

L'émergence de nouvelles « constellations de mobilités » dans les micro-entreprises féminines du secteur créatif et culturel italien (province de Padoue)

The different forms of mobility implemented by women-owned businesses in the creative and cultural sector in the North-East of Italy (Province of Padua)

Marina Bertoncin

professeur de Géographie
département de sciences historiques,
géographiques et de l'Antiquité
université de Padoue (Italie)

Andrea Pase

professeur de Géographie
département de sciences historiques,
géographiques et de l'Antiquité
université de Padoue (Italie)

Daria Quatrida

Maître de conférences de Géographie
département de sciences historiques,
géographiques et de l'Antiquité
université de Padoue (Italie)

mobilité mises en œuvre par les entreprises féminines du secteur créatif et culturel italien (Province de Padoue), dans la conjoncture actuelle de crise économique et financière et de faillite du « modèle Nord-Est ». Face au blocage d'un territoire frappé par un nombre croissant de firmes en difficulté et d'ouvriers au chômage, les entrepreneures étudiées font preuve d'un grand dynamisme pour s'investir dans le processus économique et promouvoir un développement territorial durable, comme une nouvelle culture du travail. Elles témoignent d'une mobilité intrinsèque et multimodale à la fois sociale et culturelle, par l'ouverture à de nouvelles formes d'organisation, de production, de produits et de services. Il est ainsi possible d'identifier une « constellation de mobilités » originale, distincte des mobilités liées à l'économie de district du Nord-Est et aux processus de délocalisation qui l'ont caractérisée.

Mots-clés : constellation de mobilités, mobilité sociale et culturelle, micro-entreprises féminines, secteur créatif et culturel, modèle Nord-Est, Province de Padoue, Italie

Nombreuses sont les disciplines qui, comme le montrent par exemple O. SÖDERSTRÖM et L. CROT (2010), amènent à considérer la mobilité comme un élément constitutif et essentiel de notre société actuelle. Cette mobilité contraste avec l'univers relativement stable qui s'est momentanément imposé dans le territoire national et qui est caractérisé par une « métaphysique de la sédentarité » (CRESSWELL, 2006).

L'interprétation de ces nouvelles formes de mobilité fait souvent appel au *nomadisme* comme archétype d'une « société en mouvement ». Nous en avons pour exemple les études sur les nomades de l'aire saharienne et sahélienne de D. RETAILLE (1998 et 2007). L'auteur parvient à y opposer la « géographie » occidentale, comme conséquence d'une culture sédentaire dans laquelle le même « contrat social » se transforme en espace topographique (RETAILLE, 2007, p. 172), à une géographie au centre de laquelle se trouve le mouvement. La première caractéristique de cet espace nomade est sa structure qui rappelle une *constellation*, où la distance n'est pas un obstacle mais un lien entre les points de l'espace. Le nombre de lieux est indéfini et dépend du nombre de combinaisons possibles (les constellations) entre les points de l'espace (RETAILLE, 2007). Chaque constellation est activée par des parcours de manière toujours provisoire. Seul compte ici le mouvement qui crée les lieux. Le recours au *nomadisme* comme une métaphore utile à la compréhension des mécanismes actuels de la mobilité se retrouve aussi chez d'autres auteurs comme

Abstract – This paper aims to define the different forms of mobility implemented by women-owned businesses in the creative and cultural sector in the North-East of Italy (Province of Padua). The context of this study is within the current juncture of economic and financial crisis and the failure of the « North-East model ». Facing the economic stall of the territory, affected by a growing number of firms in difficulty and unemployed workers, the enterprises studied shown a great dynamism to launch their businesses and to promote a sustainable territorial development as well as a new work culture. These firms shown also an intrinsic and multimodal mobility, both social and cultural, through openness to new forms of organization, production, products and services. It is therefore possible to identify an original « mobility constellation », completely different from the mobility of the North-East district and the delocalization processes that have characterized it.

Keywords: constellation of mobility, social and cultural mobility, Women's Micro-enterprises, creative and cultural sector, North-East model, Province of Padua, Italy

Z. BAUMAN (2002) qui oppose « l'imaginaire nomade » de la modernité liquide à « l'imaginaire sédentaire » typique de la modernité solide; ou bien T. CRESSWELL (2006) qui suggère de passer d'une métaphysique sédentaire à une « nomadique », c'est-à-dire de la fixité aux flux.

T. CRESSWELL applique lui aussi l'idée de constellation, si importante pour décrire l'espace nomade, à la mobilité¹. Il définit les constellations de mobilité comme « *historically and geographically specific formations of movements, narratives about mobility and mobile practices* » (2010, p. 17). Les mouvements physiques, les représentations et les pratiques se modifient dans le temps pour atteindre des configurations particulières. Les déclinaisons de la mobilité que nous prenons en considération dans cet article sont donc effectivement les mouvements physiques des personnes et des choses (mobilité physique), mais ce sont aussi les transferts de modèles organisationnels, d'idées, d'innovations (mobilité culturelle) et les changements de rôles et de professions (mobilité sociale). Ces constellations rendent compte non seulement de ce qui est mobile, mais aussi de ce qui reste immobile: elles identifient les assemblages spécifiques qui relient les ancrages (*moorings*,

¹ T. Cresswell fait référence à W. Benjamin (1999), philosophe et critique littéraire qui a eu recours à la métaphore de la constellation car elle permet de conserver la singularité des phénomènes tout en parvenant à exprimer l'idée de l'ensemble.



territoires) et les flux (SÖDERSTRÖM *et al.*, 2013 ; BRIGHENTI, 2014), points fixes et connexions. Ces assemblages ne sont évidemment pas stricts, mais ils changent dans le temps et sont donc mobiles eux aussi.

