci sulle **caratteristiche** del titolare dell'impresa, abbiamo innanzitutto analizzato i dati anagrafici (età e nazionalità) per poi passare alle informazioni qualitative tratte dalle interviste ai nostri gestori imprese.

Le imprenditrici risultano nel complesso un po' più giovani: non solo la loro età media (51 anni) è leggermente inferiore a quella degli uomini (52 anni),

ma le classi di età inferiori ai 35 anni appaiono relativamente più numerose.

Per entrambi i generi, comunque, risultano più popolose le classi di età superiori e in particolare quella "36-55 anni" dove si collocano oltre il 50% degli imprenditori di entrambi i generi, situazione che non sorprende considerando il profilo demografico del Paese.

Imprenditrici e imprenditori per classi di età



"La Mantilla", Vittorio Gussoni.

Analizzando la **nazionalità** dei nostri imprenditori, la percentuale di stranieri risulta leggermente maggiore nella popolazione femminile (8,5% per le imprenditrici contro circa l'8% per gli imprenditori), differenza che risulta essere il saldo di distribuzioni differenti fra i generi se si considera anche la dimensione d'impresa. Il maggior numero di imprenditori/imprenditrici stranieri sono a capo di imprese di piccola dimensione dove maggiore risulta essere l'incidenza delle imprenditrici straniere su quelle italiane.

NAZIONALITÀ IMPRENDITRICI	%
ITALIANE	91,48%
STRANIERE	8,52%

DIMENSIONE DELL'IMPRESA	IMPRENDITRICI ITALIANE	IMPRENDITRICI STRANIERE
GRANDI IMPRESE	94,12%	5,88%
MEDIE IMPRESE	95,17%	4,83%
PICCOLE IMPRESE	91,20%	8,80%

La presenza straniera fra le nostre imprenditrici risulta sostanzialmente allineata alla percentuale di donne straniere residenti in Italia (pari a circa l'8,4%²²) e testimonia il contributo positivo delle donne immigrate nel nostro Paese.

NAZIONALITÀ IMPRENDITORI	%
ITALIANI	92,03%
STRANIERI	7,97%

DIMENSIONE DELL'IMPRESA	IMPRENDITORI ITALIANI	IMPRENDITORI STRANIERI
GRANDI IMPRESE	94,02%	5,98%
MEDIE IMPRESE	93,71%	6,29%
PICCOLE IMPRESE	91,87%	8,13%

²² Rapporto tra le donne straniere residenti e le donne residenti al 01/01/15 – dati Istat.

Al fine di integrare i nostri dati con informazioni più qualitative, abbiamo dato voce in questo lavoro ai gestori imprese che tutti i giorni incontrano imprenditori e imprenditrici e che meglio di qualsiasi statistica possono fornire un quadro sulle peculiarità di genere. L'intenzione è di valorizzare l'esperienza sul campo, che porta con sé un valore aggiunto difficilmente riscontrabile in altro modo.

In particolare sono stati intervistati 43 gestori scelti, coerentemente con la composizione della nostra clientela, per la maggior parte tra quelli con un

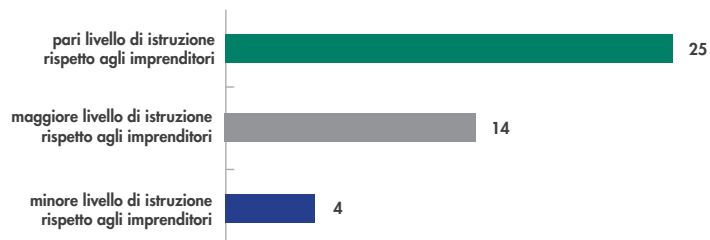
portafoglio clienti di piccole dimensioni, al fine di comprendere se vi fossero eventuali differenze fra imprenditrici e imprenditori nell'ambito del background culturale, della relazione con la Banca, nonché nella gestione dell'impresa e nelle caratteristiche distintive.

Relativamente al **livello di istruzione**, le imprenditrici clienti appaiono con un background culturale di livello medio-alto, nella maggior parte dei casi allineato con quello degli imprenditori e in buona parte dei casi anche più alto.

