

# RASSEGNA STAMPA

# RASSEGNA STAMPA



**Lavoro atipico sempre più affare di donne**  
**24 novembre 2006**



A cura dell'Ufficio stampa  
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

Superano quota 130 mila le pmi promosse dagli immigrati

## Credito agli stranieri

### Un aiuto agli imprenditori extra-Ue

DI SABINA MONACI

Un progetto di linee di credito per imprenditori stranieri e una fiera dedicata a questo settore. Sono le iniziative destinate a far crescere il fenomeno degli imprenditori immigrati che, secondo stime aggiornate della Cna nazionale, in Italia sono oltre 130 mila (oltre un terzo in più rispetto all'anno scorso) e contribuiscono a trascinare l'industria italiana e il sistema delle piccole e medie imprese. È quanto detto a Milano nell'ambito del convegno «Immigrati e nuove imprese, attori mercati scenari», dedicato a un settore che, secondo un'indagine Demoskopia, non solo aiuta lo sviluppo del paese, ma favorisce anche l'apertura ai mercati internazionali. «Il credito può essere un vettore utile alle piccole e medie imprese che vogliono internazionalizzare a costo ridotto», ha dichiarato Otto Bitjoka, imprenditore nel settore del trasferimento dati e presidente della Fondazione Ethnoland che, in partnership con Banca Intesa ed ExpoCts, punta a portare a compimento l'inserimento dei cittadini stranieri attraverso progetti di integrazione attiva. L'integrazione, infatti, si è detto nel corso del dibattito, si fa proprio con i progetti.

«Facilitare inoltre l'apertura e la crescita di nuove imprese a guida immigrata rappresenta certamente una delle migliori ricette che consentono agli stranieri di integrarsi al meglio in Italia», ha spiegato Giulio Baglione, responsabile delle politiche per l'immigrazione della Cna. Il fenomeno delle imprese straniere in Italia è in continua crescita. Secondo le stime del Dossier statistico immigrazione Caritas/Migrantes, basate sui dati forniti dall'ufficio di statistica della Cna al 30 giugno 2006, i titolari di impresa con cittadinanza estera in Italia sono 130.969, con un'im-



La maggior concentrazione di imprenditori stranieri si registra nel Nordovest e nel Nordest

pennata del 38% rispetto all'anno precedente. Quanto alla distribuzione territoriale, la maggior concentrazione di imprenditori stranieri si registra nelle aree del Nordovest e del Nordest del paese, con rispettivamente il 37 e il 27% del totale.

«Facilitare la concessione di linee di credito servirà dunque a dare una mano allo sviluppo degli immigrati», ha insistito Bitjoka a proposito dei progetti presentati durante il convegno che verranno realizzati grazie alla costituzione

del Consorzio garanzie fidi, in collaborazione con banca intesa.

Al convegno è stata anche preannunciata la realizzazione di Im.mi.great, prima fiera dedicata all'imprenditoria straniera in Italia. «Pensiamo che la realtà imprenditoriale degli immigrati debba essere rappresentata», ha concluso Carlo Bassi, amministratore delegato di ExpoCts, gruppo della Fiera di Milano che ospiterà l'evento, in programma nel maggio del 2008 con la partecipazione prevista di 350 aziende.

Ciclo di seminari in Emilia Romagna

## Aziende in rosa, marketing è bello

DI CRISTINA DI GLERIA

È partito ieri un ciclo di seminari sul marketing promosso da Cna in proprio dell'Emilia Romagna e organizzato da Ecipar all'interno del progetto «WomenIn - Infrangere il tetto di cristallo», finanziato dalla regione Emilia Romagna e dall'Unione europea. Destinatarie: donne con partita Iva non iscritte ad albi, lavoratrici atipiche e consulenti.

La presenza delle donne nel mondo delle collaborazioni e delle professioni atipiche, in particolar modo legate ai servizi e consulenze alle imprese, è in forte crescita, tanto che sulle oltre 230 mila unità che costituiscono il fronte del lavoro atipico in Emilia Romagna, il 39% sono «new worker woman».

La loro età media è compresa tra i 26 e i 35 anni, sono in maggioranza nubili e hanno un livello di scolarità decisamente alto (quasi la metà è laureata e più di un terzo è in pos-

sesto di diploma di scuola superiore; il 7% ha un diploma professionale). La maggioranza ha intrapreso l'attività nel corso degli anni 90 dopo aver avuto altre esperienze lavorative, ma è consistente (20,1%) anche la quota delle neoimprenditrici. Fortemente motivate professionalmente, queste donne hanno bisogno di formazione continua e acquisizione di conoscenze per operare al meglio sul mercato.