L'objectif de cet article est de voir comment les entreprises féminines du secteur créatif et culturel font émerger une nouvelle *constellation de mobilité* et quelle est sa spécificité par rapport aux configurations de mobilité liées à l'économie du district du Nord-Est de l'Italie analysée ici. Nous décrirons tout d'abord brièvement le modèle économique caractéristique des petites et moyennes entreprises organisées en districts dans cette région italienne. Nous évoquerons en particulier la stratégie économique de délocalisation industrielle qui s'est imposée dans les années 1990. Nous verrons quelles en sont les formes de mobilité actives et mentionnerons les impacts de la crise sur ce modèle économique régional. Nous présenterons en outre le secteur qui fait l'objet de la présente recherche : les entreprises féminines² du secteur créatif et culturel de la province de Padoue³. Dans une seconde partie, nous mettrons en lumière les déclinaisons spécifiques de la mobilité qui ressortent de cette recherche qualitative⁴ (la présence ou l'absence des formes de mobilité physique, sociale et culturelle). La conclusion discutera les différentes *constellations de mobilité* identifiées, liées d'une part au processus de délocalisation et, de l'autre, à l'émergence du nouveau réseau d'entreprises féminines.

I - Mobilité des activités économiques dans le Nord-Est de l'Italie : entre désindustrialisation et recomposition territoriale

Pendant trente ans, le Nord-Est de l'Italie a été connu dans le monde entier pour la mobilité de ses activités productives. Sa vitalité et son succès économiques reposaient sur sa capacité à exporter des biens manufacturiers de qualité, à des prix compétitifs, tout en étant flexible. De territoire d'émigrants et de paysans « le Nord-Est devient un carrefour. À l'improviste, il devient une locomotive économique, un système de petites entreprises qui court impétueux » (DIAMANTI, 2006, p. 169). Les protagonistes indiscutés de ce modèle mythique du Nord-Est sont le secteur manufacturier et un peuple de « petits entrepreneurs toujours en voyage, valise en main » (DIAMANTI, 2006,

p. 169). À partir des années 1990, l'ouverture des marchés émergents et la forte compétition de l'Europe de l'Est et du *Far East* (Chine, Inde) engendrent une profonde réorganisation du système de production local, appelé à développer ses réseaux à l'échelle globale (BERTONCIN *et al.*, 2011). Dans ces processus de délocalisation et d'internationalisation, la Vénétie, au cœur du « modèle » Nord-Est⁵, joue un rôle important en se positionnant au milieu des régions fortement internationalisées (en 2006, ses exportations représentent 33,4 % de son PIB).

La délocalisation s'est principalement tournée vers les pays de l'est de l'Europe, en particulier la Roumanie, mais aussi vers des pays de la rive sud de la Méditerranée, notamment la Tunisie, pour y chercher des avantages en termes de main-d'œuvre. Dans cette configuration de mobilité, on peut observer une très grande mobilité physique (d'entrepreneurs, de techniciens, d'entreprises entières) qui contraste avec une faible mobilité sociale et culturelle. Les entreprises se déplacent mais le modèle organisationnel reste celui de la petite et moyenne entreprise vénétienne : de petites dimensions, avec un contrôle familial et des disparités de genre dans le profil des figures professionnelles. L'ouverture culturelle est elle aussi minime : on observe la même culture du travail, les mêmes types de relation avec l'extérieur, la même orientation productive et de marché. Dans les territoires de la délocalisation, les entrepreneurs et techniciens italiens perpétuent des rapports entre sexes conformes à la tradition de la Vénétie (BERTONCIN *et al.*, 2011).

Depuis les années 1990 et 2000, on assiste à une forte hémorragie des firmes manufacturières s'expliquant, d'une part, par la délocalisation qui n'a pourtant pas donné les résultats espérés en termes de compétitivité et de croissance et, d'autre part, par la crise. Cette hémorragie laisse ainsi derrière elle un territoire en stagnation, frappé par un nombre croissant d'entreprises en faillite et d'ouvriers au chômage. Le moteur du Nord-Est montre ainsi ses limites : taille des firmes trop réduite, investissements dans la recherche et l'innovation trop faibles, manque d'attention aux ressources humaines. De plus, les répercussions négatives sur le territoire local s'accroissent. Le secteur manufacturier est justement celui qui paie le plus lourd tribut à la crise : son chiffre d'affaires décline (7 % en 2013) (MARINI, 2013). La Vénétie, en particulier, subit un véritable coup d'arrêt, avec une contraction progressive de sa production, un recours croissant aux amortisseurs sociaux et une augmentation de ses chômeurs. En 2012, son taux de chômage est de 6,6 %, une valeur qui n'avait pas été enregistrée depuis 1996 (FONDAZIONE IMPRESA, 2013).