Livello di istruzione percepito



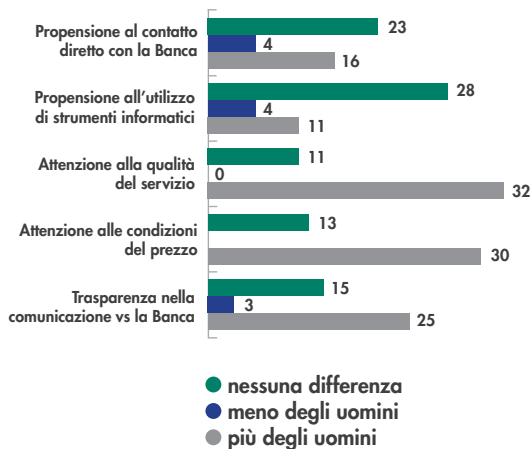
Livello di istruzione percepito



Tale caratteristica è in linea con i dati di Sistema che vedono sempre più le donne con profili di istruzione medio-alta e appare ancora più interessante alla luce del fatto che il successo economico di un'impresa, ma anche di un Paese, dipende molto dal capitale umano.

È interessante, nell'ambito del **rapporto con la Banca**, vedere come per le imprenditrici sia decisamente più importante il rapporto qualità/prezzo, oltre al fatto che si dimostrano più trasparenti nei confronti del nostro Istituto rispetto all'uomo. Nessuna differenza sembra emergere per quanto riguarda l'utilizzo di strumenti informatici.

Rapporto con la Banca



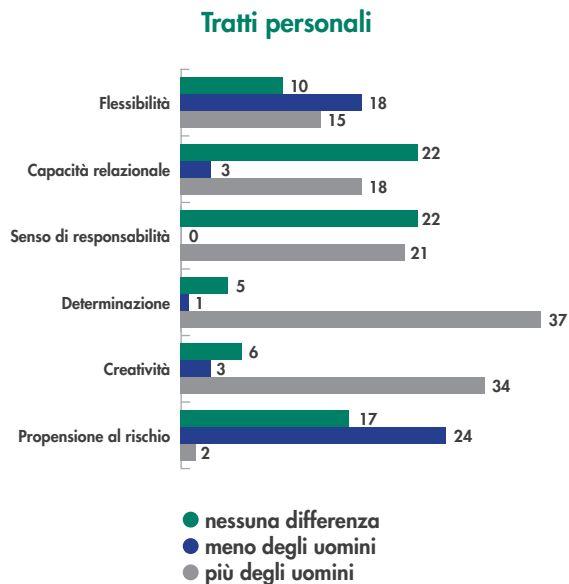
Per quanto riguarda la **conduzione dell'impresa**, non si evidenziano particolari differenze nell'attenzione alla crescita e all'innovazione che, invece, emergono nelle questioni sociali e ambientali per le quali le imprenditrici mostrano una maggiore sensibilità, il che può far supporre una maggiore propensione delle donne a condurre in maniera sostenibile il proprio business.

Conduzione dell'impresa



Tali evidenze suggeriscono che le donne sembrano essere più esigenti rispetto agli uomini per quanto riguarda qualità del servizio e condizioni di prezzo, ma anche più orientate ad una "maggiore apertura" nel dialogo con la Banca.

Quanto ai **tratti di personalità**, determinazione e creatività appaiono caratteristiche associabili maggiormente alle imprenditrici dalla gran parte dei nostri gestori, al contrario della propensione al rischio che invece viene generalmente associata al titolare uomo.



Per concludere, le imprenditrici si distinguono per essere più determinate, creative e prudenti rispetto agli imprenditori, anche se appaiono poco flessibili e quindi più rigide nelle decisioni. Se si considerano insieme la determinazione e la poca flessibilità, sembrerebbero dimostrarsi maggiormente tenaci nel raggiungere i propri obiettivi, per far questo tendono anche ad essere più attente degli uomini alla qualità del servizio e alle condizioni di prezzo.



"Donna sulla scala", Massimo Campigli.

