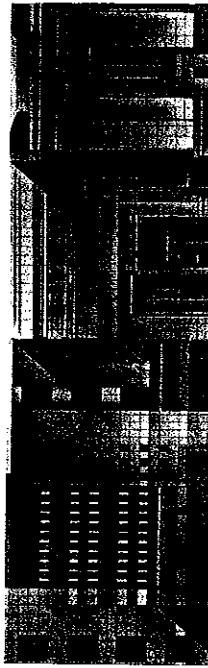


Le età dell'impresa Giovani imprenditori e lavoratori esperti

366.14 G. Favretto, R. Sartori - LE ETÀ DELL'IMPRESA



FrancoAngeli



ECONOMIA &
ISBN 978-88-464-8695-0

€ 15,00

Il libro è il risultato di una serie di ricerche condotte dal team dell'Università di Verona nell'ambito dell'imprenditoria giovanile e femminile, dell'invecchiamento sul lavoro e dei rapporti tra etica e imprenditoria.
A partire dall'analisi della letteratura, che prende particolarmente in considerazione le variabili Persona, Ambiente e loro interazione per spiegare il fenomeno imprenditoria in Italia, Europa e America, il volume procede con una ricerca svolta a proposito del fenomeno ageing, l'invecchiamento della forza lavoro, e una panoramica sui concetti di impresa, imprenditoria e orientamento all'imprenditorialità.

Segue un approfondimento sull'imprenditoria giovanile e su quella femminile. Infine viene affrontato il tema della misurazione dell'**attitudine imprenditoriale e del TAI** (Test di Attitudine Imprenditoriale) come strumento psicométrico adatto allo scopo.

Il libro, quindi, vuol costituire una sintesi, speriamo efficace, attraverso cui leggere il fenomeno imprenditoriale. Sintesi delle ricerche presenti in letteratura, anche da molto tempo, degli studi più recenti condotti da altri autori e delle indagini da noi stessi portate a termine e presentate qui, per ovvi motivi, con maggior dovizia di particolari. Accanto a tutto ciò, qualche riflessione teorica che speriamo possa aiutare il lettore a non perdere quel filo rosso che percorre la creazione di ogni opera, ma che non sempre emerge in modo chiaro ed evidente.

Giuseppe Favretto è Professore Ordinario di Organizzazione Aziendale presso l'Università di Verona e docente di Organizzazione del lavoro presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Padova. È Direttore del Centro Docimologico e del Centro per l'imprenditoria Giovanile, entrambi dell'Università di Verona. Sull'argomento dell'imprenditoria ha pubblicato una serie di articoli e ha curato, in particolare, la pubblicazione di un numero monografico del DipAV (la Rivista FrancoAngeli del Dipartimento di Psicologia e Antropologia Culturale dell'Università di Verona) dal titolo: *Organizzazione ed imprese: il valore strategico delle risorse umane* (2006); e il volume: *Indagine sulle imprese artigiane della provincia di Verona* (FrancoAngeli, 2005, in collaborazione con Marangoni, Savi e Cubico).

Riccardo Sartori è Assognista di Ricerca presso l'Università di Verona e Ph.D. in Percezione e Psicofisica. Sul tema dell'imprenditoria ha pubblicato, in particolare, gli articoli *Il passaggio generazionale nella PMI a gestione familiare: le componenti psicosociali del rapporto genitori-figli come co-determinanti del buon esito della successione*, *L'imprenditoria al femminile: caratteristiche, problemi e soluzioni* e *Attitudine imprenditoriale e misura psicométrica: il TAI* (tutti 2003, e tutti sulla rivista FrancoAngeli Risorsa Uomo, in collaborazione con Favretto, Bortolani e Pasini).

Giuseppe Favretto, Riccardo Sartori

Le età dell'impresa

Giovani imprenditori
e lavoratori esperti

FrancoAngeli

Indice

Giuseppe Favretto è Professore Ordinario di Organizzazione Aziendale presso l'Università di Verona e docente di Organizzazione del Lavoro presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Padova. È Direttore del Centro Dicamologico e del Centro per l'Imprenditoria Giovane, entrambi dell'Università di Verona. Sul tema dell'imprenditoria ha pubblicato una serie di articoli e ha curato, in particolare, la pubblicazione di un numero monografico del DIPAV (la Rivista FrancoAngeli del Dipartimento di Psicologia e Antropologia Culturale dell'Università di Verona) dal titolo: *Organizzazione ed imprese: il valore strategico delle risorse umane* (2006), e il volume: *Indagine sulle imprese artigiane della provincia di Verona* (FrancoAngeli, 2005, in collaborazione con Marangoni, Savi e Cubicco).

Riccardo Sartori è Assegnista di Ricerca presso l'Università di Verona e Ph.D. in Psicozione e Psicofisiologia. Sul tema dell'imprenditoria ha pubblicato, in particolare, gli articoli *Il passaggio generazionale nella PMI a gestione familiare: le componenti psicosociali del rapporto genitori-figli come co-determinanti dei buoni e cattivi successioni. L'imprenditoria al femminile: caratteristiche, problemi e soluzioni e Attitudini imprenditoriali e misura psicométrica: il TAI* (tutti 2003, e tutti sulla rivista FrancoAngeli *Ricerca Lavoro*, in collaborazione con Favretto, Bortolani e Pasinetti).

Introduzione: Impresa e Organizzazione , di Giuseppe Favretto e Riccardo Sartori	Pag. 9
1. Le due principali variabili dell'imprenditoria nei diversi paradigmi di ricerca: Persona, Ambiente e loro Interazione , di Riccardo Sartori, Giuseppe Favretto e Elisa Bortolani	
1. Introduzione	15
2. La Persona	15
3. L'Ambiente	17
4. L'Interazione	22
5. Conclusioni	25
»	30
2. L'età nell'impresa , di Giuseppe Favretto e Riccardo Sartori	
1. Introduzione	33
2. La ricerca	35
2.1. Strumento	36
2.2. Campionamento	36
2.3. Risultati	36
3. Discussione	39
3. Impresa, imprenditoria e orientamento alla imprenditorialità: il CIG (Centro per l'Imprenditoria Giovani) , di Giuseppe Favretto, Serena Cibicio e Anna Sartori	
1. Impresa e imprenditoria: lo scenario Internazionale e Nazionale	41
2. I numeri: imprenditorialità e mercato del lavoro	43
3. Definire l'imprenditorialità	44

Copyright © - 2007 by FrancoAngeli srl - Milano, Italy

Ristampa 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Autore 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

1. Opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore. Sono vietate e sanzionate la riproduzione con qualsiasi mezzo, fornito o supporto comprese le fotocopiie (fotocopiate sono consentite solo se per uso esclusivamente personale di studio, nel limite del 15% di ciascun volume o fascicolo e alla condizione che vengano pagati i compensi stabiliti), la scansione, la memorizzazione elettronica, la comunicazione e la messa a disposizione al pubblico con qualsiasi mezzo (anche on-line), la traduzione, l'adattamento totale o parziale.

Stampa: Tipografia, via Merano 18, Milano

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito internet www.francoangeli.it e iscriversi nella nostra page di servizio "Informatemi", per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a "FrancoAngeli", viale Monza 106, 20127 Milano."

4. Le determinanti dell'imprenditorialità: domanda di mercato e offerta sociale	45	Pag.
5. L'orientamento come supporto allo sviluppo imprenditoriale	47	
6. Un esempio: il Centro Imprenditoria Giovani delle Università di Verona	50	
7. Le motivazioni: perché orientare all'imprenditorialità	53	
4. Imprenditoria giovanile e imprenditoria femminile: un'introduzione. di Giuseppe Favretto, Serena Cibico e Elisa Bartolani	55	
1. L'imprenditoria giovanile	55	
1.1. La presenza dei giovani imprenditori	55	
1.2. Le imprese dei giovani: caratteristiche e specifiche difficoltà	57	
1.3. I supporti all'imprenditoria giovanile	58	
2. L'imprenditoria femminile	59	
2.1. Donne e mondo del lavoro	59	
2.2. Donne e creazione di impresa	61	
2.3. Imprese femminili: le scelte organizzative	63	
2.4. Imprese femminili: dal contesto all'imprenditorie	65	
2.5. Essere donna imprenditrice tra vincoli e possibilità	68	
2.6. I supporti normativi all'imprenditoria femminile	70	
3. Il Nord Est italiano: la struttura socioeconomica	73	
5. Imprenditoria giovanile e imprenditoria femminile: una ricerca. di Giuseppe Favretto, Serena Cibico e Elisa Bartolani e Riccardo Sartori	75	
1. Introduzione	75	
2. La ricerca	77	
2.1. Ipotesi	77	
2.2. Campione	78	
2.3. Quesiti di ricerca	78	
2.4. Strumenti	79	
2.5. Risultati	79	
2.5.1. Campione femminile	79	
2.5.2. Analisi dei dati	81	
2.5.3. Campione maschile	96	
2.5.4. Analisi dei dati	98	
3. Discussione e conclusioni	100	

6. Aspetti quantitativi dell'attitudine imprenditoriale: il TAI (Test di Attitudine Imprenditoriale). di Riccardo Sartori, Giuseppe Favretto e Anna Sarari	101	Pag.
1. Introduzione: attitudine imprenditoriale e misura psicométrica	»	
2. Il TAI	»	
2.1. Descrizione del test	»	
3. La ricerca	»	
3.1. Partecipanti	»	
3.2. Validazione	»	
3.2.1. Analisi confirmative	»	
3.3. Prime conclusioni	»	
3.4. Stabilità Test-Retest	»	
3.5. Altre conclusioni	»	
3.6. Analisi esplorative	»	
3.6.1. Campione generale (N = 895)	»	
3.6.2. Campione maschi (N = 471)	»	
3.6.3. Campione femmine (N = 424)	»	
3.6.4. Campione lavoratori (N = 558)	»	
3.6.5. Campione disoccupati (N = 337)	»	
3.6.6. Campione imprenditori (N = 177)	»	
3.6.7. Risultati	»	
3.7. Nuova struttura fattoriale	»	
4. La scheda performance	»	
5. Conclusioni	»	
	121	
7. Etica ed imprenditoria: un approccio misurativo. di Roberto Burro e Giuseppe Favretto	123	
1. Introduzione	123	
2. La questione etico-manageriale d'impresa	125	
3. Le iniziative etiche per una nuova visione dell'impresa	128	
4. Vantaggi della gestione etica nei diversi ambienti imprenditoriali	129	
5. La misura del livello di sensibilità all'etica imprenditoriale	129	
5.1. Procedura	130	
5.2. Risultati	131	
6. I modelli di responsabilità sociale nelle imprese: considerazioni	137	
7. Le principali conclusioni	140	

- ❖ essere imprenditori realizza le potenzialità personali: nello scegliere il proprio percorso professionale le persone tengono conto di diversi fattori. Le ricerche più recenti a livello europeo (European Foundation, 2001), e nazionale (Istos, 2004), sostituiscono che i lavoratori autonomi sono molto più soddisfatti del proprio lavoro rispetto ai lavoratori dipendenti; quasi la metà dei lavoratori autonomi si definisce molto soddisfatta del proprio lavoro, contro poco più di un terzo dei lavoratori dipendenti. In particolare: la realizzazione personale, le prospettive di sviluppo e di guadagno, sono per i self-employed i motivi di maggior soddisfazione professionale.

4. Imprenditoria giovanile e imprenditoria femminile: un'introduzione

di Giuseppe Favretto, Serena Cilibio e Elisa Bortolani

1. L'imprenditoria giovanile

Studi e ricerche sui processi di avvio d'impresa (*start-up*) e sulla gestione delle piccole imprese, hanno messo in evidenza che l'età più probabile per iniziare un'attività imprenditoriale è sopra i 30 o addirittura i 40 anni (CEEIOR, 2004), anche se negli anni più recenti sono aumentati interesse e attenzione per la creazione di impresa da parte dei giovani.

In questa prima parte del capitolo cercheremo di comprendere quali siano le dimensioni della presenza, le caratteristiche e le problematiche specifiche incontrate dai giovani imprenditori, intendendo, con ciò, le persone con meno di 40 anni che creano o/o gestiscono imprese. In modo conditivo si ritiene che questo gruppo possa incontrare una serie di specifici problemi legati alla loro giovane età. La mancanza di capitali, il basso livello di competenze manageriali, il limitato numero di contatti nel mercato e la mentalità spesso antiquata dei finanziatori possono rappresentare dei vincoli allo sviluppo di un giovane imprenditore.