2 Par entreprise féminine, nous entendons une société individuelle dont le propriétaire est une femme, ainsi qu'une société ou une coopérative dans laquelle au moins 50,1 % des membres sont des femmes ou dont les capitaux sont détenus en majorité (50,1 %) par des femmes.

3 La province de Padoue, composée de 104 municipalités, a une population de plus de 927 000 habitants (au 31 décembre 2012) et c'est la plus densément peuplée de la région. La ville de Padoue compte presque 208 000 habitants.

4 La recherche a été menée par l'association Padovainnovazione et réalisée par Alessandra Chiarcos et Susanna Biadene, respectivement présidente et vice-présidente de l'association, et Daria Quatrada (Biadene *et al.*, 2015).

5 Le mot Nord-Est a été inventé pour désigner une forme de capitalisme hors standard et hors mesure caractérisée par la petite entreprise, l'organisation locale de la production (districts, systèmes locaux), une culture du travail acharné mais non conflictuelle. Avant même de désigner une zone géographique (comprenant les régions de la Vénétie, du Frioul-Vénétie Julienne et du Trentin-Haut-Adige), le Nord-Est désigne « une façon de produire et de vivre » (Rullani, 2009, p. 21).



L'un des rares signaux positifs, du niveau régional au niveau national, vient des entreprises du secteur de l'industrie culturelle et créative (ICC, dénomination UE), qui revêtent actuellement un grand intérêt pour définir de nouvelles stratégies de développement territorial, et des entreprises au féminin. En Italie, le secteur ICC a un taux de croissance de 3,3 %, alors que le reste de l'économie est bloqué. Il produit 5,4 % de la richesse du pays et emploie presque 1,5 millions de personnes (5,7 % du total) (SYMBOLA, UNIONCAMERE, 2013) en dessinant les géographies du nouveau *made in Italy* et la voie italienne pour sortir de la crise (SANTAGATA, 2011). Parallèlement, les entreprises féminines, qui sont un phénomène récent dans le panorama italien (86 % d'entre elles ont été créées après 1990), montrent une évolution positive de 2,1 % contre un retrait de 0,4 % pour les entreprises masculines (PADRONE, 2011). En 2011, les entreprises dirigées par des femmes sont au nombre de 1 435 716, soit 23,4 % du total⁶. (UNIONCAMERE, 2011) Il s'agit presque toujours de micro-entreprises (avec moins d'un employé dans 69 % des cas) mais « qui donnent une très forte contribution à une société dans laquelle elles sont souvent sous-exploitées. Elles combattent la bureaucratie à armes inégales, et pourtant elles y arrivent: elles grandissent, créent de nouveaux postes de travail, produisent des biens, des services, des idées » (PADRONE, 2011, p. 10). On voit aussi que l'intérêt des femmes pour les secteurs traditionnels (l'agriculture et le commerce) diminue et se reporte sur les activités de services qui répondent aux nouveaux besoins des consommateurs.

2 - Micro-entreprises féminines, culture et créativité dans la province de Padoue: une nouvelle « constellation de mobilités »

Un cas emblématique de ces tendances est celui des ICC féminines de la province de Padoue (région de Vénétie⁷), qui font preuve d'un grand dynamisme et d'une mobilité intrinsèque et multimodale, afin de s'insérer dans le processus économique. Il s'agit d'entreprises assez récentes. La plupart d'entre elles (59 %) sont nées dans les années 2000, un tiers d'entre elles ont été créées en pleine crise et plus d'un tiers sont présentes sur

les marchés étrangers⁸ (BIADENE *et al.*, 2015). Dans 78,6 % des cas, il s'agit de créations *ex nihilo*, tandis que 12,5 % des entreprises proviennent de la transformation d'une activité précédente. Les entreprises transmises par héritage sont rares. Ces données indiquent que l'intérêt des femmes pour ce secteur n'est pas dû au hasard mais, pour 84,7 % d'entre elles, au résultat d'un parcours de recherche personnelle. Sur la base des données de la Chambre de commerce Padouane (2012), le nombre d'ICC s'élève à 2 642 et celles appartenant aux femmes sont au nombre de 397. Quatre grands types d'industries culturelles et créatives⁹ ont été considérés:

- les industries culturelles: film-vidéo-radio-télévision, jeux-vidéo-*software*, musique, livres-presse;
- les industries créatives: architecture, publicité et communication des marques, *design*-production-style;
- les arts de la scène et les arts visuels: représentations artistiques, de divertissement, colloques, foires;
- la gestion du patrimoine historico-artistique: musées-bibliothèques, archives.

Parmi les 61 entreprises interrogées (15 % de celles recensées) plus de la moitié (51 %) appartient à la classe des industries créatives; 26 % sont impliquées dans les activités des arts de la scène, du divertissement et de l'organisation d'événements; 19 % produisent des contenus culturels et 4 % s'occupent de la gestion du patrimoine historique et artistique¹⁰. La recherche avait pour but de tracer une première représentation du secteur à Padoue et dans sa province, afin de comprendre quelles sont les conditions qui favorisent ou défavorisent leur développement. Malgré la diversité et la spécificité des parcours personnels et professionnels des femmes chef d'entreprise, des traits communs sont apparus. Ils mettent en lumière l'existence

⁶ Si la plupart des femmes restent encore dans la Fonction publique (55 %), elles explorent cependant d'autres espaces, d'autres possibilités (Censis, 2013).