6. SINTESI E CONSIDERAZIONI FINALI

In Italia le imprese femminili rappresentano quasi il 22% delle imprese totali e la loro diffusione risulta maggiore nelle regioni a più elevata disoccupazione femminile. Sembra pertanto che le donne siano in grado di rispondere ai problemi occupazionali con spirito di iniziativa. Queste, inoltre, risultano la componente più performante relativamente alla formazione scolastica. In tutte le regioni d'Italia il rapporto fra donne e uomini laureati risulta superiore ad 1.

Banca Popolare di Milano ha una importante presenza di imprese femminili: l'incidenza di queste ultime sul totale imprese clienti (27%) è maggiore al dato di Sistema (22%). In particolare, in **Lombardia** il nostro tasso di femminilizzazione è pari al 27% contro un dato regionale del 18%.

Le imprese femminili BPM, anche se per la maggior parte di piccole e medie dimensioni, risultano più strutturate delle maschili. La preferenza per le **società di capitali** e la scarsa propensione per la ditta individuale sembrano evidenziare una maggiore predisposizione ad accogliere nuovi soci e ad organizzare l'impresa in una prospettiva di crescita. Tali preferenze risultano decisamente in controtendenza rispetto al Sistema dove la forma societaria più diffusa fra le imprese donna è la ditta individuale.

La maggioranza delle imprese femminili BPM (54%) e di Sistema (55%) opera nel **settore Terziario**, anche se le imprese femminili BPM risultano percentualmente più distribuite in comparti tipicamente maschili quali "Costruzioni e attività immobiliari" e "Industria manifatturiera".

Le attività "Alloggio, ristorazione e servizi turistici", in cui operano il 9% delle imprese femminili BPM, stanno assumendo nel nostro Paese una particolare rilevanza, in quanto offrono interessanti opportunità di crescita.

Nell'**accesso al credito**, imprese femminili e imprese maschili hanno effettivamente raggiunto la parità: la ripartizione percentuale fra "Affidate" e "Non Affidate" risulta sostanzialmente uguale nelle due popolazioni di imprese.

Si riscontra, invece, una differenza nel **credito utilizzato** con una esposizione media complessiva inferiore per le imprese femminili e nel **tasso di deterioramento del credito**, che registra livelli più bassi rispetto a quelli ascrivibili alla popolazione maschile.

Relativamente alle **caratteristiche personali**, l'imprenditrice è un po' più giovane e con un livello di istruzione più elevato o pari a quello degli uomini. Quest'ultima informazione emerge dalle interviste effettuate fra i nostri gestori imprese che hanno anche indicato come tratti distintivi delle donne **determinazione, creatività e minore propensione al rischio**.

Per i nostri gestori, nei rapporti con la Banca le imprenditrici sono più trasparenti e più attente alla qualità del servizio e alle condizioni di prezzo, mentre nella conduzione dell'impresa sembrano prestare maggiore attenzione alle questioni sociali ed ambientali.

Per concludere, ancora oggi **la ripartizione percentuale delle imprese fra i generi è ben lungi dall'evidenziare una parità**. Anche in Banca Popolare di Milano, radicata in una delle regioni più sviluppate del Paese, le imprenditrici rappresentano poco più di un quarto dei capo azienda.

Tuttavia, **non c'è ragione di ritenere che nei prossimi anni tale gap non sarà destinato a ridursi**. In Italia le donne rappresentano la parte più istruita del Paese con una quota fra i giovani laureati di circa il 60% e di oltre il 50% fra quelli delle discipline economiche.

Inoltre, possiamo ipotizzare che le attuali imprese femminili, di dimensioni più contenute e con a capo imprenditrici mediamente più giovani e caratterizzate da una maggiore creatività, possano in futuro svilupparsi e realizzare risultati importanti.

Un contributo potrebbe arrivare anche dalle **donne straniere**, che attualmente rappresentano oltre l'8% delle nostre imprenditrici e per le quali l'iniziativa imprenditoriale potrebbe rappresentare una via per l'integrazione.

L'imprenditoria femminile si presenta, pertanto, come un **segmento in fase di espansione** con evidenti opportunità sia per le Banche che per il Sistema economico nel complesso.

La minore propensione al rischio e la determinazione che, oltre alla creatività, sembrano caratterizzare le nostre imprenditrici potrebbero spiegare, almeno in parte, una gestione del credito più prudente e tassi di deterioramento inferiori.

