



**Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
e Media Impresa**

Federazione Regionale dell'Emilia Romagna
40127 Bologna - Viale Aldo Moro, 22
Tel. (051) 6099411 - Fax (051) 375760
C. F. 80040150379

Comunicato Stampa

IMPREDITRICI IN RETE PER COMUNICARE, CONOSCERE, CRESCERE E COMPETERE.

**Se ne parlerà martedì 11 maggio ore 15.30 presso la Sala Imbarcadero Due di Ferrara
nel corso del convegno promosso dal Comitato Impresa Donna della CNA Emilia Romagna**

Bologna, 7 maggio 2004. Le imprese femminili vogliono “Fare Rete” per comunicare, conoscere, crescere e competere. E’ questo il tema del confronto con rappresentanti delle istituzioni europee e regionali e del mondo della cultura e della ricerca, al quale il Comitato Impresa Donna della CNA Emilia Romagna dedica la propria Assemblea annuale che si terrà il prossimo martedì 11 maggio presso il Castello Estense (Sala Imbarcadero Due – ore 15.30) di Ferrara, città la cui Amministrazione ha proclamato il 2004 “anno della donna”

Su come favorire l’accessibilità alle Reti esistenti, rafforzarle e crearne delle nuove intervengono: **Renzo Imbeni**, vice presidente del Parlamento europeo, **Mariangela Bastico**, assessore regionale al lavoro, formazione e pari opportunità, **Giorgio Allari** segretario CNA Emilia Romagna, **Raffaella Toselli** imprenditrice di Ferrara, **Alessandra Meacci** responsabile progetti speciali Istud, **Lucilla Pieralli** presidente Comitato Impresa Donna Emilia Romagna e **Aitanga Giraldi** consigliere CNEL. In Emilia Romagna, 1 donna su 4 svolge un lavoro autonomo. A fine 2002 si attesta sulle 110.000 unità il numero delle imprese a titolarità femminile; il 26% del totale imprenditori in Emilia Romagna dunque, è donna. Ma l’imprenditoria femminile non sta crescendo solo in numeri. Sta cambiando il modo di fare impresa da parte delle donne; cambiano i settori di attività, sempre meno tradizionali e sempre più innovativi. Molte delle imprese nate negli ultimi 4-5 anni si collocano in nicchie di mercato che si occupano di servizi di supporto ai nuovi bisogni della società regionale; servizi pubblici, sociali e rivolti alla persona, la fanno da padroni con il 58%; seguono la sanità (45%), la cultura (43%), le attività immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca (32%); il 23% si colloca nel manifatturiero. In un’economia come quella emiliano romagnola, sempre più fondata sulla conoscenza e sull’informazione tecnologica, l’evoluzione dell’imprenditoria femminile, necessita di nuovi strumenti e nuove conoscenze.

Ecco perché diventa importante collegarsi e comunicare attraverso le Reti, intese come veicolo di scambio d’informazioni, esperienze, metodologie. La Comunità Europea, nel proprio piano di azione dal titolo “un’agenda europea per l’imprenditorialità” del febbraio scorso, ha sottolineato come “sulla base dei lavori in

corso per promuovere l'imprenditorialità femminile, dal 2004 la Commissione assisterà le autorità nazionali e regionali in quei settori dove la necessità delle donne imprenditrici non sono ancora sufficientemente trattate, in particolare l'accesso al finanziamento e alle reti di imprenditori". Da uno studio regionale, è emerso che le donne, molto più degli uomini, sono coinvolte nel marketing dei prodotti ed hanno una maggiore capacità di sviluppare idee e di creare reti e relazioni. Per specificità del loro comportamento, della loro formazione culturale (prevalentemente umanistica), le donne mostrano inoltre una grande flessibilità nel campo delle piccole imprese dove sono quindi in grado di occupare posizioni importanti e strategiche. Questa disponibilità è stata confermata anche in un recente sondaggio svolto dal Comitato Impresa Donna Emilia Romagna tra le proprie associate (27.874 tra titolari, socie e collaboratrici d'impresa), che ha rilevato come il 78% delle imprenditrici interpellate esprima un elevato interesse **ad entrare in Rete con altre donne che vivono la loro stessa condizione imprenditoriale**, a connettersi per aggiornarsi, ampliare le proprie relazioni di mercato, trovare punti di riferimento attraverso i quali meglio orientarsi e migliorare le proprie performances aziendali. In questa ottica le reti divengono decisive in quanto luoghi d'incontro e apprendimento, dove concretizzare il bisogno di aggregazione ed il potenziale di collaborazione tra imprese. La condivisione di "buone prassi manageriali" e la progettazione collegiale, divengono un "valore aggiunto" attraverso il quale la rete supplisce alla dimensione, mediamente piccola di queste imprese e consente loro di competere sul mercato.