⁷ Sur la scène nationale, la région de Vénétie se positionne parmi les cinq premières régions d'Italie, avec une incidence de 6,3 % de l'économie créative et culturelle. Elle est aussi en première position concernant le taux d'emploi du système de production de l'économie culturelle (Symbola et Unioncamere, 2012). Le taux d'occupation féminine est de 41,2 %. À la fin 2012, les entreprises féminines sont 109 750 sur 501 950, soit 22 % du total; la province de Padoue est celle qui en compte le plus. La croissance des entreprises féminines y représente une force significative (+5,2 % entre 2011 et 2012) (Ufficio Studi Confartigianato Imprese Veneto, 2013).

⁸ À partir d'un échantillon de 100 entreprises, 61 interviews approfondies ont été effectuées sur la base d'un questionnaire semi-structuré, composé de 42 questions fermées et ouvertes, articulées autour de 4 thèmes: les caractéristiques des entreprises et leurs perspectives; l'histoire personnelle des femmes chef d'entreprise; leurs relations avec le territoire et entre les entreprises; le fait d'être femme et entrepreneuse. Les entretiens ont été réalisés entre les mois de juillet et de décembre 2012. Les critères de sélections de l'échantillon (représentativité des différents sous-secteurs, des différentes tailles et du statut juridique des firmes) ont dû prendre en compte l'effective disponibilité des entrepreneuses à participer à la recherche. C'est la raison pour laquelle nous avons eu recours au bouche à oreille. Pour certains sous-secteurs, nous avons sélectionné aussi quelques organisations féminines à but non-lucratif (dont le conseil d'administration était composé d'au moins 50 % de femmes). Les entreprises enregistrées ne sont pas les seuls acteurs du système productif culturel; il existe en effet une présence notable d'institutions publiques et sans but lucratif qui ont trait à certaines activités en lien avec le patrimoine historico-artistico-architectural. En ce qui concerne leur localisation, elles sont presque toutes installées dans la municipalité de Padoue et dans les municipalités voisines.

⁹ Il existe une pluralité de dénominations qui dérivent des diverses fonctions des activités que l'on peut rapporter au secteur ICC. À partir de la classification proposée par l'étude de Symbola et Unioncamere (2012), la définition qui a été adoptée comprend également quelques-unes des activités artisanales qu'il n'était pas possible de répertorier ailleurs.

¹⁰ Cette répartition reflète la tendance nationale qui voit une concentration des ICC dans les secteurs où la créativité est l'élément prédominant (Valentino, 2012).



d'une *constellation de mobilités nouvelles* qui se caractérise par une nouvelle interprétation du monde de l'entreprise, du travail et de l'organisation de la vie au sein du modèle Nord-Est. En effet, ces entreprises féminines restent très marginales dans les processus conventionnels de mobilité, car la délocalisation et l'internationalisation ont plutôt des protagonistes masculins que féminins. Pour ces dernières, la mobilité physique est plus difficile car elles se chargent autant de la maison que de leurs enfants, de leur mari et, de plus en plus souvent, des parents âgés. Les femmes entrepreneures représentent ainsi un défi à la mobilité considérée conventionnellement comme un déplacement physique des firmes d'un territoire à un autre, en se faisant porteuses d'une *constellation de mobilités* multimodales (sociale: professionnelle et de rôle; culturelle: par de nouvelles formes d'organisation, de manières de produire, de typologies de produits et de services). Elles incarnent un nouvel entrepreneuriat, tout en restant chez elles et en s'internationalisant dans leur propre territoire. C'est donc à partir de la prise de position originale de ces entrepreneures dans le secteur ICC que nous explorons les différentes facettes de la mobilité de ces femmes dirigeantes d'entreprises.

2.1 - Changer de trajectoire et se lancer dans la création d'entreprise: l'affirmation d'une mobilité professionnelle au féminin

Mes parents m'ont poussée à m'inscrire en droit parce que, pour eux, faire l'illustratrice n'était pas un travail. Il m'a fallu un temps infini pour finir mes études de droit... Puis j'ai trouvé mon chemin et, une fois terminé l'université, j'ai participé à tous les cours d'illustration possibles » [entretien avec R.Z., illustratrice, octobre 2012].

Je suis *designer* graphique et j'ai longtemps travaillé dans une agence publicitaire, mais j'étais fatiguée, je n'avais plus d'idées et j'ai pris une année sabbatique. Pour ceux qui sont habitués à travailler, c'est vraiment ennuyeux de rester à la maison. J'ai alors commencé à utiliser la machine à coudre connectée à l'ordinateur pour faire de la conception de broderie et personnaliser les vêtements. J'ai métamorphosé mon métier! [entretien avec G.D., *designer* graphique, octobre 2012].