1.1 La presenza dei giovani imprenditori

La probabilità di diventare imprenditore, in Europa come negli Stati Uniti, varia con l'età: la fascia compresa tra i 25 e i 34 anni sembra essere quella con il più elevato tasso di attività imprenditoriale¹ (15,0%), seguita dal gruppo tra i 35 e i 44 anni (11,7%) (Reynolds *et al.*, 2002). Il livello di start up di imprese di un paese correla positivamente e significativamente con la presenza di un'elevata percentuale di popolazione maschile attiva di

¹ Presenza di imprenditori della fascia di età in analisi sul *Total Entrepreneurial Activity* (TEA: numero di imprenditori in rapporto ai lavoratori attivi)

sta compresa tra i 25 e i 44 anni. Il dato si attenua considerando le donne (Reynolds *et al.*, 1999).

In Italia, oltre un milione di imprenditori ha un'età inferiore ai 40 anni e più di un quarto inferiore ai 30 anni (Confcommercio, 2006). Quando si osservano i *neoinprenditori*, si ritrova che oltre la metà di loro ha un'età compresa tra i 35 e i 44 anni, mentre in altri paesi la classe di età prevalente è quella 25-34, come indicato sopra (G.I.M., 2005).

L'imprenditorialità, in Italia, dato il previsto declino demografico della popolazione attiva, corre il forte rischio di diminuire di livello o di non riuscire a mantenere la quantità necessaria allo sviluppo dell'economia c'è dell'occupazione (Reynolds *et al.*, 1999).

Dati più incoraggianti riguardano i giovani europei in generale. Più della metà dei giovani sotto i 24 anni considerano il lavoro autonomo desiderabile e sono tentati dal mettersi in proprio. Con l'aumentare dell'età diminuisce tale atteggiamento positivo. Diventare imprenditore appare possibile e realizzabile per i giovani, più che per gli over 40. Infatti, oltre il 40% immagina di potersi mettere in proprio, e il 27% di loro ha già valutato l'idea di creare un'impresa. Tra i più giovani sono diffuse le convinzioni che avere a disposizione mezzi finanziari sufficienti e una buona *business idea* sia lo i fattori strategici per poter considerare una scelta imprenditoriale. I più anziani, invece, tendono a valorizzare soprattutto il fatto che il lavoro autonomo rappresenta un'alternativa, a volte l'unica, per un cambiamento professionale (Flash Eurobarometer, 2004).

È importante sottolineare che questi atteggiamenti positivi verso il lavoro imprenditoriale e la successiva messa in atto della scelta entrano in relazione tra di loro in modo diverso in base all'età. Come abbiano visto, infatti, la preferenza per il lavoro autonomo diminuisce con l'età, mentre esiste una correlazione positiva tra la probabilità di essere realmente imprenditore e l'aumento della fascia di età (Blanchflower *et al.*, 2001; Douglas & Shephard, 2002). Queste analisi vanno anche interpretate alla luce delle ricerche maggiormente orientate all'individuo e al suo processo di intenzione e scelta. Va infatti distinto tra imprenditore *pruzzaide* e *imprenditore intenzionato*. Il primo è il soggetto che, in un momento specifico della sua vita, ha la preparazione ma non l'intenzione forte di avviare un'impresa. Il secondo è colui che ha il vero e proprio proposito di dare vita ad uno *start up* (Kouriloff, 2000). Probabilmente la distinzione subisce gli effetti dell'età e della differente forza che ha un atteggiamento rispetto ad un'intenzione. Voler diventare imprenditore è un fattore che sostiene fortemente il diventarlo (Kolvereid & Isaksen, 2005).

Le differenze tra gli imprenditori di diversa età sono evidenziate dai settori di appartenenza. Sembra che i giovani siano più propensi a operare nei settori dell'agricoltura e dei servizi alle imprese, mentre gli adulti nel

commercio o nelle professioni di consulenza e manageriali (Williams, 2004a).

1.2. Le imprese dei giovani: caratteristiche e specifiche difficoltà

I giovani, soprattutto nella fascia di età compresa tra i 25 e i 34 anni, sono fortemente interessati e orientati al lavoro autonomo e spesso l'interesse si trasforma in azione. Dopo i trent'anni sono osservabili situazioni ed eventuali che facilitano la creazione d'impresa rispetto alle età precedenti e successive (Blanchflower & Oswald, 1998). 32 anni risulta essere l'età ottimale per uno *start-up* (van Praag, 2003). La probabilità che i giovani hanno di realizzare positivamente i loro intenti imprenditoriali sembra essere collegata a fattori che toccano le diverse fasi della vita, ad esempio il valore del tempo e le possibilità di correre rischi.

Il tempo e il valore che esso acquista nella vita delle persone si presenta come una variabile utile a spiegare la distribuzione assimmetrica dell'imprenditorialità nelle diverse categorie di età. Con il passare degli anni, crea-re una propria impresa diventa meno desiderabile di un lavoro retribuito. Essere dipendente prevede una retribuzione immediata, mentre l'investimento come lavoratore autonomo non ha un ritorno così vicino nel tempo. Con l'età, il passare del tempo e il valore di un reddito futuro hanno significati diversi (Levesque & Minitti, 2006).

Per i più giovani lasciare un lavoro dipendente per crearsi un lavoro autonomo sottopone a rischi minori. È più probabile, infatti, che una persona giovane abbia maggiori opportunità di rientrare nel mercato del lavoro anche in caso di fallimento, evento purtroppo maggiormente probabile per i creatori d'impresa più giovani (van Praag, 2003).

I giovani imprenditori possono incontrare difficoltà specifiche nella creazione e nello sviluppo delle loro imprese. Il dato emerge quando queste vengono messe a confronto con imprese simili, gestite però da persone di età più elevata. Un gruppo internazionale di esperti (CFFIDR, 2004) ha identificato nel finanziamento per l'avvio d'impresa la problematica principale per i giovani imprenditori, seguita dalle richieste amministrative e fiscali e dall'accesso al mercato. Anche le competenze manageriali e commerciali vengono identificate come possibili difficoltà, ma sembrano rivestire un peso minore.

Il *capitale personale* che una persona può apportare alla nascita della sua impresa cresce naturalmente con l'età. Sono correlate positivamente alla crescita imprenditoriale gli anni di formazione ricevuti, gli anni di lavoro in genere e quelli in ruoli manageriali, ma soprattutto una precedente esperienza di avvio di impresa. Il cosiddetto *capitale sociale* (parenti e amici nel

business e incoraggiamenti da parte di persone significative), particolarmente importante nello sviluppo imprenditoriale, risente invece meno del fattore età (Davidsson & Honig, 2002).

Appartenere a reti e rintracciare le informazioni si rivelano quindi elementi strategici per un giovane che desidera creare la sua impresa. Il network sociale e i dati sono fondamentali per superare le altre barriere che inevitabilmente l'età pone davanti. Generalmente le fonti informative più utilizzate sono il commercialista, i parenti e gli amici, gli altri imprenditori, le banche, gli avvocati, i libri e i manuali, ma le modalità di consultazione differiscono tra le persone con più o meno esperienza. I meno esperti tendono ad una ricerca di informazioni meno intensa e con contatti di tipo professionale, soprattutto quando entrano in un ambito poco conosciuto, mentre gli esperti dedicano la stessa attenzione alla raccolta di informazioni, che si trovino su un terreno conoscitivo o meno e, in particolare, utilizzano maggiormente le reti interpersonali (Cooper et al., 1995).

1.3. I supporti all'imprenditoria giovanile

L'imprenditorialità e il lavoro autonomo sono considerati una valida soluzione alla disoccupazione giovanile. Il rischio di restare disoccupati è superiore per un giovane che per la popolazione in generale. In Italia la percentuale dei disoccupati è del 7,7%, mentre sale al 24% la percentuale dei giovani sotto i 24 anni che sono senza lavoro. Vanno distinti gli estremi, al positivo della Provincia di Bolzano, con, rispettivamente, il 2,7 e il 7,3%, al negativo della Sicilia, con il 16,2 e il 44,8%. In Europa i giovani disoccupati sono il 18,7%, con una disoccupazione generale del 9% (Eurostat, 2006).

Molti governi hanno sviluppato specifici programmi per assistere i giovani nell'insерimento professionale attraverso la creazione d'impresa, mettendo a disposizione finanziamenti, formazione specifica e creando enti dedicati.

In Italia, il primo intervento a favore dell'Imprenditoria Giovanile viene dalla Legge 44 del 1986, nota come *Legge De Vio*, aggiornata e sostituita successivamente dalla 95/1995. Questi dispositivi normativi prevedono il supporto ai giovani nella creazione d'impresa nei settori agricoltura, artigianato, industria e servizi alle imprese. I destinatari sono, in particolare, i giovani residenti nelle zone considerate in necessità per declino industriale, montane o del meridione con età compresa tra i 18 e i 29 anni (se maggioranza assoluta dei soci) e fino a 35 anni (se rappresentano la totalità). Tra le agevolazioni, oltre ai finanziamenti veri e propri a fondo perduto o a tasso agevolato, sono previsti servizi di informazione, di verifica dell'idea imprenditoriale, di orientamento alla progettazione e di consulenza tecnica e formazione (Gazzetta Ufficiale, 1995).

Queste norme (De Vito e successiva 95/1995) sono state affiancate, nel 1993, dalla Legge 236, dedicata in modo specifico alle agevolazioni per i giovani, in possesso degli stessi requisiti, con progetti d'impresa (nuove società e cooperative) nella fornitura di servizi relativi alla fruizione di beni culturali, turismo, manutenzione di opere civili e industriali, tutela ambientale e innovazione tecnologica (Gazzetta Ufficiale, 1993).

Nel 2000 viene promulgato il Decreto Legislativo 185 che ha due obiettivi generali: autonimprenditorialità e autoimpiego. Il primo si rivolge alla creazione di nuova imprenditorialità nei settori di produzione di beni e servizi, dell'agricoltura e delle cooperative sociali ed ha come destinatari gli stessi giovani già individuati dalle precedenti. Il secondo sostiene il lavoro autonomo, la micromimpresa e il franchising in persone disoccupate da oltre sei mesi (Gazzetta Ufficiale, 2000).

È difficile rintracciare dati oggettivi sul successo di queste iniziative. Raramente esistono monitoraggi a lungo termine per verificare la durata e le occasioni di lavoro create dalle imprese sostenute dalle azioni normative e, quando esistono, sono dedicate soprattutto a eventi locali o regionali, quindi poco generalizzabili. Importante è comunque considerare quanto possono fare questi supporti normativi nel dare ad un giovane la possibilità di fare un'esperienza di avvio d'impresa che, come abbiamo visto dalla letteratura, se non ha successo immediato è prologo ad un molto probabile successo futuro.

Mettere a giovani di fronte ad una nuova possibilità, dare loro l'occasione di essere "industriosi", porre davanti ai loro occhi nuovi scenari professionali e diffondere la cultura imprenditoriale risponde a bisogni di sviluppo socioeconomico attuali e futuri (Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, 2002; Commissione delle Comunità Europee, 2003b).

2. L'imprenditoria femminile

È utile e opportuno parlare di imprenditoria femminile e studiarne le caratteristiche in modo disgiunto dall'imprenditorialità a livello macro per diversi motivi. Tra questi, conoscere a fondo il livello di utilizzo della risorsa "donna imprenditrice" nello sviluppo economico, e riconoscere, infine, che non è ancora realistico parlare di pari opportunità nella creazione di impresa tra uomo e donna (OECD, 2004).

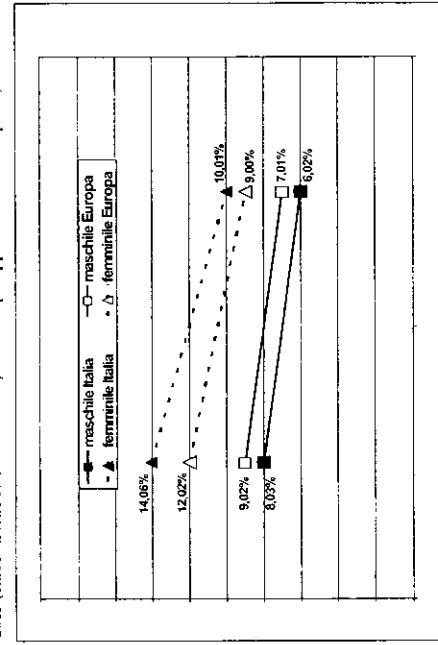
2.1. Donne e mondo del lavoro

L'imprenditoria femminile è un fenomeno socio-economico interessante che può, almeno in prima battuta, essere affrontato attraverso una riflessio-

ne generale sulle differenti opportunità di partecipazione delle donne al mercato del lavoro.