Se aggiungiamo che, nello stile di gestione, le donne sembrano prestare maggiore attenzione alle questioni sociali e ambientali, la crescita dell'imprenditoria femminile potrebbe dare un importante contributo per realizzare uno sviluppo economico inclusivo e sostenibile.



"Balie", Vespasiano Bignami.

7. NOTA METODOLOGICA

Il Paper è stato realizzato dall'Ufficio Responsabilità Sociale sulla base delle informazioni e dei dati gestionali interni ricevuti dalle strutture Marketing, Crediti e Archivio Storico e utilizzando come dati di Sistema quelli attinti dalle fonti ufficiali più accreditate: Unioncamere, Infocamere, ISTAT, Eurostat, ALMALAUREA, OCSE. Per ogni dato utilizzato si è provveduto nel testo ad indicare la relativa fonte.

In particolare, per i dati di Sistema sull'Imprenditoria femminile si sono utilizzate le statistiche realizzate da Unioncamere che vengono pubblicate regolarmente sul sito www.unioncamere.gov.it. In tali statistiche vengono identificate come imprese femminili²³:

- per le Società di capitale: si definisce femminile un'impresa la cui partecipazione di genere risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite;
- per le Società di persone e cooperative: si definisce impresa femminile quella con oltre il 50% di "Soci" donne;
- per le Ditte individuali: si definisce impresa femminile quella con il titolare donna;
- altre forme giuridiche: si definisce impresa femminile quella con oltre il 50% di "Amministratori" donna.

Tale criterio non si discosta da quello utilizzato per classificare le imprese BPM per le quali si è ritenuta impresa femminile l'impresa il cui titolare effettivo è una donna, dove il titolare effettivo coincide con la persona o le persone fisiche che possiedono o esercitano il controllo diretto o indiretto sulla società.

La popolazione imprese BPM presa in esame è pari a tutte le imprese clienti BPM, ad eccezione di particolari categorie quali condomini, enti e istituzioni.

Per finalità di comunicazione, le imprese BPM sono state riclassificate sulla base dei cluster dimensionali Piccole (fatturato fino a 5 milioni di euro), Medie (fatturato da 5 a 50 milioni di euro) e Grandi (fatturato oltre 50 milioni di euro). All'interno di questi macro segmenti sono stati inclusi i cluster utilizzati all'interno della Banca (micro retail, lower retail, middle retail, upper retail, middle corporate, upper corporate, large corporate).

Per qualsiasi informazione sul documento è possibile scrivere all'indirizzo email Responsabilitasocialedimpresa@bpm.it

²³ <http://www.imprenditoriafemminile.camcom.it/P42A0C0S806/Osservatorio-imprenditoria-femminile.htm>

SOGGETTI DESTINATARI: Piccole e Medie Imprese (PMI), a prevalente partecipazione femminile, operanti in qualsiasi settore:

- l'impresa individuale in cui il titolare è una donna;
- la società di persone nelle quali la maggioranza numerica di donne non sia inferiore al 60% dei soci;
- la società di capitali dove le quote di partecipazione al capitale siano per almeno i 2/3 di proprietà di donne e gli organi di amministrazione costituiti per almeno 2/3 da donne;
- le cooperative nelle quali il numero di donne non sia inferiore al 60% dei soci;
- le lavoratrici autonome, comprese le libere professioniste.

IMPEGNI BANCA

1. **Stanziamento Plafond € 300.000.000** per la concessione di finanziamenti a PMI a partecipazione femminile da concedersi sulle tre linee di intervento:

- **“Investiamo nelle donne”** – finanziamenti finalizzati a realizzare nuovi investimenti, materiali o immateriali, per lo sviluppo dell'attività di impresa ovvero della libera professione;
- **“Donne in start-up”** – finanziamenti finalizzati a favorire la costituzione di nuove imprese ovvero l'avvio della libera professione;
- **“Donne in ripresa”** – finanziamenti finalizzati a favorire la ripresa delle PMI e delle lavoratrici autonome che, per effetto della crisi, attraversano una momentanea situazione di difficoltà.