La recherche a révélé en premier lieu la singularité des parcours professionnels de ces femmes; ils sont souvent hétérogènes par rapport à leur formation et marqués par des discontinuités dues aux changements d'emplois, d'études ou aux événements de la vie, comme le mariage ou la naissance des enfants. Il s'agit de femmes qui se sont formées en suivant parfois des parcours différents de ceux souhaités par leurs familles, ou dictés par le genre et la classe sociale d'appartenance. Même lorsqu'elles sont obligées de se conformer au rôle et aux attentes sociales et familiales qui pèsent sur elles (21 % des femmes interrogées perçoivent leur famille d'origine comme un obstacle), ces femmes parviennent à se réaliser au travers de la création d'une entreprise ou du lancement d'une activité professionnelle. Elles ont en commun d'avoir investi dans l'entreprise une passion qui leur est propre, un talent créatif, des compétences personnelles. Un tiers des femmes déclare s'être formé sur le terrain et se montre capable de capitaliser dans leur nouvelle profession les compétences

acquises antérieurement. Elles font ainsi preuve d'une mobilité sociale et professionnelle où le désir d'infléchir leur parcours les conduit à mettre toute leur expérience au service de l'entreprise, avec une motivation extraordinaire et une forte disponibilité à se former pour accroître leurs compétences.

Leur professionnalisme est donc en constante évolution à travers la formation continue et l'échange avec d'autres professionnels, afin d'être toujours en mesure d'offrir un produit de qualité et de satisfaire aux exigences des clients. Cette mobilité professionnelle est plus cruciale que jamais, dans un marché du travail où les compétences requises sont nombreuses et variées: il est fondamental d'être capable d'évoluer d'un métier vers un autre, d'apprendre de nouveaux métiers dans la même entreprise, d'effectuer des tâches différentes dans la même journée (LAZZARINI, 2003). Il s'agit de compétences difficiles à acquérir par une accumulation linéaire car elles requièrent une élaboration transversale qui correspond à une « disponibilité intérieure pour laquelle, non seulement on accepte le changement, mais on le désire aussi avec une certaine dose de goût pour l'aventure et le risque » (LAZZARINI, 2003, p. 159). La mobilité professionnelle, l'ouverture au changement, l'acquisition d'un bagage très différencié de ressources organisationnelles et humaines, la formation continue... font partie des stratégies essentielles pour trouver des options nouvelles, pour expérimenter, pour contrer la crise.

2.2 - Mobilité de rôle: la nécessité d'un arbitrage constant entre famille et entreprise

Je travaillais loin de la maison et je n'étais jamais présente. Je ne voulais pas laisser mes enfants à des *baby-sitters*, je voulais les élever moi-même. Maintenant je travaille jusqu'à 16 heures et puis je me consacre à eux. Puis, quand ils vont au lit, je retourne travailler. [entretien avec G.D., *designer* graphique, octobre 2012].

Nous avons étudié l'architecture ensemble et quand l'une d'entre nous est tombée enceinte nous avons pensé travailler ensemble pour parvenir à une harmonisation de notre profession avec notre qualité de vie; avoir la possibilité d'être autonome et de gérer aussi nos temps en famille, sans rester au cabinet jusqu'à minuit [...] Maintenant que les enfants ont grandi, les horaires de travail sont plus intenses. [entretien avec L.C. et E.R., architectes écologiques, octobre 2012].

Les femmes interrogées ont une moyenne d'âge d'environ 48 ans, 80 % sont mariées et, parmi ces dernières, 71 % ont des enfants. L'âge moyen des entrepreneures italiennes est plutôt élevé (54 ans), ce qui signifie que la création d'entreprise a souvent lieu lorsque les enfants sont déjà grands et que les femmes redécouvrent leurs projets (affronter de nouveaux défis, jouer un rôle dans la société, s'épanouir comme personnes à part entière et pas seulement en tant que mère); des projets qu'elles avaient peut-être été contraintes d'abandonner quand elles étaient jeunes (DAVID, 2006). Dans d'autres cas, derrière le choix de se lancer dans la création d'une affaire, apparaît leur motivation pour maîtriser leur temps, leur vie, leur indépendance. Les femmes interrogées laissent parfois



leur contrat à durée indéterminée pour trouver un travail à leur dimension qui leur permette de concilier la gestion de l'entreprise avec la famille. Cela ne signifie pas travailler moins, mais avoir la possibilité de gérer son propre emploi du temps et de le répartir entre travail, famille et vie personnelle. La nécessité d'un arbitrage constant entre la famille et l'entreprise comporte donc une mobilité de rôle (pour être en même temps épouse, mère, fille, femme et chef d'entreprise).

La complexité de l'organisation du temps en raison de la surcharge des fonctions et des rôles ne se passe toutefois pas sans problèmes ou sans renoncements personnels : « Pour la profession, j'ai renoncé à beaucoup de choses, j'ai divorcé » [entretien avec G.N., architecte, juillet 2012]; « Je suis séparée et la cause en est le travail : prendre mes espaces m'a coûté cher » [entretien avec L.M., *éco-designer*, septembre 2012]. Ces problèmes ne touchent pas seulement les entrepreneures padouanes (comme le déclarent 30 % des femmes interrogées) ou italiennes ; en Europe aussi, 45 % des femmes admettent que concilier la vie professionnelle et familiale pose des difficultés quotidiennes. Les capacités entrepreneuriales des femmes sont encore limitées par la persistance des inégalités en termes de partage des tâches domestiques (DE BEAUFORT, 2011, p. 46).