Così si può rilevare dalla Figura 1, la disoccupazione, in Europa e in Italia, nel periodo 1994-2005, è diminuita, ma la probabilità di disoccupazione, per una donna, rimane a tutt'oggi più elevata, anche se la differenza maschi-femmine sembra via via attenuarsi.

Fig. 1 - Disoccupazione maschile e femminile in Italia e in Europa negli anni 1994 e 2005 (elaborazione su dati Eurostat, 2006 - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)



I motivi di inattività sono diversi per i due sessi: gli uomini sono inattivi soprattutto a causa della pensione o del livello di istruzione, mentre sono le responsabilità familiari o domestiche a tenere lontane dai lavori quasi la metà delle donne tra i 25 e i 54 anni (Commissione delle Comunità Europee, 2003a).

Quando inserite nel mondo del lavoro, le donne sembrano raggiungere ruoli di livello interessante. In Italia è femmina il 31,9% dell'insieme delle posizioni manageriali. Tale dato non è lontano da quello europeo (32,1%) (Censis, 2006). Tuttavia altre ricerche internazionali (Tinneker *et al.*, 2003) segnano che, quando le posizioni sono aperte (al top dei vertici societari di settori pubblico e privato), il dato diventa del 19,6%, per i paesi Europei, del 16,8% per l'Italia.

In questo scenario sociale e occupazionale, la scelta imprenditoriale può risultare un'opportunità di inserimento e di realizzazione personale. Ve-

diamo quindi come si definisce l'imprenditoria al femminile in ambito internazionale e nazionale.

2.2. Donne e creazione di impresa

"L'imprenditoria femminile si sta espandendo nel mondo. Le donne rappresentano più di un terzo delle persone coinvolte in attività imprenditoriali [...] le generazioni di donne, provenienti da percorsi molto diversi, portano ricchezza ai loro ambienti e mostrano segni incisivi di spirito imprenditoriale". Con questa dichiarazione si apre il rapporto della ricerca svoltasi dal Global Entrepreneurship Monitor su 35 Paesi¹, che, pur trasottolineare positivo, mette in evidenza anche la presenza di un significativo gender gap nell'essere imprenditori e titolari di impresa per donne e uomini: "in generale, indipendentemente dal Paese, gli uomini sono con più elevata probabilità coinvolti delle donne in attività imprenditoriali" (Minniti *et al.*, 2005, p. 6).

Nonostante il rapido aumento della presenza delle donne in ruoli manageriali e di responsabilità, la differenza di genere nell'imprenditorialità resta significativa: un uomo ha il 50% in più di probabilità di una donna di diventare imprenditore, e le donne titolari di impresa tendono meno ad aumentare le dimensioni e ad espandere la propria attività (Minniti & Arenius, 2003).

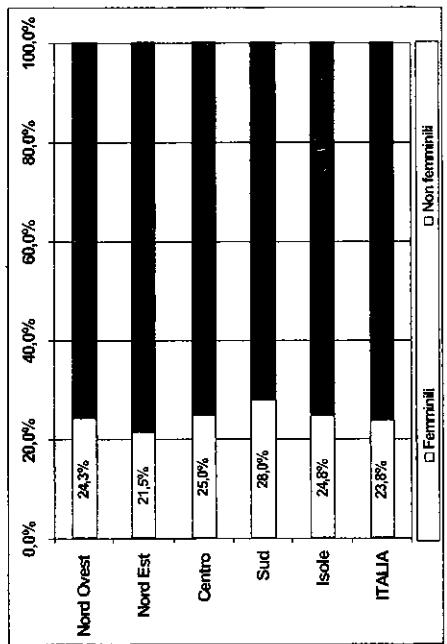
Nonostante in molti paesi e regioni europee la maggior parte dei proprietari e gestori di imprese sia composta da uomini (si va dal 65% al 75%), si sta comunque assistendo a prove evidenti che sempre più donne si interessano alle piccole e medie imprese, sia alla loro direzione, sia alla loro creazione. In aggiunta, il tasso di *autonempiego* sta aumentando in parecchi paesi europei.

Sebbene non esistano statistiche ufficiali relativamente al genere nei ruoli imprenditoriali, ci sono dei dati che suggeriscono un significativo incremento dell'imprenditoria femminile. Una conseguenza di ciò è che le donne costituiscono un gruppo nuovo rispetto a quello degli uomini, il che significa, verosimilmente, che, nel loro caso, si sta parlando di imprese più giovani (CEEEDR, 2000).

L'imprenditoria e l'imprenditorialità al femminile sono fenomeni che risentono anche di specifici effetti di variabili di tipo cross-culturale e locale. Ad esempio, si riscontra una correlazione positiva tra i diversi livelli di imprenditorialità femminile, la distribuzione dell'occupazione femminile nei diversi settori e la partecipazione delle donne a ruoli manageriali nei paesi ad

¹ 107.464 respondenti, di cui il 50,4% donne.

Fig. 2 – Presenza di imprese femminili e non femminili per ripartizione geografica
(fonte: ReteCanere-Unioncamere, 2006)



2.3. Imprese femminili: le scelte organizzative

Le imprese femminili sono caratterizzate da una forte prevalenza di *imprese individuali* (forma giuridica in cui il titolare è una persona fisica che coincide con l'imprenditore) in maniera superiore rispetto alle imprese totali (73,9 contro il 68,1%). La presenza di *società di capitale* tra le imprese femminili è del 5,3%, contro il 12% dell'intero universo delle imprese italiane. Tale dato illustra "la natura sostanzialmente elementare delle imprese femminili" (Ministero Attività Produttive, 2005, p. 29). Tuttavia, tra le imprese nate negli ultimi anni, sono aumentate quelle con forma societaria di capitale, ridimensionando di qualche punto le percentuali sopra presentate.

La longevità delle imprese femminili non si discosta da quella delle altre. Non sussistono infatti differenze sostanziali in relazione all'anno di istituzione: la maggior parte delle imprese ha circa 15 anni, sia che si tratti di classificare come femminili, sia che si tratti di inserirle in altre categorie. Interessante è la presenza delle imprenditrici di nazionalità straniera (5,4%) provenienti soprattutto da aree extracomunitarie (Ministero Attività Produttive, 2005).

alto reddito, mentre la correlazione appare negativa nelle nazioni a basso reddito (Reynolds *et al.*, 2002).

Per comprendere meglio il fenomeno delle imprese femminili in Europa e descrivene gli elementi strutturali, l'Associazione delle Camere di Commercio e Industria Europea ha recentemente realizzato una ricerca (Eurochambers, 2004). In linea con i dati generali relativi alle dimensioni delle imprese nei diversi paesi europei, le donne circano e gestiscono imprese minori (87,4%), piccole (10,1%), medie (2%) e grandi (0,5%) soprattutto nei settori del commercio, dell'educazione e dei servizi (OECD, 2004). Nel 70% dei casi, le imprese sono create dalle donne stesse.

Il profilo emerso dalla donna imprenditrice europea permette di evidenziare anche alcuni elementi di carattere anagrafico e demografico piuttosto interessanti. Il titolo di studio posseduto si presenta di buon livello. Dalla ricerca Eurochambers emerge infatti che il 43,8% è laureata, il 39,3% diplomata e solo il 16,9% avvia la propria impresa con una licenza di primo livello. Oltre il 70% delle imprenditrici europee ha dato avvio alla propria impresa in un'età inferiore ai 35 anni. Il 74% di esse ha figli e oltre il 76% ha un partner. L'orario di impegno lavorativo supera le 48 ore setimanali per quasi il 70% delle imprenditrici e più della metà (56,5%) dichiara di non avere un aiuto in casa.

Nel nostro Paese la situazione delle donne imprenditrici è ben descritta da una serie di rapporti dell'Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile (Ministero Attività Produttive, 2005; ReteCanere-Unioncamere, 2006). Le imprese femminili in Italia¹ sono il 23,8% del totale, distribuite con proporzioni diverse all'interno della penisola (figura 2).

Le regioni che a livello nazionale rappresentano gli estremi sono il Molise che, con il 32,2%, è la regione con la presenza più elevata di imprese femminili, cd Emilia Romagna e Toscana, che toccano la quota più bassa con il 20,1%.

¹ Lo status di impresa femminile in Italia è assegnato alle imprese con una partecipazione femminile superiore al 50% (*prevenza maggioritaria*) superiore al 60% (*prevenza forte*) ed esclusiva (totale separata da parte di donne nel ruolo di socio o titolare). Quest'ultima categoria rappresenta quasi il 95% delle imprese femminili. (Criteri definiti dalla legge 21/92 "Azioni positive per l'imprenditoria femminile" e dalla Circolare del Ministero Attività Produttive n. 1151489 del 2002, art. 2).

Per quanto riguarda il settore di attività, la maggior parte delle imprese femminili italiane è concentrata nel Commercio e nell'Agricoltura. Nel primo settore confluiscano quasi il 32% delle imprese; nel secondo, circa il 23%. Anche altri settori vedono valori interessanti: Attività immobiliari e Attività Manifatturiere (10,4%), altri Servizi pubblici, sociali e personali (8,9%), Alberghi e ristoranti (6,8%). L'insieme di Costruzioni, Intermediazione e attività finanziarie, Trasporti e Sanità (7%). I restanti settori non raggiungono invece lo 0,5%.

Il tasso di femminilizzazione¹ è elevato nei settori "Altri servizi pubblici e personali" e "Sanità e altri servizi sociali" (quasi un'impresa su due è femminile), nei "Servizi domestici presso famiglie" (rispettivamente con il 38,5% e il 36,2%), e nell'"Istruzione" e "Alberghi e ristoranti" (34% circa). Nelle imprese create da loro stesse le donne imprenditrici hanno modo di ricoprire funzioni di responsabilità in ambiti che in imprese non femminili difficilmente riescono a raggiungere (Tabella 1).

Tab. 1 – Articolazione delle funzioni in impresa, femminile e non, dati percentuali (aggiornato al 2005)

	IMPRESA FEMMINILE		IMPRESA NON FEMMINILE	
Funzione di responsabilità	Imprenditrice a donna	Delegata a uomo	Imprenditrice a donna	Delegata a uomo
Anim. / Finanziario	56,2	11,1	28,9	69,0
Progettazione prodotto/servizio	71,4	8,2	17,8	81,9
Realizzazione prodotto/servizio	71,2	9,5	17,4	82,0
Marketing / Commerciale	54,2	7,4	13,6	75,2
Ricerca e innovazione	51,7	7,4	12,7	77,0
Gestione del Personale	51,0	7,8	8,9	76,6
				24,1
				12,0

tura che preferisce affidare a uomini certe mansioni e certi ruoli, al di là delle affermazioni di principio sulle pari opportunità" (Ministero Attività Produttive, 2005, p. 68). Quanto appena affermato si evidenzia anche nella tipologia di funzioni delegate agli uomini, più tecnico/manageriali, rispetto a quelle che le imprenditrici mantengono per sé, maggiormente pratico/manuali.

Nella stessa ricerca viene evidenziato che le imprese femminili sembrano essere meno flessibili rispetto all'orario di lavoro, all'organizzazione e all'intercambiabilità dei ruoli. Tuttavia, le imprenditrici si mostrano maggiormente collaborative nel condividere le decisioni sulle scelte organizzative. Il processo di *decision-making* nelle *organizzazioni femminili* riflette un sistema diffuso e una più ampia partecipazione dei collaboratori. Si tratta, quindi, di un sistema che, come sostiene Bird e Brush (2002, p. 52) è "validato da intuizione e sentimento".

Queste descrizioni delle imprese femminili, in Italia, possono essere affiancate ad alcune riflessioni proposte dalla letteratura. In generale, per uno specifico ambito e periodo, la ricerca ha evidenziato che le imprese a proprietà femminile tendono a presentare livelli inferiori di successo (Cuba et al., 1983). Il fenomeno è legato alla minor sopravvivenza dell'azienda (Kallenberg & Leich, 1991) e a quote più basse di risultati (Clark & James, 1991; Brush, 1992). Più recentemente, però, sono emerse alcune discrepanze che mostrano risultati diversi al variare delle specifiche variabili osservate (Du Rietz & Hertekson, 2000).