2. Concessione di finanziamenti a **condizioni competitive** rispetto alla normale offerta in relazione ad operazioni simili e con lo stesso grado di rischio. In caso di acquisizione di eventuali garanzie (Fondo Centrale, Confidi) il costo del finanziamento sarà ulteriormente migliorato.

3. **Sospensione Donna:** possibilità di concedere la sospensione del finanziamento, per un periodo fino a 12 mesi e per una sola volta nell'intero periodo di ammortamento del prestito in caso di:

- maternità dell'imprenditrice o lavoratrice autonoma;
- grave malattia dell'imprenditrice o del coniuge, del convivente o dei figli;
- malattia invalidante di un genitore o parente convivente.

4. Numero telefonico dedicato (800 100 202) al fine di fornire adeguata informativa alle imprese femminili ed alle lavoratrici autonome sui contenuti del presente Protocollo e sugli strumenti finanziari a disposizione.

CARATTERISTICHE FINANZIAMENTI

- importo: minimo € 20.000 massimo € 500.000;
- durata: min. 24 mesi max. 60 mesi (oltre a periodo di preammortamento per max. 6 mesi);
- periodicità di rimborso: mensile o trimestrale;
- tasso: variabile, indicizzato ad Euribor 3 mesi con spread ridotto di 50 bps rispetto allo standard applicato per i finanziamenti di uguale natura ed una ulteriore riduzione di 25 bps in caso di garanzie a supporto da Fondo Centrale o da Confidi.

Attraverso i documenti contenuti negli archivi storici di una Banca si possono ricostruire tante storie: quelle di una comunità, di una famiglia o di un gruppo di persone.

Nell'Archivio Storico di Banca Popolare di Milano, che conserva i documenti delle normali attività bancarie a partire dall'anno della sua fondazione, abbiamo cercato le tracce delle **esperienze imprenditoriali delle nostre prime clienti**, pienamente consapevoli che tale lavoro non rappresenta un saggio storico ma solo un'idea di quanto possa essere avvenuto nel passato.

La ricerca non è stata delle più semplici eppure ne è venuto fuori un panorama alquanto interessante, da cui emerge non solo l'intraprendenza ma anche un **forte spirito di solidarietà fra donne e un grande senso civico**.

La Banca sorge nel 1865, proprio l'anno in cui entra in vigore in Italia il **Codice Pisanelli** che stabilisce la supremazia del marito rispetto alla moglie, sottoposta all'**autorità maritale in tutte le questioni economiche**. Infatti, all'art. 134 si stabiliva che "La moglie non può donare, alienare beni immobili, sottoporli a ipoteca, contrarre mutui, cedere o riscuotere capitali, costituirsi sicurtà, né transigere o stare in giudizio relativamente a tali atti, senza l'autorizzazione del marito. Il marito può con atto pubblico dare alla moglie l'autorizzazione in genere per tutti o per alcuni dei detti atti, salvo a lui il diritto di revocarla."

In tale contesto è interessante riflettere sui documenti del 1893 relativi alle pratiche di eredità di Giovanni Basseti, fondatore della dinastia tessile, nei confronti della moglie **Rosa Piantanida**. Nella documentazione conservata nel nostro Archivio Storico, viene fatta menzione che la vedova "rileverà la ditta e che si aprirà un nuovo conto intestato alla ditta Basseti" da cui si evince che prima di allora Rosa Piantanida non aveva alcun rilievo sulle questioni bancarie. Tuttavia, come si apprende dalla storiografia dell'azienda Basseti²⁴, Rosa Piantanida, rimasta sola con tre figli dimostrerà di possedere grandi doti imprenditoriali e riuscirà a coniugare la gestione d'azienda con una grande attenzione all'educazione dei figli.

Nel periodo 1868-1900, all'interno della documentazione riferita a operazioni particolari (decesso, eredità, interdizione, autorizzazioni speciali a effettuare pagamenti per conto dell'intestatario), appaiono 123 nominativi di donne. Si tratta in molti casi di persone particolarmente agiate a testimonianza di una maggiore dimestichezza con le questioni economiche da parte di nobildonne e borghesi.