En Italie, le système des services sociaux est historiquement marqué par l'absence ou l'insuffisance de politiques de soutien à la famille et aux femmes ayant une activité professionnelle. En Vénétie, par exemple, trois entrepreneures sur quatre ont recours à une sorte de « *welfare fai da te* (allocations sociales bricolées) », en se tournant vers leurs parents pour la garde des enfants (UFFICIO STUDI CONFARTIGIANATO IMPRESE VENETO, 2013, p. 161). Il est intéressant de noter à ce propos les changements concernant le modèle familial dans le Nord-Est. D'un côté, on observe une évolution vers un modèle familial moins attaché à la tradition catholique et paysanne (les couples non mariés, les mariages civils, les cas de divorce et les enfants nés hors mariage sont en forte augmentation). De l'autre, la proximité résidentielle avec les parents se maintient en continuité avec le passé : plus de 50 % des adultes du Nord-Est habitent dans la même ville que leur mère et plus de 30 % à moins d'un kilomètre. De plus, à Padoue, le choix de confier ses enfants aux grands-parents n'est pas seulement considéré comme une solution au manque de services publics, ni comme la possibilité de disposer d'une aide gratuite, c'est aussi un choix délibéré (CASTIGLIONI et DALLA ZUANNA, 2012).

Enfin, il ne faut pas oublier que la possibilité pour les femmes italiennes d'entrer dans le monde du travail est étroitement liée à une autre mobilité féminine à grande échelle : l'afflux des femmes immigrées employées dans les travaux domestiques et dans le soin à domicile apporté aux enfants et aux personnes âgées. En Italie, le nombre de travailleurs étrangers employés dans les familles dépasse la moyenne de l'Union européenne (de 2 fois et demie). Il est 10 fois plus élevé que celui des pays nordiques (FONDAZIONE LEONE MORESSA, 2012), ce qui renforce l'image d'un pays dans lequel le travail domestique incombe aux femmes. Les

acteurs changent donc, mais le modèle de sécurité sociale demeure largement généré au niveau domestique, sans se traduire obligatoirement par un partage plus équilibré des responsabilités familiales entre hommes et femmes. Les entrepreneures manifestent donc un très fort ancrage familial (et donc territorial) où les liens familiaux se tissent dans une proximité géographique qui stimule d'autres formes de mobilité.

2.3 - L'esprit résolument ouvert sur le monde : une mobilité physique temporaire en direction de quelques grands pôles internationaux

Nous avons participé à une première foire à Milan (Cloudnine), et là, nous avons eu des commandes internationales et nous sommes parties avec la société. Nous sommes maintenant présentes dans les boutiques de *design*, les Musées de *design*, par exemple au MOMA (Museum of Modern Art) de New York et au Centre Pompidou de Paris, ainsi que dans les magasins de mode du monde entier. 80 % de nos ventes se font à l'étranger : États-Unis, Russie, Norvège, Japon, Chine, Australie, Nouvelle-Zélande, Bali, Costa Rica... Nous commençons à penser à embaucher et à nous donner un salaire fixe. [entretien avec R.G. et L.S., *designers* de bijoux, octobre 2012].

En 2008, je suis allée à Milan pour essayer d'entrer à la foire White – la vitrine internationale de la mode contemporaine – et ils ont approuvé mon projet. De là, j'ai commencé à vendre dans les magasins internationaux : Japon, Canada, Allemagne et Royaume-Uni. [entretien avec F.Z., *designer* de sacs, chaussures et accessoires pour la maison en caoutchouc recyclé, octobre 2012].

Bien que les déplacements physiques des entrepreneures se limitent à la participation aux foires internationales (plus de la moitié des femmes interrogées), cette mobilité d'échelle entre le local et le global témoigne d'une capacité à faire partie des nœuds et des réseaux globaux de l'économie créative et culturelle ; telle est l'une des caractéristiques des ICC italiennes¹¹. Milan, Paris, New York et Berlin sont des centres de foires internationales où il est possible d'entrer en contact avec une clientèle du monde entier. Elles représentent aussi la référence culturelle de toute une génération de stylistes, *designers* et artistes. Les femmes sont bien conscientes que « le marché global doit devenir leur marché, parce que c'est dans ce dernier qu'il peut y avoir une opportunité pour elles » (PADRONE, 2011, p. 94) : c'est la base sur laquelle les entreprises peuvent se renforcer et accroître leur taille. La propension à s'ouvrir aux marchés et aux réseaux internationaux révèle, pour les ICC de Padoue, la volonté de valoriser leur talent et leurs produits. En effet, le territoire de Padoue est perçu par la grande majorité de ces femmes comme un territoire difficile, enfermé dans la tradition, méfiant envers tout ce

¹¹ Au niveau national, ce sont également les entreprises du secteur du design et de la production style (mode, bijoux et accessoires) qui exportent le plus, même pendant les années de crise, car ces produits sont capables de véhiculer des contenus culturels et créatifs typiques du *made in Italy* (Symbola et Unioncamere, 2012).



qui est nouveau et novateur, montrant un très faible intérêt pour la qualité, l'originalité, la créativité et la culture. Le paradoxe est surprenant dans un territoire comme celui de Padoue qui compte l'une des universités les plus anciennes au monde et les plus réputées pour son excellence en Italie. Bien que les initiatives innovantes de la part de l'université ne manquent pas (*start-up, spin-off...*), les pesanteurs persistent. En effet, le manque de vision d'ensemble dans les politiques menées par les acteurs institutionnels est un des points faibles signalés par les femmes interrogées. Les niveaux de participation culturelle qui, en Italie, sont au-dessous de la moyenne européenne, montrent aussi bien la faiblesse du territoire pour vivre sa culture au quotidien, que sa difficulté à accepter et à reconnaître des idées et des points de vue nouveaux. Il s'agit d'un « retard dans la perception sociale et la planification stratégique » (SYMBOLA, UNIONCAMERE, 2012, p. 21) qui limite la naissance de talents et la diffusion de valeurs non seulement économiques mais aussi sociales et culturelles.