2.4. Imprese femminili: dal contesto all'imprenditrice

Le contraddizioni sopra rilevate possono essere comprese maggiormente se si considera valida l'ipotesi che esistono differenze nelle imprese che hanno come proprietario una donna o un uomo e che queste differenze sono legate a diversi ordini di fattori, quali il contesto socioeconomico, l'impresa stessa e i fattori intrinseci dell'imprenditrice (Junqueira, 2004). In questa analisi è necessario porre attenzione al fatto che le differenze spesso emergono in quanto collegate a diversi indicatori del successo di un'impresa (fatturato, settore, età, addetti, ecc.).

Gli elementi del contesto che influenzano negativamente le performance delle imprese femminili possono essere ricondotti alla cosiddetta *cultura maschile* dei rapporti commerciali: esiste un'equazione quasi naturale tra imprenditorialità e mascolinità (Bruni et al., 2004) – e questo si ripercuote sul fatto che le donne si trovano di fronte a barriere di diversa natura nel creare e gestire le loro aziende. Gli esempi sono riscontrabili nell'esclusione delle donne dai network informali (Lyness & Thompson, 2000), nella maggior difficoltà ad acquisire capitali (Verheul & Thurik, 2001), nel limi-

¹ Rapporto tra imprese femminili e totale delle imprese rilevate.

te imposto dal considerare lo stile maschile come un modello da imitare (Adler, 2002) o nel fatto che molte assegnano attributi maschili al profitto dell'imprenditore di successo (Fagerson & Marcus, 1991).

I rischi ulteriori che incidono sullo sviluppo delle imprese femminili, e mantengono la disparità tra imprese femminili e maschili, sono anche dovuti al numero minore di associazioni imprenditoriali alle quali le imprenditrici partecipano (Brush, 1992) e al minor tempo che dedicano allo sviluppo delle stesse (Cromie & Birley, 1990).

La dimensione sembra essere un fattore ulteriore di distinzione tra le imprese femminili e le altre, in particolare in termini di guadagno e di addebiti (Carter & Rosa, 1998), di crescita minore (Du Rietz & Henrekson, 2000) e di successo inferiore (Kalleberg & Leicht, 1991). Alcuni autori segnalano quanto la discriminazione possa essere un fattore esplicativo chiaro riguardo le dimensioni inferiori dell'impresa femminile: questa subisce un trattamento diverso sul mercato finanziario (Hirsch & Brush, 1984).

La lettura del successo o meno delle imprese femminili risente anche delle metodologie utilizzate nei confronti. Spesso infatti i risultati che individuano performance minori nelle imprese femminili rispetto alla contro-partite maschili non considerano tutte le variabili in gioco. Quando questo accade, quando cioè gli output/risultati sono messi in relazione agli input/ingressi non risultano statisticamente significative (Watson, 2002). Emerge quindi che, osservando solamente la performance, questa risulta più bassa. Un'analisì completa della relazione investimenti/risultati evidenzia però una diversa modalità da parte delle imprenditrici nell'utilizzo degli investimenti.

Secondo la *Teoria Sociale Femminista* (Fischer, 1993), infatti, le donne utilizzano risorse in quantità mediamente inferiore rispetto agli uomini. Il "Diana project" (Brush *et al.*, 2001), sull'utilizzo dei capitali negli Stati Uniti, evidenzia che le donne sono impediti nello sviluppo delle loro imprese da alcuni *miti* associati al loro genere. Essi riguardano la loro presunta *inabilità* a creare impresa o ad interessarsi agli investimenti. La ricerca sottolinea il perpetuarsi di una serie di valori collegate all'aspetto genetico.

Da queste considerazioni relative al contesto entro cui le imprese femminili si inseriscono e si trovano a vivere, appare chiaro che le possibilità della creazione di impresa da parte di una donna sono fortemente influenzate da norme e valori maschili, da miti e tradizioni legati ad un certo modo di vedere il lavoro come totalizzante e a tempo pieno. Una visione maschile che influenza anche chi potrebbe mettere a disposizione i capitali necessari a far nascere e crescere un'azienda.

Altre ricerche, oltre a quelle già accennate, sottolineano quanto la donna imprenditrice sia discriminata nell'accesso al credito. L'accesso ai capitali e ai supporti finanziari è un vantaggio strategico per la creazione, lo sviluppo e il successo di un'impresa e l'esserne esclusi o subire limitazioni penalizza fortemente. Le principali barriere che le imprenditrici incontrano nelle possibilità di accedere a fondi possono essere schematizzate in tre ambiti specifici: strutturali, capitale umano e scelte strategiche (Creen *et al.*, 2000).

La barriera di costruzione strutturale è rappresentata dall'exasperata maggioranza di uomini nel mondo degli investitori e degli azionisti, una rete piuttosto risicata nella quale sono determinanti le conoscenze su come entrare, e successivamente negoziare, e nella quale le donne sono percepite come meno legitimate a muoversi, in quanto si tratta di un ambiente costituito e costituito da uomini. Questo *gender bias* fa sì che nascano scetticismi e problemi comunicativi tra le istituzioni finanziarie e le imprenditrici, considerate prima donne e poi persone, e quindi meno competenti in ambito finanziario (Orhan, 2001).

Il capitale umano e professionale che le donne presentano in situazioni di richiesta di fondi e supporti finanziari è spesso a loro svantaggio: esse provengono da ruoli lavorativi in cui non hanno avuto occasione di sviluppare e sofisticare competenze manageriali, o da carriere in cui è difficile documentare l'esperienza in posizioni apicali (Halford & Leonard, 2011).

Le scelte strategiche che le donne generalmente attuano all'avvio d'impresa sono spesso delle barriere agli investitori esterni, i quali prevedono un controllo a medio-lungo termine sull'impresa, mentre per le donne manterrà il controllo personale sull'azienda è più importante che per un uomo (Cliff, 1998). La proprietà di un'impresa, rappresenta, infatti, anche un rapporto di fiducia, una specifica linea di condotta scelta in relazione ai propri collaboratori e al sociale (Verheul *et al.*, 2002): prendere il controllo dell'azienda vuol dire per lei mettere in discussione tutto questo; mantenere nelle proprie mani, di converso, rende l'impresa meno attrattiva per gli investimenti.

L'insieme di questi atteggiamenti concorre a far diminuire l'interesse delle imprenditrici verso l'utilizzo di finanziamenti a capitali esterni, e, soprattutto quando operano con imprese di piccole dimensioni, a far ricevere, da parte del sistema bancario, attenzioni minori e/o la richiesta di maggiori tassi di interesse (Coleman, 2000).

Il tipo di analisi fin qui proposto, con i dovuti distinguo tra gli autori, rischia però di condurre ad un circolo vizioso nello studio dell'imprenditoria femminile, la tendenza cioè a ripercorrere l'idea che, in relazione alla creazione d'impresa, l'apporto della donna possa essere secondario o meno significativo di quello dell'uomo o, alla meglio, possa essere complementare (Ahl, 2006). È nostra intenzione invece riproporre quelle che sono le diffi-

colta documentata dalle ricerche e dalla letteratura, comprendere alla luce della situazione attuale e descrivere le donne imprenditrici nei loro specifici percorsi, motivazioni e risultati.

2.5. Essere donna imprenditrice tra vincoli e possibilità

Le ultime riflessioni inducono ad avvicinare ed entrare nelle imprese femminili con l'obiettivo di conoscere meglio le protagoniste di questa scelta professionale e di vita: le imprenditrici.

Le imprenditrici italiane, prima di creare la loro azienda, erano casalinghe per il 25,7% (dato inesistente per gli uomini), dipendenti nello stesso settore per il 22% e dipendenti in settori diversi per il 21%, mentre gli imprenditori maschi provengono soprattutto (45,4%) da esperienze di dipendenza nello stesso settore. La percentuale di chi prima era studente, circa il 15%, o disoccupato (4%) è simile tra i due sessi (Ministero Attività Produttive, 2005).

Emerge, quindi, che due terzi degli imprenditori provengono dal mondo del lavoro, contro meno della metà delle imprenditrici. Le donne maturano la loro scelta in ambienti diversi. Sembra inoltre che il precedente ruolo di casalinga sia un tratto distintivo dell'imprenditoria femminile, ma che sia emergendo una nuova categoria che sceglie il lavoro autonomo come prima occupazione. Molte di loro (quasi il 60%) è imprenditrice entro i 34 anni e un ulteriore 20% entro i 44.

Casalinga, studentessa e piuttosto giovane, quindi. Condizioni che contengono senza dubbio vantaggi di motivazione e desiderio allo sviluppo professionale, ma che non possono nascondere gli svantaggi della mancanza di esperienza e di *network*.

Sembra infatti che la mancanza di un'esperienza di lavoro rilevante faccia diminuire le informazioni sulle opportunità imprenditoriali, su possibili mercati e fornitori e, soprattutto, sulle reti di contatto informale considerate strategiche per la creazione di impresa (Cowling & Taylor, 2001).

I motivi principali che hanno spinto le donne italiane a creare impresa (Ministero Attività Produttive, 2005) sono soprattutto la *vocazione territoriale e/o la tradizione familiare* (per quasi il 48%) e la *necessità di lavorare* (36%), seguite dai *desiderio di autonomia* (28%) e dal *possesso di specifiche competenze* (18%). Non si discostano di molto i dati che descrivono le motivazioni degli imprenditori uomini.

A livello territoriale più ampio (ricerca Eurchambres, 2004) si evidenzia

come la motivazione primaria sia il *desiderio di controllo, di libertà, e la*

possibilità di decidere da sola (47%). Segue il 46% di donne che dichiara

di aver creato impresa per *aumentare il reddito* e il 42% che lo ha fatto per

realizzare se stessa. Il non voler lavorare per altri, la fiducia nel proprio

prodotto e servizio e lo status dell'essere imprenditrice sono ulteriori motivazioni indicate dalle rimanenti.

I fattori di motivazione esaminati riportano nel dibattito che la letteratura sul tema sintetizza in *pasted or pulled* (Hughes, 2003), all'interno cioè delle ipotesi che le donne possono venire "spinte" al lavoro autonomo e imprenditoriale dalla carenza di possibilità di un lavoro sicuro, a lungo termine e con condizioni accettabili nelle imprese private e pubbliche, oppure siano "attratte" dalla promessa di indipendenza e flessibilità e dalla possibilità di superare le barriere esistenti nel lavoro dipendente.

Il rischio che in qualche occasione viene corso nello studio delle motivazioni all'imprenditorialità è proprio il sottostimare l'importanza degli elementi *pushed* (Dennis, 1996). A volte una stessa affermazione può essere interpretata in modo diverso se l'approccio è l'individuazione dei fattori più personali che attraggono verso una scelta o quelli che spingono ad un cambiamento nella vita professionale. Infatti, sin dai primi studi realizzati (McClelland, 1965; Kahl, 1965; Cromie, 1987), viene rilevato che le motivazioni alla carriera imprenditoriale, per le donne, così come per gli uomini, sono soprattutto l'autonomia, il desiderio di realizzarsi e di svolgere un lavoro soddisfacente ma che, soprattutto per le donne, la carriera imprenditoriale sia un modo per uscire da un lavoro subordinato che non soddisfa, e per conciliare l'impegno professionale con quello familiare (Gioffee & Scasci, 1985).

Il rischio di avere maggior disponibilità di tempo per la cura della famiglia e dei figli appare come una delle importanti motivazioni al lavoro autonomo. Sfortunatamente, però, parziale, essere causa di limitazione nella durata dell'impresa familiare (Williams, 2004b).

Spesso la scelta che una donna fa nei confronti del lavoro autonomo è sorteggiata soprattutto dall'alternativa che questo propone alla vita lavorativa in un'organizzazione, molte volte frustrante e con scarse soddisfazioni. L'appello che il lavoro imprenditoriale acquista sembra essere quindi legato alla possibilità che offre di uscire da un lavoro che appare con scarse probabilità di successo (Heilman, 2003). Il lavoro imprenditoriale possiede in sé delle qualità che rendono la donna che lo svolge apparentemente più decisa, seria, determinata e più abile che fortunata agli occhi degli altri (Baron et al., 2001), è una professione che scatta attribuzioni maggiormente positive rispetto al ruolo di donna manager.

Tra le motivazioni *non pecuniarie* emerge che il desiderio di essere capo e proprietario di un'impresa è una forte spinta al lavoro autonomo e imprenditoriale, per entrambi i sessi (Burke et al., 2002). Contrastante è invece l'effetto che questa motivazione ha sulle successive performance dell'impresa (positiva per gli imprenditori, trascurabile per le imprenditrici).

