



## COMUNICATO STAMPA

### **Piccole imprese milanesi al femminile: meno donne manager in città rispetto alla provincia, ma più giovani e tecnologiche. Azzerato il digital divide di genere.**

A Milano la presentazione dei dati della ricerca della Camera di Commercio di Milano con Assintel e Unione del Commercio, che ha indagato il divario digitale tra i decision maker delle micro e piccole imprese del Terziario milanese, focalizzandosi sulle differenze di atteggiamento verso la tecnologia del management rispetto al genere.

**Milano, 22 gennaio 2008:** Sono il 42,2% le micro e piccole aziende del Terziario milanese in cui i decision maker sono donne, ma solo il 32,3% nell'area urbana. L'approccio alla tecnologia non è invece legato ad una differenza di genere: se esiste un divario digitale, esso è indipendente dal fatto che le imprese siano dirette da donne piuttosto che da figure maschili. Questi sono alcuni dei dati emersi dalla ricerca "Donne e tecnologia: binomio per lo sviluppo", realizzata attraverso Freedata e presentata dalla Camera di Commercio di Milano insieme ad Assintel e con la collaborazione dell'Unione del commercio.

La ricerca si inserisce in un progetto, finanziato dalla Camera di commercio di Milano, volto ad indagare il digital divide nel tessuto economico milanese, focalizzandosi sul segmento della micro e piccola impresa del terziario, spesso trascurato dalle statistiche ufficiali. Al suo interno è stato dedicato uno spazio specifico per comprendere il legame fra donne e tecnologia, per capire in che modo è valorizzato e quali siano i possibili interventi da mettere in campo.

*"In un mercato del lavoro come quello milanese, in cui sempre più importante è il ruolo delle donne - ha dichiarato **Gianna Martinengo**, presidente del Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile della Camera di commercio di Milano, - la Camera di Commercio è impegnata per favorire la imprenditorialità femminile nel quadro dello sviluppo di azioni per le pari opportunità, a partire dall'economia. Una pari opportunità che l'utilizzo diffuso delle nuove tecnologie, soprattutto da parte delle imprenditrici più giovani, può aiutare a sviluppare e rafforzare".*

*"L'utilizzo della tecnologia oggi può e deve diventare lo strumento abilitante per lo sviluppo del ruolo peculiare della donna, alla ricerca di un equilibrio fra le esigenze della vita professionale e quelle della vita privata", sottolinea **Tiziana Orsini**, coordinatrice del Gruppo di Lavoro Imprenditoria femminile ICT di Assintel.*

La **ricerca** prende in considerazione le micro e piccole aziende dei settori Servizi, Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Pubblici esercizi di Milano città e provincia, ed ha come focus lo studio delle differenze di atteggiamento verso la tecnologia derivanti dal sesso di appartenenza.

Il primo dato che emerge, a livello di presenza aziendale, è che **le imprese "al femminile" sono il 42,2%**. In particolare, esse occupano soprattutto il ruolo di Direttrice e Titolare, mentre gli uomini rivestono in modo preponderante il ruolo di Titolari.

**La città sembra costituire un ostacolo per l'occupazione femminile nei ruoli decisionali:** sono solo il 32,3% in città le aziende in cui i decision maker sono donne, mentre

la percentuale sale al 54,2% nell'Alto Milanese, al 66,2% in Brianza e al 70,7% nella Direttrice Est.

Per quanto riguarda il **titolo di studio**, non sono state riscontrate differenze significative nella formazione professionale e culturale dei decision maker dovute al sesso di appartenenza, ma piuttosto all'area territoriale a cui le imprese appartengono: se a livello generale hanno una laurea il 27,1% uomini e il 19,7% donne, in Milano città si segnala una maggior presenza di laureati rispetto alla provincia (31,43% uomini e 25,8% donne).

Dalla ricerca emergono anche dati interessanti relativi alla distribuzione per **fasce d'età: le donne risultano distribuite maggiormente in quelle più giovani**. Mentre il 67,9% di esse risulta avere un'età inferiore ai 45 anni, con una media di 40,5 anni, questa percentuale per gli uomini scende al 44,7%, con un'età media di 47 anni.

Questo è segnale sia di un'affermazione più recente della donna nei ruoli decisionali rispetto alla consolidata leadership maschile, sia di una loro uscita prematura dal mondo del lavoro.

A livello di **divario digitale** nelle aziende, la ricerca mostra un dato assolutamente rilevante: **esso è sostanzialmente slegato dall'appartenenza di genere dei decision maker**.

Esiste invece una relazione con il titolo di studio: esso infatti influisce sul comportamento tecnologico in azienda con maggior rilevanza per le donne che per gli uomini.

Poco significative sono anche le differenze di genere circa le **difficoltà percepite nell'utilizzo della tecnologia e la loro utilità nel permettere di svolgere attività slegate dal luogo/orario di lavoro**: circa il 55% delle decision maker è già soddisfatto, mentre il 12% di esse non ha nessuna intenzione di approcciare la tecnologia.

Questi dati sono interessanti in quanto fanno pensare al fatto che le donne intervistate non percepiscano i vantaggi che l'ICT possa portare loro concretamente come strumenti abilitanti di crescita per rendere possibili nuovi scenari e scelte di vita oggi complesse.

Di contro, le donne sembrano capitalizzare maggiormente il fattore **formazione**: esse sono più propense a ricevere formazione in fatto di tecnologia, ritenendo che essa possa essere utile per migliorare le proprie performance professionali sfruttandola in ambito lavorativo, ma anche per trarne vantaggio nella propria vita privata e familiare.

Nel **tempo libero**, il comportamento rispetto all'uso del PC è sostanzialmente simile: il **61,3% delle donne decision maker utilizza il computer, contro il 69,2% degli uomini**.

**Internet** è utilizzato dal 95,5% delle donne e dal 94,2% degli uomini, con alcune differenze: gli uomini sono più orientati all'acquisto on-line (48% contro il 38,3% delle donne), al download (44,4% contro il 34,9% delle donne), al VoIP (26% contro il 15,7% delle donne) e al divertimento (49,8% contro il 44,7%). Il mondo femminile invece è più orientato alle attività di comunicazione e networking, come messaggistica e chat (44,3%, contro il 37,9% degli uomini).

\*\*\*

Per informazioni:

Assintel  
www.assintel.it  
Tel. 02.7750.231-235  
Andreas Schwalm  
andreas.schwalm@assintel.it  
Imageware  
Tel 02.700251  
Alessandra Pigoni  
apigoni@imageware.it

Camera di Commercio di Milano  
www.mi.camcom.it  
Tel. 02.85155224  
ufficio.stampa@mi.camcom.it

Unione del Commercio di Milano  
www.unionemilano.it  
Tel. 027750222  
relazioni.esterne@unione.milano.it