2.4 - Mobilité culturelle, innovation et « imagination nomade »

En Haut-Adige, j'ai travaillé avec l'une des fondatrices de l'association nationale de l'architecture écologique et j'ai découvert une façon de projeter différente de celle des cabinets d'architectes classiques. [...] Nous étions donc préparées à la certification énergétique avant les autres. [entretien avec L.C. et E.R., architectes écologiques, octobre 2012].

En 2012, j'ai créé la société avec l'objectif d'offrir un nouveau produit touristique ancré sur le patrimoine artistique et historique de la Vénétie [...] Je suis donc partie étudier les châteaux de la Loire pour transférer ce modèle attractif aux villas de la Vénétie, entourées par des services satellites comprenant où dormir, manger, faire du *shopping*... [entretien avec B.Z., administratrice d'une société touristique, novembre 2012].

Ces exemples très variés montrent une mobilité et une « imagination nomade » (BAUMAN, 2002) à la recherche de modèles de référence et de *best practices*, même au niveau international, ouvrant ainsi la voie à des parcours innovants pour le territoire. Derrière ces activités, il n'y a pas seulement la proposition d'un nouveau produit, mais surtout une nouvelle façon de faire affaire et d'exercer sa profession. Parmi les exemples d'ouverture et de changement, on peut citer, dans le cas du tourisme, la proposition de constituer un partenariat entre des acteurs qui ne sont pas habitués à travailler ensemble mais plutôt à se concurrencer, souvent en baissant les prix : « Ici, je suis la première à former un réseau dans le secteur touristique, réussissant à associer 20 villas et d'autres structures du territoire » [entretien avec B.Z., administratrice d'une société touristique, novembre 2012]. Un autre élément concerne la sensibilité au respect de l'environnement, à la valorisation du paysage et du patrimoine : « J'ai lancé une nouvelle vision des choses : une forme de recyclage qui est d'inventer une autre fonction pour ce matériau [la chambre à air des pneus en caoutchouc] » [entretien avec F.Z., *designer* de sacs, chaussures et accessoires pour la maison en caoutchouc

recyclé, octobre 2012]. Ces expériences exemplaires ne concernent pour l'heure que des cas isolés, mais apportent un regard fertile sur le territoire local, à condition de créer un milieu « multiplicateur » de connaissances (RULLANI, 2004) et de possibilités de valorisation, à travers la propagation, l'échange, l'expérimentation et la diffusion des idées novatrices en tant que condition d'une économie créative.

Conclusion

Dans cet article, nous avons présenté le développement, des années 1990 aux années 2000, de différentes *constellations de mobilité* actives dans le réseau économique de la région étudiée. La première *constellation de mobilité* renvoie au modèle classique du Nord-Est. Dès leur constitution, les districts industriels de la Vénétie se sont tournés vers l'exportation, d'où une intense mobilité physique d'entrepreneurs et de marchandises sur les marchés internationaux. Dans une seconde phase, parallèlement à la diminution des compétences et de la compétitivité dans les districts, une stratégie de délocalisation industrielle s'est imposée. Dans cette seconde phase, la mobilité sociale et culturelle est en revanche moins intense; le modèle du Nord-Est tend à projeter sur les territoires de la délocalisation, non seulement sa propre organisation économique, mais aussi son organisation socioculturelle.

La « constellation de mobilité » des entreprises féminines du secteur créatif et culturel, étudié dans cette recherche, se présente sous des aspects très différents. En effet, la mobilité physique y est réduite. On observe un ancrage des chefs d'entreprise et des entreprises au territoire, déterminé notamment par les liens familiaux. La mobilité physique y est temporaire, limitée aux rendez-vous et aux lieux indispensables pour acquérir des contacts, des idées ou pour accéder aux marchés. L'ancrage à la maison et à l'environnement familial est nettement plus marqué que pour les hommes entrepreneurs. Au contraire, les mobilités sociales et culturelles jouent un rôle de premier plan. La mobilité sociale s'explique par l'aptitude à changer de métier et de rôle. Avec la fonction d'« entrepreneur », on voit apparaître de manière implicite la nécessité d'acquérir une visibilité sociale qui était jusqu'alors réservée aux hommes. La mobilité culturelle est elle aussi visible, marquée d'une forte aptitude à intégrer des innovations et des idées provenant d'environnements lointains, voire totalement globalisés. En agissant comme des « éponges » capables d'absorber de nouveaux modèles organisationnels, de nouvelles manières de produire, de nouvelles typologies de produits et de services, les femmes chef d'entreprise s'ancrent sur le territoire local. Ces mobilités au féminin permettent donc aux femmes de se réaliser dans le secteur de la culture et de la créativité et d'initier des parcours inédits pour le territoire, en traçant « des chemins de discontinuité » (DAVID, 2006, p. 132) par rapport aux cadres socio-économiques de référence. Elles contribuent à transformer le modèle de développement.