Visti i richiami che le diverse discipline hanno nei confronti degli effetti che il genere a cui si appartiene, o a cui si viene associati, ha sulla vita professionale (tra queste la filosofia, la sociologia, la macroeconomia e la psicologia nei suoi diversi approcci), anche la ricerca sull'imprenditorialità spesso mette a confronto le donne con gli uomini imprenditori. Riteniamo importante la segnalazione relativa ad opzioni di ricerca recenti, le quali mettono in evidenza che le donne non sempre si ritrovano in questa classificazione e suddivisione tradizionale, rifiuggendo dall'essere identificate con un genere che si oppone alla *norma dell'imprenditorialità* (Lewis, 2006).

A volte le differenze tra motivazioni più che per genere sono presenti tra le stesse donne quando scelgono settori più o meno tradizionali di business. Infatti le imprenditrici nel commercio (oggettistica, artigianato, ecc.), servizi e cura sono spinte a creare impresa soprattutto dal desiderio di un maggiore livello di sicurezza, mentre coloro che scelgono settori meno abituati (vendita d'auto e ricambi, servizi finanziari, trasporti, ecc.) sono più probabilmente motivati dall'attesa di guadagni superiori (Ama et al., 2000).

Le imprenditrici in genere parlano positivamente della loro scelta e sono soddisfatte del loro lavoro. In particolare, quasi il 70 % delle imprenditrici italiane dichiarano di sentirsi gratificate soprattutto dall'*autonomia* mentre le restanti si suddividono *con la vita/famiglia* (23%), *con i contatti del lavoro stesso* (19%) e *rendito* (16%).

Le soddisfazioni non fanno dimenticare le difficoltà incontrate nella fase di avvio. Tra queste la principale è il *reperimento del capitale*, per più del 40% delle imprenditrici italiane, seguita dalla *acquisizione dei clienti* (25%), dalla *complessità degli adempimenti burocratici* (21%) e dalla *conciliazione del lavoro con la famiglia* (17%). A distinguere le donne dagli uomini, riguardo le difficoltà incontrate all'avvio dell'impresa, sono soprattutto la burocratizzazione e la conciliazione, poco indicate dal gruppo degli imprenditori maschi. C'è anche una buona parte, oltre il 20% in entrambi i sessi, che non segnala particolari difficoltà (Ministero Attività Produttive, 2005).

2.6. I supporti normativi all'imprenditorialità femminile

Abbiamo visto quanto le donne siano, per motivi di spinta o di attrazione, interessate al lavoro autonomo e imprenditoriale e abbiano rilevato quanto sia difficile, per loro, mettere in atto questa scelta a causa di varie forze opposte. Ci occupiamo ora di descrivere quali siano le politiche messe in atto dal contesto normativo comunitario e nazionale, a favore dello sviluppo dell'imprenditorialità femminile.

I supporti normativi specifici si sono dimostrati essere un fattore determinante nel sostenere lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile nei diversi

paesi europei che li hanno adottati. La presenza di normative di supporto alla creazione d'impresa al femminile è risultata collegata ad una positiva proporzione di presenza di donne imprenditrici, ad un aumento generale del *gender equality* e ad un ampliamento di diverse tipologie di azioni positive verso l'imprenditorialità femminile (Baugh et al., 2006).

Le istituzioni politiche e sociali possono concorrere allo sviluppo delle imprese, e delle imprese femminili in particolare, con l'obiettivo di diminuire le differenze di occupazione tra i due sessi e di aumentare la presenza delle donne nel mondo imprenditoriale.

Diverse azioni a livello comunitario hanno operato, sin dagli anni Ottanta, nella direzione della promozione delle pari opportunità nel lavoro in generale e nell'imprenditorialità in particolare. I cinque *Programmi di azione comunitario per la parità di opportunità* forniscano ed hanno fornito significativi contributi in politiche finalizzate alla creazione di impresa femminile. Sono così il programma ILO Donna (*Initiative Locality per l'Occupazione*) e l'iniziativa NOW (*New Opportunities for Women*) che nel decennio 1985-1995 hanno visto protagoniste le donne disoccupate in azioni di riqualificazione e reinserimento lavorativo e, soprattutto la seconda, di sostegno e di promozione nella creazione di imprese e cooperative da parte di donne in situazioni di precariato e di esclusione dal mondo del lavoro.

Le diverse iniziative sono state finanziate e affiancate anche attraverso altri fondi strutturali, quali il Fondo Sociale Europeo e l'iniziativa EQUAL che prevedono delle specifiche azioni correlate all'imprenditorialità femminile.

L'attuale Strategia Quadro comunitaria per la parità tra donne e uomini "Gender mainstream" ha l'obiettivo generale di definire un sistema di azioni affinché la problematica della parità di opportunità venga inserita in tutte le attività comunitarie. In questo modo sarà possibile raggiungere l'obiettivo della soppressione delle disuguaglianze e la parità tra donne e uomini (Commissione della Comunità Europee, 2000). All'interno dei capitoli che compongono il Quadro è ben visibile una voce relativa alla promozione dell'imprenditorialità femminile. L'attuale Strategia contiene il "Programma d'azione per il 2001-2006" che identifica le principali linee guida relative alle pari opportunità, le "Indicazioni sulle modalità di integrazione" delle strategie nella politica generale di Paesi aderenti e la "Tabella di marcia per la parità fra le donne e gli uomini 2006-2010". Quest'ultima, in particolare, si preoccupa di indicare le modalità utilizzabili per il raggiungimento dell'obiettivo generale attraverso la parità di trattamento economico nelle retribuzioni e nell'accesso al credito, la conciliazione della vita privata e professionale, la rappresentanza paritaria nei luoghi di decisione e gestione e l'eliminazione di stereotipi e violenze servendosi degli strumenti dell'innovazione normativa, della sensibilizzazione e della conoscenza attraverso statistiche aggiornate e confrontabili a livello europeo.

Le azioni previste saranno finanziate da un Istituto Europeo per le differenze di genere (Commissione delle Comunità Europee, 2005) che possiede al suo interno la possibilità di attuare dispositivi finanziari e legislativi che nella direzione di supportare l'imprenditoria femminile. E' ipotizzabile quindi che l'Istituto provvederà con dei fondi specifici da destinare a questa problematica più volte sottolineata nei documenti. Attualmente gli aspetti finanziari del progetto quadro sono gestiti tramite due iniziative:

1. l'iniziativa comunitaria permanente EQUAL, (contro le discriminazioni di diverso tipo), che contiene, nell'apprezzio tematico, un *pittoresco* dedicato allo spirito di impresa;
2. il programma PROGRESS che, dal 2007, per cinque anni, si occuperà di promuovere e gestire lo scambio di dati e conoscenze tra i diversi soggetti coinvolti a livello comunitario.

In Italia, le condizioni istituzionali favorevoli all'imprenditoria femminile sono state create con la Legge Nazionale 215 del 25 febbraio 1992: Azioni positive per l'imprenditoria femminile. Una legge, fra le prime in Europa, che si propone di *sostenere l'egualanza sostanziale tra uomini e donne nell'attività economica e imprenditoriale* attraverso le seguenti disposizioni (Gazzetta Ufficiale, 1992, art. 1):

- a. favorire la creazione e lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche in forma cooperativa;
- b. promuovere la formazione imprenditoriale e qualificare la professionalità delle donne imprenditrici;
- c. agevolare l'accesso al credito per le imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile;
- d. favorire la qualificazione imprenditoriale e la gestione delle imprese familiari da parte delle donne;
- e. promuovere la presenza delle imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile nei compatti più innovativi dei diversi settori produttivi.

Una legge, questa, che ha ricevuto molta attenzione da parte delle donne (soprattutto provenienti da precedenti esperienze di lavoro) in tutti e quattro i bandi emessi e che negli anni ha messo a disposizione oltre 463 milioni di Euro vedendo sempre di più aumentare la quantità delle domande presentate e la percentuale di quelle accettate e agevolate. Le imprese su cui si è investito hanno coinvolto oltre 47.000 occupati.

Il tipo di agevolazioni previste sono contributi in conto capitale fino al 50% delle spese affrontate dall'azienda per l'avvio (impianti e attrezzature) e contributi fino al 30% per l'acquisto di servizi. Per permettere questa incentivazione è stato creato il Fondo Nazionale per l'imprenditoria Femminile. Le Regioni, soprattutto dal quartetto, sono corresponsabilizzate sia

in termini finanziari che programmatici e possono individuare propri criteri di priorità. In questo modo la Legge 21/92 diventa anche strumento di attuazione di politiche di sviluppo del territorio.

Le imprese agevolate attraverso questa legge negli anni successivi si sono dimostrate attive negli investimenti, positive nell'aumento del fatturato, capaci di aumentare la forza lavoro e orientare verso la scelta di forme societarie di capitali (Ministero delle Attività Produttive, 2005) e riconoscono alla legge e alla rete di consulenti e professionisti messi a disposizione una buona parte dei successi ottenuti.

3. Il Nord Est italiano: la struttura socioeconomica

Nord Est è ormai un'espressione che identifica una zona geografica e un sistema geo-culturale caratterizzato da specifici aspetti economici, sociali e politici.

Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia sono le tre regioni che tradizionalmente vengono riconosciute come appartenenti alla definizione di Nord Est. Istat e Eurostat aggiungono l'Emilia Romagna, con stesso riconoscimento da parte dei ricercatori (Fondazione Nord Est, 2000).

Il Nord Est è caratterizzato da scarsissima disoccupazione, elevato numero di piccole e piccolissime imprese e da una forte vocazione alle esportazioni, fattori che negli ultimi decenni hanno permesso a questo territorio di concorrere fortemente allo sviluppo nazionale. È in questo territorio che, più fortemente di altri, si sono sviluppate reti di imprese e distretti con radicamento diffuso: dei 142 distretti produttivi (riconosciuti dalla legge del 1999) ben 46 sono nelle tre regioni del Nord Est. Il numero delle imprese attive operanti sono quasi 430 mila, il 12% di tutta la nazione. La popolazione, fra il 1991 e il 2004, è aumentata, con un tasso medio del 4,4 per mille rispetto ad un dato nazionale dell'1,9 (Fondazione Nord Est, 2005), documentando un interesse crescente a produrre e vivere nel territorio.

Un insieme di dati che, ponendone la serie di crisi sofferte negli ultimi anni, continua a mantenere un primato riconosciuto a livello internazionale. Dal 2001 la dinamica del Prodotto Interno Lordo e delle esportazioni hanno manifestato particolari negatività, ma con il 2006 si sono visti i segnali della ripresa (Fondazione Nord Est, 2006).

Gli elementi che oggi caratterizzano la struttura socioeconomica del Nord Est, del Veneto in particolare (unica delle tre regioni a non avere lo statuto speciale), sono ben descritti da un rapporto del Consiglio Regionale che illustra come il sistema produttivo stia lentamente mutando in termini di qualità: stanno infatti diminuendo le imprese nei settori primario e secondario mentre sono particolarmente in crescita i servizi alle persone e alle

Le imprese sembrano aver ripreso la loro vocazione internazionale superando la fase della semplice delocalizzazione per imboccare la strada della internazionalizzazione vera e propria, un mutamento che prevede il passaggio dal semplice trasferimento di unità produttive nei paesi a basso costo di manodopera ad una vera e propria relazione commerciale e industriale con il paese ospitante (Caroli & Lipanti, 2002).

Le numerose imprese del Nord Est danno lavoro alle nuove generazioni (fra l'altro più formate, dato l'alto investimento che le famiglie fanno per lo studio dei figli) ma è mutata l'intensità nell'aumento dell'occupazione e la tipologia. Gli ambiti in cui si vede crescere l'occupazione sono il terziario e le costruzioni (qui è forte l'effetto dell'elevata immigrazione straniera nel Veneto), interessante il dato relativo all'aumento dell'occupazione femminile.

Il Nord Est sta probabilmente pagando il prezzo dei grandi eventi che in tutto il mondo hanno toccato i sistemi economici e sociali e gli effetti che i nuovi mercati (Cina e India) hanno sulle economie stabilizzate; sta cercando di mettere insieme le nuove esigenze socioeconomiche, quali la collaborazione, l'apertura, la comunicazione, l'integrazione e la coesione che a fatica si sposano con la tradizione dei valori che ha creato e sostiene questo sistema: l'individuo, l'impresa, il lavoro, l'appartenenza, la parsimonia, la religione e la tradizione.