Curiosando fra questi intestatari femminili troviamo il conto corrente "mastro 13 Foglio 696 Firma 632" intestato a una notissima patriota dell'epoca quale **Teresa Berra maritata Kramer** che fu in corrispondenza e amicizia con note personalità della politica e della letteratura, come Giovanni Berchet, che le dedicò la poesia Matilde, Carlo Cattaneo, Giacomo Ciani, Pietro Giannone, Tommaso Grossi, Giacomo Medici, Aurelio Saffi, Camillo Ugoni e altri. I salotti della sua casa erano aperti alle cospirazioni dei patrioti della Giovine Italia, durante i moti di Milano del 1848 si prodigò per le cure dei feriti e quando la rivolta fu repressa dagli Austriaci, riparò nella sua casa di Lugano, dove accolse Mazzini e altri esuli²⁵.

Teresa Kramer non fu una imprenditrice in senso stretto, ma è grazie alla sua iniziativa che nasce la **Fondazione Edoardo Kramer** per l'assistenza agli invalidi e l'istruzione infantile di cui abbiamo documentazione nei nostri archivi a partire dal 1869. Dedicata al figlio Edoardo, deputato nel 1860 nel Parlamento sabauda, volontario nella guerra d'indipendenza e morto prematuramente, la Fondazione è oggi ancora attiva.

²⁴ <http://www.basseti.it/it-it/cms/index/storia>

²⁵ Fonte: - Rachele Farina. Dizionario biografico donne lombarde. Milano, Editore Baldini & Castoldi 1995.

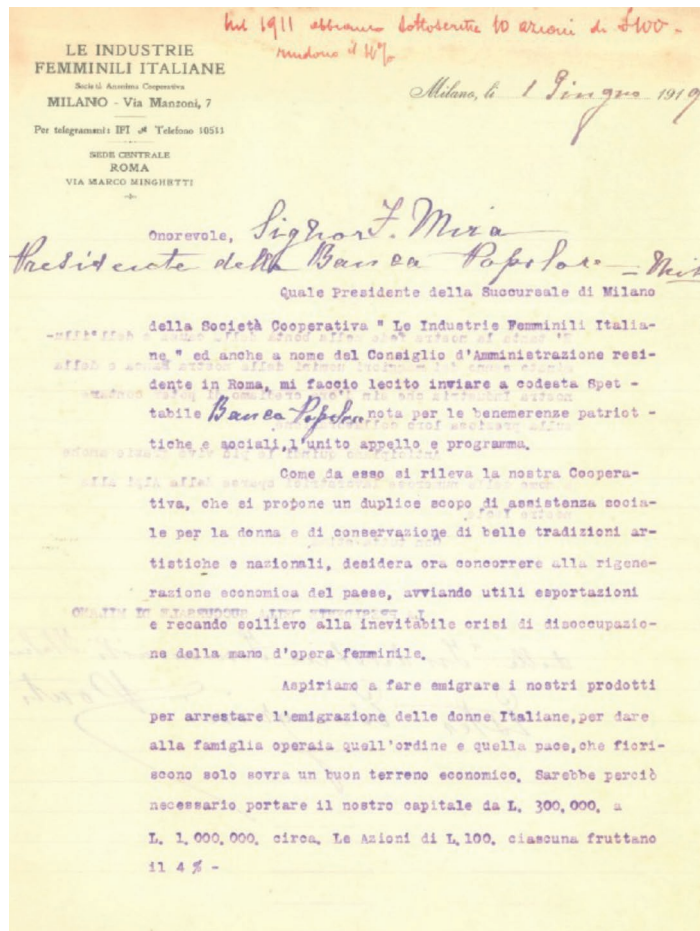
Una delle prime attività imprenditoriali avviate e gestite direttamente da donne, di cui abbiamo trovato la documentazione, è la società cooperativa **INDUSTRIE FEMMINILI ITALIANE** costituita nel **1903** per iniziativa di **Cora Slocomb**.

Dai nostri archivi risulta che l'obiettivo di questa associazione "è quello di rianimare con i suoi laboratori gli ultimi bagliori di parecchie industrie femminili bellissime che erano vicine a morire, e colla creazione di un mercato, sempre più esteso di vendita, ha favorito il collocamento di quei prodotti, già avviato per opera di patronesse geniali e amorevoli."