Références bibliographiques

- BAUMAN Z., (2002), *Society under Siege*, Polity Press, Cambridge, 264 p.
- BENJAMIN W., (1999), *The Arcades Project*, Belknap Press, Cambridge, MA, 1073 p.
- BERTONCIN M., PASE A., ALAIMO A., ARIANO S., PASQUATO C., QUATRIDA D., SCROCCARO A., (2011), « L'interlocale come sintesi di nuove territorialità. Alcuni esempi veneti di delocalizzazione e internazionalizzazione », *Rivista Geografica Italiana*, n. 118, p. 429-459.
- BIADENE S., CHIARCOS A., QUATRIDA D., (2015), « Womenmade tra tradizione e innovazione. Creative economy in un'ottica di genere », in CHEMOTTI S., LA ROCCA M.C. (a cura di), *Il genere nella ricerca storica*, Il Poligrafo, Padova, p. 781-796.
- BRIGHENTI A.M., (2014), « Mobilizing Territories, Territorializing Mobilities », *Sociologica*, 1, [doi: 10.2383/77043].
- CASTIGLIONI M., DALLA ZUANNA G., (2012), « Le famiglie del Nord Est nel primo decennio del nuovo secolo », in MARINI D. (a cura di), *Nord Est 2012*, Marsilio Editori, Venezia, p. 189-201.
- CENSIS, (2013), *47° Rapporto sulla situazione sociale del Paese/2013*, Fondazione Censis, Roma, 588 p.
- CRESSWELL T., (2006), *On the Move: Mobility in the Modern Western World*, Routledge, New York, 340 p.
- CRESSWELL T., (2010), « Towards a Politics of Mobility », *Environment and Planning D*, 28, 1, p. 17-31.
- DAVID P., (2006), *Il valore della differenza: la risorsa femminile nella creazione d'impresa*, Carocci, Roma, 222 p.
- DE BEAUFORT V., (2011), *La création d'entreprise au féminin en Europe 2011*, Working Paper 1105, ESSEC Business School, Cergy-Pontoise, 69 p.
- DIAMANTI I., (2006), « Senza di lui, un altro nordest », in VOLTOLINA S. (a cura di), *Il fachino del Nordest*, Marsilio Editori, Venezia, p. 167-172.
- FONDAZIONE IMPRESA, (2013), « La nuova crisi del 2012-2013: prospettive per il Veneto e il Nord Est », *Veneto e Nordest*, n. 36, pp. 9-29.
- FONDAZIONE LEONE MORESSA, (2012), « Migrazioni al femminile », *L'economia dell'immigrazione*, n. 2, 27 p.
- LAZZARINI G., (2003), *Un protagonismo da costruire. La nuova sfida del lavoro*, Franco Angeli, Milano, 256 p.
- MARINI D. (a cura di), (2013), *Nord Est 2013. Rapporto sulla società e l'economia*, Marsilio Editori, Venezia, 349 p.
- PADRONE A., (2011), *Imprese da favola*, Marsilio Editori, Venezia, 158 p.
- RETAILLE D., (1998), « L'espace nomade », *Revue de géographie de Lyon*, 73, 1, p. 71-82.
- RETAILLE D., (2007), « Quel est l'impact de la mondialisation sur le développement local? Les échelles paradoxales du développement », *Cahiers d'Outre-Mer*, 238, p. 167-183.
- RULLANI E., (2004), *Economia della conoscenza*, Carocci, Roma, 438 p.
- RULLANI E., (2009), « Il Nordest tra passato e futuro », in BORDIGNON M., MANTOVANI P. (a cura di), *L'evoluzione dell'impresa e lo sviluppo di un sistema-territorio eccellente: il Nordest verso il 2059*, Marsilio Editori, Venezia, pp. 15-56.
- SANTAGATA W., (2011), *Libro Bianco sulla Creatività*, Università Bocconi, Milano, 380 p.
- SÖDERSTRÖM O., CROT L., (2010), *The Mobile Constitution of Society: Rethinking the Mobility-Society Nexus*, MAPS, Working Paper 7, Université de Neuchâtel, 22 p.
- SÖDERSTRÖM O., RANDEIRA S., RUEDIN D., D'AMATO G., PANESE F. (eds.), (2013), *Critical Mobilities*, Routledge, London, 234 p.
- SYMBOLA, UNIONCAMERE, (2012), *L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori. Rapporto 2012*, Unioncamere, Roma, 216 p.
- SYMBOLA, UNIONCAMERE, (2013), *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi. Rapporto 2013*, Unioncamere, Roma, 349 p.
- UFFICIO STUDI CONFARTIGIANATO IMPRESE VENETO, (2013), *La "mia" impresa*, Regione del Veneto, Commissione regionale Pari opportunità, Confartigianato Imprese Veneto, Venezia, 222 p.
- UNIONCAMERE, (2011), *Impresa in genere. 2° Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile*, Ministero dello Sviluppo Economico, Dipartimento per le Pari Opportunità, Unioncamere, Roma, 226 p.
- VALENTINO P.A., (2012), *L'arte di produrre l'Arte*, Venezia, Marsilio Editori, 272 p.