Diventare imprenditore nel Nord Est significa quasi rispettare e proseguire una storia locale che ha, dal Dopoguerra in poi, fatto nascere una identità culturale conosciuta e ammirata da tutti. La microimprenditorialità è diffusa e dimostra che vicinanza e concentrazione geografica di imprese possono avere forte influenza sul processo decisionale di una persona che progetta un futuro professionale da imprenditore (Miniti, 2005).

5. Imprenditoria giovanile e imprenditoria femminile: una ricerca

di Giuseppe Favretto, Serena Cubico, Elisa Bortolani e Riccardo Sartori

1. Introduzione

- In questo capitolo, continuando sulla stessa scia del precedente, intendiamo esaminare i problemi del lavoro dei giovani, del lavoro delle donne e dell'imprenditoria al femminile. Intendiamo inoltre:
 - confrontarci con la centralità di questo discorso;
 - ripercorrere criticamente il cammino che va dall'acquisizione di un titolo di studio all'introduzione nel mondo del lavoro da parte dei giovani in generale e delle donne in particolare; o meglio, dall'acquisizione di una laurea di tipo umanistico alla possibilità di inserirsi nel mondo del lavoro o di pensare di farlo - con un'attività di tipo autonomo-imprenditoriale;
 - mettere in luce i problemi che incontrano i giovani e le donne non solo nel loro processo di inserimento nel mondo del lavoro, ma anche nel loro riuscire o non riuscire a pensare alla possibilità di inserirsi nel mondo del lavoro per mezzo di un'attività autonoma-imprenditoriale; esprire infine delle prospettive.

L'incontro tra giovani e mondo del lavoro è un tema di quotidianità attualità. Esso viene infatti comunemente affrontato dai quotidiani, trasmissioni televisive, dibattiti, convegni, ecc. ed è sentito da molti neo-diplomati e neo-laureati che vivono nell'ansia causata dall'incertezza di non sapere se e quando potranno finalmente godere dei benefici derivanti dall'avere un lavoro (beni non soltanto economici ma anche psicologici, di identità sociale, di appartenenza a un gruppo, di sicurezza, stima di sé, ecc.). Molti istituzioni hanno messo a punto strumenti ed opportunità per far conoscere quello che il mercato del lavoro potrebbe offrire ai giovani in cerca di occupazione. Alcune iniziative (come ad esempio i corsi di orientamento su come trovare un lavoro) hanno posto l'accento sulle opportunità

Bibliografia

- Adler N. J. (2002), "Global managers: no longer men alone," *International Journal of Human Resource Management*, vol. 13, n. 5, 743-760.
- Agus E. (2003), "Influenza di caratteristiche personali e contestuali sulle competenze imprenditoriali", *Ricerca Uomo*, 9, 3-4, 327-343.
- Ahl H. (2006), "Why Research on Women Entrepreneurs Needs new Directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Ajzen I. (1987), "Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behaviour in personality and social psychology", *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Anastasi A. (1988), *Psychological testing*, New York, NY, Macmillan.
- Anastasi A. & Urbina S. (1997), *Psychological testing*, 7th ed., Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.
- Andrich D. (1982), "An extension of the Rasch model for rating providing both location and dispersion parameters", *Psychometrika*, XLVII, 1-105-113.
- Anna A.L., Chandler G.N., Jansen E. & Mero N.P. (2000), "Women Business Owners in Traditional and non-Traditional Industries", *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Argyle M. & Little B. (1972), "Do personality traits apply to social behaviour?", *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 2, 1-35.
- Audreisch D.B. & Thutik R. (2001), "What's New about New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies", *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.
- Audreisch D.B. (2002), "Entrepreneurship: A survey of the literature", Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General.
- Audreisch D.B., Thutik R., Verheul R. & Venekkers S. (2002), *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-U.S. Comparison*. Boston, Kluwer Academic Publishers.
- Avallone F. (1994), *Psicologia del lavoro*. Roma, Nuova Italia Scientifica.
- Baltes P.B. (1992), "The aging mind: potential and limits", *The Gerontologist*, 33 (5), 580-594.
- Bandura A. (1977), "Self-efficacy: towards a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, 84, 191-214.
- Barbaranelli C. (2003), *Analisi dei dati*, Milano, LED.

- Baron R. A., Markman G.D., & Hirsa A. (2001), "Perceptions of Women and Men as Entrepreneurs: Evidence for Differential Effects of Attributional Augmentation", *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 923-929.
- Bateman T.S. & Crant J.M. (1993), "The proactive component of organizational behaviour: A measure and correlates", *Journal of Organizational Behaviour*, 14, 103-118.
- Battistelli A. (a cura di) (2001), *I giovani e la scelta imprenditoriale*, Milano, Aiello Guicci e Associati.
- Battistelli A. (2003), "La personalità proattiva e il senso di iniziativa sono caratteristiche imprenditoriali?", *Risorsa Uomo*, 9, 3-4, 263-270.
- Battistelli A. & Favretto G. (2003), "Presentazione", *Risorsa Uomo*, 3-4, 247-251.
- Battistelli A. & Odorari C. (1995), *Imprenditorialità. Una ricerca psicosociale*. Milano, FrancoAngeli.
- Baugh C.C., Chua BL. & Neupert, K.E. (2006), "The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: a Multicountry Study", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 687-708.
- Begley T., & Boyd D. (1986), "Psychological characteristics associated with entrepreneurial performance in entrepreneurial firms and smaller business", on R. Ronstadt, J. Hornaday, R. Peterson, & K. Vesper (eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*, Westley, Babson College.
- Begley T., & Boyd D. (1987), "Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller business", *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Bennis W. (1966), *Challenging Organizations*, New York, McGraw-Hill.
- Bennis W., & Nanus B. (1993), *Leader, anatomia della leadership: le 4 chiavi della leadership effettiva*. Milano, FrancoAngeli.
- Bird B.J. (1988), "Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention", *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Bird B. & Brush C. (2002), "A Gender Perspective on Organizational Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41-66.
- Bird K., Pennington J., & Zapf D. (1997), "Ageing and errors in computer-based work: An observational field study", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 35-47.
- Blanchflower D.G. (2000), "Self-employment in OECD Countries", *Labour Economics*, 7, 471-505.
- Blanchflower D.G. & Oswald A. (1998), "What Makes an Entrepreneur?", *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26-60.
- Blanchflower D.G., Oswald A. & Stutzer A. (2001), "Latent Entrepreneurship across Nations", *European Economic Review*, 45(4-6), 680-691.
- Bohmstedt G.W. (1983), "Measurement", in P.J.H. Rossi, J.D. Wright, & A.B. Anderson (eds.), *Handbook of survey research*, 69-121, New York, Academic Press.
- Borelli G. (2001), *Quizzioni di storia economica europea tra età moderna contemporanea*, Padova, Cedam.

- Bouchikhi H. (1993), "A constructivist framework for understanding entrepreneurship", *Entrepreneurship: Organizational Studies*, 14, 549-570.
- Boyd N.G. & Vozikis G.S. (1994), "The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 63-77.
- Bragger J.E. (1996), "Measuring self-employment in the United States", *Monthly Labor Review* 119 (1), 3-9.
- Brock W.A. & Evans D.S. (1989), "Small business economics", *Small business economics*, 1(1), pp. 7-20.
- Brockhaus R.H. & Nord W.R. (1989), "An exploration of factor affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs. environmental conditions", *Proceedings of the Academy of Management*, 364-368.
- Brockhaus R.H. & Nord W.R. (1979), "An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs environmental conditions", *Proceedings of the National Academy of Management*.
- Brockhaus R.H. (1982), "The psychology of entrepreneur", in C. Kent, D.L. Sexton, & K. Vesper (eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Brockhaus R.H. & Horwitz P. (1986), "The psychology of entrepreneur", in D.L. Sexton & R.W. Smilor (eds.), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, Ballinger Publishing Co.
- Brunas-Wagstaff J. (1999), *La personalità*. Bologna, Il Mulino.
- Bruni A., Gerardi S. & Poggio B. (2004), "Doing Gender, Doing Entrepreneurship: an Ethnographic Account of Intertwined Practices", *Gender, Work and Organization*, 11(4), 406-429.
- Brush C. (1992), "Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Brush C., Carter N., Gatewood E., Green F., & Hart M. (2001), *The Diana Project, Women Business Owners and Equity Capital: The Myths Dispelled*, Insight Report, Kansas City, MO, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership (www.kauffman.org).
- Burke A.E., FitzRoy F.R. & Nolan M. (2002), "Self-employed Wealth and Job Creation: The Roles of Gender, Non-pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability", *Small Business Economics*, 19, 255-270.
- Burris S.C. (1995), "So, why aren't you retired at your age?", *Business and Economic Review*, 41, 16-19.
- Busenitz L.W. & Lau C.M. (1997), "A cross-cultural model of new venture creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, 25-38.
- Card S.P. (1993), "What do psychological test suggest about entrepreneurs?", *Journal of Managerial Psychology*, 8, 6, 11-20.
- Camera di Commercio di Verona (2003), *Quando gli immigrati diventano imprenditori*, Allegato al Bollettino di Statisitca, reperibile su www.vr.camcom.it
- Caroli M. & Lipatini A. (2002), *Piccole imprese oltre confine*, Roma, Ceteci.

- Carter S. & Rosa P. (1998), "The financing of male- and female- owned businesses", *Entrepreneurship & Regional Development*, 10, 225-241.
- Cattell R.B. (1946), *Description and measurement of personality*, New York, World Book Company.
- CEEDR - Centre for Enterprise and Economic Development Research (2000), *Young, Women, Ethnic Minority and Co-Entrepreneurs*, Middlesex University, Final Report.
- CEI-E (2001) - Centre for Ethics Law & Economics, "Progetto Q-RES: Verso uno standard di Qualità della Responsabilità Etica-Sociale d'Impresa", L'ituc Paper n. 95, Seno Etica, Diritto ed Economia 5, supplemento a ottobre.
- Censis (2004), *38° Rapporto Annuale sulla situazione sociale del paese*, Milano, FrancoAngeli.
- Censis (2005), *39° Rapporto Annuale sulla situazione sociale del paese*, Milano, FrancoAngeli.
- Censis (2006), *6 modi di essere donna oggi*, Ed. Fondazione Censis, www.censis.it
- Chell E. & Haworth J. (1987), *Entrepreneurship and the entrepreneurial personality*, Unpublished Report from the University of Salford.
- Chell E. (1985), "The entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest", *International Small Business Journal*, 3, 33-54.
- Chell E. (2000), "Towards researching the 'opportunistic entrepreneur': a social constructionist approach and research agenda", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9, 1, 63-80.
- Chiles A.M., Martinielli A. & Pellegratti M. (2001), *Il bilancio sociale. Stakeholder e responsabilità sociale di impresa*, Il Sole 24 Ore Libri, Milano.
- Clark T. A. & Janes F. J. (1991), "Women-owned businesses: dimensions and policy issues" in *Economic Development Quarterly*, 5 (4), 1-12.
- Clift J. E. (1998), "Does One Size Fit All? Exploring the Relationship between Attitudes Towards Growth, Gender and Business Size", *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.
- CNA - Confederazione Nazionale Artigianato (2004), L'imprenditoria degli impianti, reperibile su <http://www.cna.it/progetti/rifugiati/impresa/index.htm>.
- CINEL - Consiglio Nazionale dell'economia e del lavoro (2005), *Piccole Imprese: concorrenza e competitività nel mercato globale*, Prononunce 76 - Assemblea 28 aprile 2005.
- Coleman S. (2000), "Access to capital and terms of credit: A comparison of Men and Women-owned small businesses", *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52.
- Commissione delle Comunità Europee (2000), *Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni verso una Strategia Quadro Comunitaria per la parità tra donne e uomini (2001-2005)*, COM(2000) 335 definitivo.
- Commissione delle Comunità Europee (2003a), *Relazione annuale sulle pari opportunità per le donne e gli uomini nell'Unione Europea 2002*, COM(2003) 98 definitivo.
- Cubico S. (2003), "Orientamento all'imprenditorialità: una innovazione metodologica", *DIPAV Quaderni - Quaderni stradali di psicologia e antropologia culturale*, 8, 149-162.
- Cuervo A. (2005), "Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 293-311.
- Cuna (a cura di) (1996), *Nuova imprenditorialità nel Veneto. Ricerca sulla nascita di nuove imprese e sulla partecipazione dei giovani. Proposte per una politica per l'imprenditorialità giovanile*, Treviso, Unioncamere Veneto.
- Davison P. & Honig B (2002), "The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- De Stefano R. (1955), *Legge etica e legge giuridica*, Milano, Giuffrè.
- Dennis W.J. Jr (1996), "Self Employment: when nothing else is available?", *Journal of Labor Research*, 17(4), 645-661.
- Di Blas L. (2002), *Che cosa è la personalità*, Roma, Carocci.
- Douglas E.J. & Shepherd D.A. (2002), "Self Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intention and Utility Maximization", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.