Le attività delle Industrie Femminili Italiane consistevano nel coordinamento della produzione delle scuole-laboratorio in forma di impresa commerciale, che a loro volta venivano sostenute da signore aristocratiche o borghesi, che intendevano sottrarre le giovani donne alle più brutali forme di sfruttamento del lavoro a domicilio. Le scuole-laboratorio organizzavano la produzione e istruivano la manodopera, costituita da giovani donne e contadine, per vendere i prodotti in mercati qualificati ed esportarli all'estero. I loro prodotti conseguirono un grande successo all'**esposizione universale di Milano del 1906**²⁶.

La Banca contribuì direttamente all'iniziativa con una cifra rilevante per l'epoca. Nel verbale della Seduta del 18 settembre 1908 si legge: "Riferita la domanda 4 settembre corr. di partecipazione alla Società Cooperativa "Le industrie Femminili Italiane" il Consiglio deliberò di partecipare mediante la sottoscrizione di 10 azioni da L. 100 cadauna di detta società". In un altro documento del 1919 risulta che "la Banca in seduta di Consiglio deliberò di partecipare con altre quote" e sembra che anche negli anni successivi effettuò ulteriori sottoscrizioni.

²⁶ Fonti: - Castagnoli Adriana, L'imprenditoria femminile nell'Italia unita, in Treccani.it [http://www.treccani.it/enciclopedia/l-imprenditoria-femminile-nell-italia-unita_\(Il-Contributo-italiano_alla-storia-del-Pensiero:_Tecnica\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/l-imprenditoria-femminile-nell-italia-unita_(Il-Contributo-italiano_alla-storia-del-Pensiero:_Tecnica)/)



Attività che oggi verrebbero qualificate di “micro impresa” sono quelle relative all’**Associazione delle donne operaie di Milano**. L’Associazione generale di mutuo soccorso, lavoro ed istruzione fra le operaie di Milano, fondata nel 1862 forniva alle donne le basi del leggere, scrivere, far di conto e corsi di formazione per i lavori più diffusi tra le lavoratrici²⁷.

Nel verbale della Banca del 15 luglio 1868 si legge: “... il Professore Luzzatti dice di aver fatte delle pratiche colla associazione delle donne operaie di Milano, per le quali l’associazione assumerebbe dei prestiti della Banca per comperare macchine da cucire.”

Dalla lettura dei documenti si evince che la Banca acconsentiva ad aprire un credito fino alla concorrenza di L. 4000 a favore delle operaie della Società di mutuo soccorso che le venivano presentate “dalla Presidenza della società allo scopo che ognuna di esse possa fare acquisto di una macchina a cucire”.

Da un altro documento si desume più chiaramente che “l’Associazione ha chiesto alla Banca di favorire le associate per l’acquisto di macchine da cucire e di concedere un credito agevolato da estinguere in uno o due anni”.

Tra i componenti la Commissione Direttrice dell’Associazione con cui la Banca in quegli anni intrattene i rapporti vi sono Paolina Castiglioni vedova Magni e Laura Solera Mantegazza. Quest’ultima fu la fondatrice nel 1870 dell’Istituto Mantegazza (ancora attivo in via Ariberto 11 a Milano) per la formazione professionale delle donne.

L’Archivio Storico della Banca Popolare di Milano è formato dai documenti prodotti o ricevuti dall’Istituto nel corso della sua attività relativi ad affari conclusi da oltre quarant’anni e destinati alla conservazione perenne. A questo gruppo principale, si aggiungono le carte di alcuni istituti incorporati (Banca Popolare di Roma, Banca Popolare Cooperativa Vogherese di Voghera, Banca Popolare di Bologna e Ferrara, Banca Popolare di Apricena, Banca Briantea, Banca Agricola Milanese, Banca 2000). È presente anche una sezione fotografica e la ex Biblioteca Luigi Luzzatti, un importante patrimonio bibliografico complementare all’Archivio stesso.

L’Archivio Storico è stato dichiarato dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali “di notevole interesse storico e di grande importanza per la storia sia bancaria sia economica della Lombardia”.

²⁷ Fonte: Fiorella Imprenti, *Operaie e socialismo: Milano, le leghe femminili*. Milano, Edizioni Franco Angeli 2001.