- Commissione delle Comunità Europee (2005), *Proposta di regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio che costituisce un Istituto Europeo per l'uguaglianza di genere*, COM(2005) 81 definitivo.
- Commissione Europea (1996), Raccomandazione della Commissione: "Definizione delle piccole e medie imprese", GL 107 del 30.4.1996.
- Commissione Europea (2002), *La Carta europea per le piccole imprese*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità Europee.
- Commissione Europea (2003a), *Libro Verde. Imprenditorialità in Europa*, COM(2003)27 definitivo del 21.01.2003.
- Commissione Europea (2003b), *Libro Verde. Imprenditorialità in Europa*, COM(2003)27 definitivo.
- Commissione Europea (2003b), Raccomandazione della Commissione: "Definizione delle imprese, piccole e medie imprese", GL 124 del 20.05.2003.
- Commissione Europea. Direzione Generale delle Imprese (2003), *Aiutare la successione nelle imprese. Una guida alle buone pratiche a sostegno dei trasferimenti delle imprese a nuovi titolari*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità Europee.
- Confcommercio (2006), *IV Forum Nazionale dei Giovani Imprenditori di Commercio dal titolo: «+ Giovani + Imprese = + Sviluppo»*, Varese 23 ottobre.
- Cooper A.C., Folta T.B. & Woo C. (1995), "Entrepreneurial Information Search", *Journal of Business Venturing*, 10(2), 107-120.
- Cronie S. & Barley S. (1990), "Networking by Female Business Owners in Northern Ireland", *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- Crowling M. & Taylor M. (2001), "Entrepreneurial Women an Men: Two Different Species?", *Small Business Economics*, 16, 167-175.
- Cuba R., Desenzano D. & Anish A. (1983), "Management practices of Successful Female Business Owners", *American Journal of Small Business*, vol. 8 (2), 40-46.
- Cubico S. (2003), "Orientamento all'imprenditorialità: una innovazione metodologica", *DIPAV Quaderni - Quaderni stradali di psicologia e antropologia culturale*, 8, 149-162.
- Cuervo A. (2005), "Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 293-311.
- Cuna (a cura di) (1996), *Nuova imprenditorialità nel Veneto. Ricerca sulla nascita di nuove imprese e sulla partecipazione dei giovani. Proposte per una politica per l'imprenditorialità giovanile*, Treviso, Unioncamere Veneto.
- Davison P. & Honig B (2002), "The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- De Stefano R. (1955), *Legge etica e legge giuridica*, Milano, Giuffrè.
- Dennis W.J. Jr (1996), "Self Employment: when nothing else is available?", *Journal of Labor Research*, 17(4), 645-661.
- Di Blas L. (2002), *Che cosa è la personalità*, Roma, Carocci.
- Douglas E.J. & Shepherd D.A. (2002), "Self Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intention and Utility Maximization", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.

- Du Rietz A. & Henrikson M. (2000), "Testing the Female Underperformance Hypothesis", *Small Business Economics*, 14, 1-10.
- EMENSR (1996), *The European Observatory of SMEs: fourth annual report*, Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- Emerek R., Figueiredo H., González P., Gonçalves L. & Rubery J. (2003), *Indicators on Gender Segregation*, DP 2003/02, Centro de Estudos de Economia Industrial, do Trabalho e da Empresa, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, *Employment in Europe report* (2004), Unit EMP/1 A.1, Belgium.
- Eitzioni A. (1967) *Sociologia delle organizzazioni*, Bologna, il Mulino.
- Eurochambers - Association of European Chambers of Commercial and Industry (2004), "Women in Business and in Decision-Making. A Survey on Women Entrepreneurs" (www.eurochambers.be).
- European Commission (2004). Directorate-General for Employment and Social Affairs.
- European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (2001), *Third European survey on working conditions 2000*, Luxembourg.
- Euростат (2006). "Unemployment in the EU25", ES new release, 150/2006, 16 November.
- Evans M.G. (1974), "Extensions of a path-goal theory of leadership", *Journal of Applied Psychology* 59, 172-178.
- Fagenson E.A. & Marcus E.C. (1991), "Perceptions of the Sex-Role Stereotypic Characteristics of Entrepreneurs: Women's Evaluations", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 33-47.
- Favretto G. (1998), "Orientamento e formazione per i giovani: l'imprenditoria giovanile nel futuro prossimo venturo", *Larizza Informazioni*, 2-8.
- Favretto G. (2000), "Orientamento dei giovani al lavoro", in L. Secco (a cura di), *Il rinnovamento scientifico del terzo millennio*, Morelli Editore, Verona, pp. 111-128.
- Favretto G. (2004). *Organizzazione del lavoro per lo sviluppo delle risorse umane*, Università di Verona.
- Favretto G. (relazione al Convegno 2001), "I navigatori del caos: giovani e mercato del lavoro tra turbolenze e sfide", Università di Verona, non pubblicato.
- Favretto G. & Cubico S. (2001), "L'esperienza del CIG di Verona. Valutazione e sviluppo del potenziale imprenditoriale", *Magezzano*, 7, 23-32.
- Favretto G. & Rapaporti C.M. (1997), *Dirigenza scolastica*, Roma, Armando.
- Favretto G. & Sartori R. (2006), "Aging vs aging: gestione delle risorse umane e reinventare", in Favretto (a cura di), "Organizzazione ed imprese: il valore strategico delle risorse umane", *DiP&V Quaderni semestrali di psicologia e antropologia culturale*, 17, 80-87.
- Favretto G., Pasini M. & Sartori R. (2003), "Attitudine imprenditoriale e misura psicométrica: il TAI (Test di Attitudine Imprenditoriale)", *Risorsa Uomo*, 9, 271-282.
- Favretto G., Sartori R. & Meneghini A.M. (2002), "Iscriversi al corso di laurea in scienze dell'educazione: la misura delle attitudini", *Quaderni Dipar.*, 4, 51-65.
- Featherman D.L., Smith J., Peterson J.G. (1990), "Successful aging in a 'post-retired' society", in P.B. Baltes, M.M. Baltes (eds.), *Successful aging: Perspectives from the behavioral sciences* (pp. 50-93), New York: Cambridge University Press.
- Federici S. (1987), Relazione, in *Atti del Convegno di Aggiornamento*, Roma, E-NAM.
- Fiedler F.E. (1967), *A Theory of Leader Effectiveness*, New York: McGraw-Hill.
- Finucane M.L., Slovic P., Hibbard J.H., Peters E., Mertz C.K. & MacGregor D.G. (2002), "Aging and Decision-Making Competence: An Analysis of Comprehension and Consistency Skills in Older versus Younger Adults Considering Health-plan Options", *Journal of Behavioral Decision Making*, 15, 141-164.
- Fischer E. M., Reuber R. A. & Dyke L. S. (1993), "A Theoretical Overview and Extension of Research on Sex, Gender, and Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151-168.
- Flash Eurobarometer 134 (2002 novembre). Entrepreneurship report.
- Flash Eurobarometer 160 (2004 aprile). Entrepreneurship report.
- Fondazione Nord Est (2000), *Nord Est 2000. Rapporto sulla società e l'economia*, www.fondazionenordest.net
- Fondazione Nord Est - Veneto Lavoro (2005), *I fattori dello sviluppo economico del Veneto*, www.fondazionenordest.net
- Fondazione Nord Est (2005), *Nord Est 2005. Rapporto sulla società e l'economia*, www.fondazionenordest.net
- Fondazione Nord Est (2006), *Nord Est 2006. Rapporto sulla società e l'economia*, www.fondazionenordest.net
- Fraccaroli F. & Vitali F. (2001), "Verso la scelta imprenditoriale? Il ruolo dei significati attribuiti al lavoro", in A. Battistelli (a cura di), *I giovani e la scelta imprenditoriale*, Milano, Guerini e Associati.
- Fraccaroli F. & Sarchielli G. (2002), *È tempo di lavoro? Per una Psicologia dei tempi lavorativi*, Bologna, CLEUB.
- Friese M. (1995), "Entrepreneurship in East Europe: A general model and empirical findings", in C.L. Cooper & D.M. Rousseau (eds.), *Trends in Organizational Behaviour*, Chichester UK, John Wiley & Sons.
- Gartner W.B. (1985), "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation", *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gazzetta Ufficiale (1992, 7 marzo), Legge 25 febbraio 1992, n. 215: Azioni positive per l'imprenditoria femminile, n. 46, p. 3-7.
- Gazzetta Ufficiale (1993, 19 luglio), Legge 236 del 19 luglio 1993: Interventi urgenti a sostegno dell'occupazione, n. 167.
- Gazzetta Ufficiale (1995, 28 aprile), Legge 95 del 29 marzo 1995: Dispositivi urgenti per la ripresa delle attività imprenditoriali, n. 98.
- Gazzetta Ufficiale (2000, 6 luglio), Decreto Legislativo 21 aprile 2000 n. 185: Incentivi all'autonimprenditorialità e all'autonimpiego, n. 156.
- Gazzetta Ufficiale Comunità Europea (2003), Parere del Comitato economico e sociale europeo sul tema «il ruolo delle micro e piccole imprese nella vita economica e nel tessuto produttivo europeo», GU C 220 del 16.09.2003.

- GEM-Global Entrepreneurship Monitor (1999). Executive Report, reperibile su www.gemconsortium.org
- GEM-Global Entrepreneurship Monitor (2005). Rapporto Nazionale Italia, reperibile su www.gemconsortium.org
- Giampaglia G. (1990), *Lo scaling unidimensionale nella ricerca sociale*, Napoli, Liguori.
- Gibson J. J. (1979), *The ecological approach to visual perception*, Boston, Houghton & Mifflin.
- Glen M.M. & Wayne F.C. (1989), "Cumulative evidence of the Relationship Between Employee Age and Job Performance", *Journal of Applied Psychology*, 74, 11-17.
- Goffee R. & Jones R. (1985), *Women in Charge*, London, Allen & Unwin.
- Green P., Brush C., Hart M. & Sapianto P. (2000), "Exploration of the Venture Capital Industry Is Gender an Issue?", *Frontiers of entrepreneurship research series*, Wellesley, MA: Babson College (<http://www.babson.edu/entrepreneur/>)
- Grilo I. & Thurik R. (2002), "Determinants of entrepreneurship in Europe", in Audretsch D.B., Thurik R., Verheul I. & Wennekers S., *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*, Dordrecht, Kluwer Academic Publisher.
- Halford S. & Leonard P. (2001), *Gender, power and organizations*, Houndsills, UK, Palgrave.
- Hampson S.E. (1988), *The construction of personality: An introduction*, London, Routledge.
- Heilman M.E. & Chen J.J. (2003), "Entrepreneurship as a Solution: the Allure of Self-Employment for Women and Minorities", *Human Resources Management Review*, 13, 347-364.
- Herbert R.F. & Link A.N. (1989), "In search of the Meaning of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 1(1), 39-49.
- Hersey P. & Blanchard K. (1982), *Management of organizational behaviour*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Hirsch R. & Brush C. (1984), "The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems", *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.
- Hornaday J. & Aboud J. (1971), "Characteristics of successful entrepreneurs", *Personnel Psychology*, 24, 141-153.
- House R.J. & Mitchell T.R. (1971), "Path-goal theory of leader effectiveness", *Administrative Science Quarterly*, 9.
- Huges K.D. (2003), "Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and small Business Ownership", *Gender, Work and Organization*, 1(4), 433-454.
- Ihmakunnas P., Kamanninen V. & Tammi U. (1989), "Entrepreneurship, Economic Risks, and Risk-Insurance in the Welfare State", *Discussion Papers* n° 453, Department of Economics, University of Helsinki.
- Isfol (1994), *Competenze trasversali e comportamento organizzativo. Le abilità di base per il lavoro che cambia*, Milano, Franco Angeli.
- Isfol (2004). *La qualità del lavoro in Italia*, Roma, Istat Editore.
- Junquera B. (2004), "Factores contextuales, empresariales e intrínsecos a la empresaria y éxito en las empresas propiedad de mujeres: una revisión de la literatura", in Veciana J.M. & Roig Dobón S., *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+i*, Valencia, Universitat de València.
- Kath J.A. (1965), "Some Measures of Achievement Orientation", *American Journal of Sociology*, 70, 669-681.
- Kalleberg A.L. & Leicht K.T. (1991), "Gender and Organizational Performance: Determinants of small Business Survival and success", *Academy of Management Journal*, 34, 136-161.
- Kelley T.L. (1927), *Interpretation of educational measurement*, New York, Macmillan.
- Kline P. (1996), *Manuale di Psicometria*, Roma, Astrolabio.
- Kolvereid L. & Isaksen E. (2005), "New Business Start-up and Subsequent Entry into Self-Employment", *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Kourloff M. (2000), "Exploring Perceptions of *A Priori* Barriers to Entrepreneurship: A Multidisciplinary Approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(2), 59-79.
- Krueger N.F. (2000), "The cognitive infrastructure of opportunity emergence", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 5-23.
- Krueger N.F. & Brazeal D.V. (1994), "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 91-104.
- Levesque M. & Münch M. (2006), "The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior", *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Levi-Leboyer (1974), *Psychologie des organisations*, Paris, PUF.
- Lewis P. (2006), "The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship", *Gender Work and Organization*, 13(5), 454-469.
- Lund T. & Borg V. (1999), "Work environment and self-rated health as predictors of remaining in work 5 years later among Danish employees 35-59 years of age", *Experimental Aging Research*, Vol. 25(4), 429-434.
- Lyness K.S. & Thompson D.E. (2000), "Climbing the Corporate Ladder: Do Female and Male Executives Follow the same Route?", *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 86-101.
- Maeran R. (2003), *Gestione delle risorse umane*, Milano, LED.
- Maggi B. (1990), *Razionalità e benessere*, Milano, ETAS.
- Mansfield R.S., McClelland D.C., Spencer L.M. & Santiago J. (1987), *The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries. Final Report, Project n. 936-5314-C-00-3165-00*, Washington, DC, United States Agency for International Development, Boston, McBar.
- Mariano L. (2005), *Responsabilità etica ed impegno sociale nei valori d'impresa*, Liguori, Roma.
- Marlow S. & Patton D. (2005), "All credit to men? Entrepreneurship, Finance and Gender", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717-735.

- McClelland D. (1965), "N-achievement and Entrepreneurship: A longitudinal Study", *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389-392.
- McClelland D. (1976), *The achieving society*. New York: Irvington.
- McClelland D. (1987), "Characteristics of successful entrepreneurs", *Journal of Creative Behavior*, 21, 219-233.
- McClelland D. & Winter D.G. (1971), "Thematic analysis: An empirically derived measure of the effects of liberal arts education", *Journal of Educational Psychology*, 79, 8-16.
- Ministero Attività Produttive (2005), *Impresa in-genere. Primo Rapporto Nazionale sulle imprese femminili*, (<http://www.itinindustria.it/pdf/upload/documenti/phpWeappn.pdf>).
- Minniti M. (2005), "Entrepreneurship and network externalities", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 57(1), 1-27.
- Minniti M. & Arenius P. (2003), *Women in Entrepreneurship*. Paper presented at the Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters, April 29, 2003.
- Minniti M., Arenius P. & Langowitz N. (2005), *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Report on women and entrepreneurship*, Babson Park, MA, The Center for Women's Leadership at Babson College (www.genconsortium.org).
- Mischel W. (1996), *Lo studio della personalità*. Bologna, Il Mulino.
- Murran F.J. et al. (1997), "Factors that influence attitudes toward retirement", *Research on Aging*, Vol. 19 (3), 251-273.
- Novaga M. (1977), "La prestazione inutile", *Psicologia Contemporanea*, 20.
- Novara F. & Sarchielli G. (1996), *Fondamenti di psicologia del lavoro*. Bologna, Il Mulitutto.
- Novara F., Rozzi R.A. & Sarchielli G. (1983), *Psicologia del lavoro*. Bologna, Il Mulino.
- Olaordi C. (2003), "Le opinioni sul lavoro imprenditoriale: una ricerca su studenti e genitori", *Ricerca Uomo*, 9, 3-4, 283-293.
- OECD-Organization for Economics Co-Operation and Development (1998), *Fostering Entrepreneurship*, Paris, OECD Publishing.
- OECD-Organization for Economics Co-Operation and Development (2004), *Women's entrepreneurship: issues and policies*, Paris, OECD Publishing.
- OECD-Organization for Economics Co-Operation and Development (2005), *OECD in Figures: Statistics on the Member Countries*, Paris, OECD Publishing.
- Olivencio A. (2005), *Istruzioni per restare intelligenti*, Milano, RCS.
- Orhan M. (2001), "Women Business Owners in France: The Issue of Financing Discrimination", *Journal of Small Business Management*, 39(1), 97-102.
- Painer M. (1971), "The application of psychological testing to entrepreneurship potential", *California Management Review*, 13, 32-38.
- Parsons T. (1962), *La struttura dell'azione sociale*. Bologna, Il Mulino.
- Pedraffi L. & Santinello M. (1997), *I test psicologici*, Bologna, Il Mulino.
- Peters M., Cressy R.C. & Storey D.J. (1999), "The economic impact of ageing on entrepreneurship and SMEs", WarwickZoetermeer, Warwick Business School/EM.
- Quaglino G.P. (1996), *Psicodinamica della vita organizzativa*, Milano, Cortina.
- Radvansky G.A., Gerard L.D., Zacks R.T. & Hasher L. (1990), "Younger and Adult's Use of Mental Models as Representation for Text Materials", *Psychology and Aging*, 5, 209-214.
- Rapaport A., Bancroft E. & Okum L. (2003), "The Aging Workforce Raises New Talent Management Issues for Employers", *Journal of Organizational Excellence*, 23, 55-66.
- Rauch A. & Frese M. (2000), "Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings", in C.I. Cooper & I.T. Robertson (eds.), *International review of industrial and organizational psychology*, 15, 101-141, New York, Wiley & Sons.
- Reed K., Doty D.H. & May D.R. (2005), "The impact of Aging on Self-Efficacy and Computer Skill Acquisition", *Journal of Managerial Issues*, 17, 212-228.
- Retecamere-Unioncamere, (2006), *Impresa in-genere. Rapporto semestrale sull'imprenditoria femminile* (<http://www.retecamere.it>).
- Reynolds P.D., Bygrave W.D., Autio E., Cox L.W. & Hay M. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor - 2002 Executive Report*, Kauasus City, MC, Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Reynolds P.D., Hay M. & Camp S.M. (1999), *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*, London Business School and the Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership.
- Rito F. (1995), *Etiologia, effetti e codici etici aziendali*. Milano, Edilbank.
- Ronstadt R. (1983), "The decision not to become an entrepreneur", in J.A. Hornaday, F.A. Tarpley, J.A. Timmons & K.H. Vesper (eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, Babson College.
- Ronstadt R. (1984), "Ex-entrepreneur and the decision not to start an entrepreneurial career", in J.A. Hornaday, F.A. Tarpley, J.A. Timmons & K.H. Vesper (eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, Babson College.
- Roth C.L. (2005), "How to protect the aging work force", *Occupational Hazard*, 67, 52-54.
- Sacconi L. (1997), *Economia etica e organizzazione*, Bari, Laterza.
- Sahlman W.A. & Stevenson H.H. (1991), "Introduction", in W.A. Sahlman & H.H. Stevenson (eds.), *The Entrepreneurial Venture*, Boston, McGraw Hill.
- Saitta E. (1986), "Orientamenti degli adulti", in C. Castelli & L. Venuti (a cura di), *Psicologia dell'orientamento scolastico e professionale*, Milano, FrancoAngeli.
- Sarchielli G. et al. (1991), *Senza lavoro. Vicoli, strategie e risorse per la costruzione sociale dell'occupabilità*, Bologna, Il Mulino.
- Sarchielli G. (2003), *Psicologia del lavoro*, Bologna, Il Mulino.
- Sartori R. (2004), "Validità, attendibilità, sensibilità e sensatezza dei metodi e delle misure in psicologia", *Quaderni Dipav*, 9, 147-165.
- Sartori R. (2005a), "Le caratteristiche psicologiche esistono? Per una filosofia della psicomèria", *Giornale Italiano di Psicologia*, 2, 425-435.
- Sartori R. (2005b), "Il difficile rapporto tra indicatore e costituto: il caso di questionari e test", *Quaderni Dipav*, 14, 159-172.
- Schein E. (1965), *Organizational Psychology*, Englewood Cliffs, Prentice Hall.

- Scherer R.F., Adams J.S., Carley S.S. & Wiebe F.A. (1989), "Role model performance effects on development of entrepreneurial career performance", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 53-71.
- Schmitt-Rödermund E. (2001), "Psychological predictors of entrepreneurial success", <http://www2.uni-jena.de/syw/depsy/projekte/download/unters3.pdf>.
- Schultz T.P. (1990), "Women's changing participation in the labour forces: a work perspective", *Economic Development and Cultural Change* 38(3), 475-498.
- Scott M.G. & Twomey D.F. (1988), "The long-term supply of entrepreneurs: student's cancer aspirations in relation to entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, October, 5-13.
- Sen A. K. (1999), *Etica e mercato globale*, Rete.
- Smith P.L., Hoy F. (1992), "Job satisfaction and commitment of older work in small businesses", *Journal of Small Business Management*, 30, 106-118.
- Spaietro E. (1982), *Soggettività. Introduzione alla psicologia del lavoro*, Bologna, Patron.
- Spencer L.M. & Spencer S.M. (1995), *Competenza nel lavoro*, Milano, Franco Angeli.
- Spencer L.M. (1986), *Calculating human resource costs and benefits*, New York, Wiley.
- Steele G.R. (2004), "Understanding Economic Man. Psychology, Rationality, and Values", *The American Journal of Economics and Sociology*, 63(5), 1021-1055.
- Stella G.A. (1996b), "Schell". *Dal boom alla rivolta. il mitico Nordeay*, Milano, Baldini & Castoldi.
- Storey D.J. (1999), "Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed economies", in D.L. Sexton & H. Landstrom (eds.), *Handbook of Entrepreneurship*, Oxford, Blackwell, 176-194.
- Toffoletto D. (1999), "Invecchiamento e lavoro", *Psychomedia*. <http://www.psychomedia.it>.
- Torgerson W.S. (1958), *Theory and methods of scaling*, New York, Wiley.
- Traxler A.J. (1980), *Let's get gerontologized: Developing a sensitivity to aging: The multipurpose senior center concept: a training manual for practitioners working with the aging*, Springfield, IL, Illinois Department of Aging.
- Uniconciliare-Infocamere (2006). *Rapporto Monimpresa 2005*, reperibile su www.infocamere.it.
- Van Praag, C.M. (2003), "Business Survival and Success of Young Small Business Owners", *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.
- Vegetti M. (1996), *L'etica degli amici*, Roma, Laterza.
- Verheul I. & Thunck R. (2001), "Start-up capital: Does gender matter?", *Small Business Management*, vol. 16(2), 109-125.
- Verheul I., Risseuw P. & Barusse (2002), "Gender Difference in Strategy and Human Resources Management", *International Small Business Journal*, 20(4), 443-476.
- Vicario G.B. (2001), *Psicologia generale. I fondamenti*, Roma, Laterza.
- Vroom V.H. & Yetton P.W. (1973), *Leadership and decision making*. Pittsburgh, University Press.

Watson J. (2002), "Comparing the Performance of Male- and Female-Controlled Businesses: Relating Outputs to Inputs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100.

Weber M. (1965), *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Firenze, Sansoni.

Weber M. (2000), *L'etica della responsabilità*, Roma, NIS.

Wenger E. (1998), *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity*, Cambridge, University Press.

Williams D.R. (2004a), "Youth Self-Employment: its Nature and 'Consequence'", *Small Business Economics*, 23(4), 323-336.

Williams D.R. (2004b), "Effects of Childcare Activity on the Duration of Self-Employment in Europe", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(5), 467-486.

Wright B.D., Masters G.N. (1982), *Rating scale analysis*, Chicago, University Press.

Zuccheromaglio C. (1996), *Vygotskij in azienda*, Roma, NIS.