Fornire a questa platea di lavoratrici autonome competenze specialistiche e appropriati strumenti di analisi su aspetti decisivi della consulenza alle imprese è l'obiettivo che si propone l'iniziativa di Cna In Proprio ed Ecipar. Il progetto formativo, completamente gratuito, sarà focalizzato, come spiega Valeria Braglia, presidente regionale di Cna in proprio, «su interventi seminariali personalizzati sul marketing strategico. Quello che ci proponiamo è implementare il confronto e lo scambio di esperienze tra donne, favorire le relazioni di rete e sostenere queste professioniste a entrare o a consolidare la propria posizione sul mercato delle consulenze alle pmi della regione».

«Oggi la conoscenza rappresenta un elemento indispensabile, che deve essere continuamente aggiornata e arricchita attraverso interventi mirati e specifici», conclude la Braglia. «Ecco perché con questi seminari ci proponiamo di formare e sostenere donne oggi all'inizio del loro percorso professionale». (riproduzione riservata)

## Maestri orologiai, sfida alle grandi marche

DI PAOLA MORINI

Orologiai toscani contro le grandi case produttrici. Anche le ditte che producono orologi, come in passato avveniva per le case costruttrici di auto, stanno da tempo portando avanti la distribuzione selettiva dei pezzi di ricambio originali, una politica distributiva riservata a un ristretto numero di orologiai. Questa decisione ha tagliato fuori dal mercato, e mandato in crisi, un gran numero di riparatori indipendenti di orologi sia in Italia che in tutta Europa. Cna e le altre organizzazioni italiane ed europee di rappresentanza hanno costituito, per questo, nel 2003 a Bruxelles, un'associazione des associations d'horlogers-réparateurs, che come primo atto ha presentato alla Commissione Ue un ricorso, indirizzato in particolare contro le

grosse marche svizzere.

Nel ricorso si sostiene che la condotta delle grandi marche limita gravemente la libera concorrenza, nega ai consumatori la libertà di scegliere a chi affidare con fiducia la manutenzione dei propri orologi e mette a rischio la trasmissione di competenze secolari da parte dei riparatori indipendenti. «Il sistema di dover inviare un orologio per la riparazione alla casa produttrice», afferma Walter Ferracci, coordinatore Cna artistico Toscana, «o dove da essa indicato, allunga i tempi da una decina di giorni a uno-due mesi e incide sul costo della riparazione. Gli orologiai toscani e italiani sono artigiani professionalmente qualificati e fanno spesso corsi di formazione come quello organizzato il prossimo lunedì a Firenze che avrà come tema centrale tipologie, metodi e applicazioni dei lubrificanti». (riproduzione riservata)

ECONOMIA E IMPRESA

italiaoggi@cna.it  
www.cna.it

CERCA

ORE 11.18

[BOLOGNA](#) [FERRARA](#) [MODENA](#) [PARMA](#) [PIACENZA](#) [REGGIO EMILIA](#) [FORLÌ](#)  
[CESENA](#) [RAVENNA](#) [RIMINI](#)

ECONOMIA



## Esportazioni in Cina: per Cibus e Vinitaly debutto a Shanghai

Franco Boni, presidente di Fiere di Parma: "Un incontro che potrà rappresentare molto per il futuro dell'export agroalimentare italiano"

[Lavoro atipico, sempre più un affare delle donne](#)



[Parmigiano Reggiano: le misure per superare il trend negativo](#)



[Terzo trimestre 2006: crescita per industria manifatturiera](#)

**Contenute in un documento messo a punto dal Consorzio di tutela**

[La Nazionale del Parmigiano Reggiano è Grolla d'oro](#)

**A Saint Vincent il trionfo della squadra di Bologna, Modena, Parma e Reggio**

[Accordo Barilla-Regione su progetto pilota per grano duro](#)

**Impegno di produzione di 30.000 tonnellate per il nuovo mulino di Parma**

**Modena. Indagine congiunturale della Camera di Commercio**

[Reggio. Progressio sgr punta su Rondine](#)

**Il fondo comune di investimento ha acquisito il 99% della società ceramica rubierese**

[Annata avara di soddisfazioni per l'agricoltura reggiana](#)

**Cia di Reggio: i mercati delle specialità principali non danno segni di ripresa**

[Redazione](#) | [Contattaci](#) | [Pubblicità](#) | [Rss/xml](#) | [Credits](#)

© 2006 Emilianet Via Paradisi 1/2 42100 Reggio Emilia | Tel. +39 0522 337227 Fax +39 0522 337248 E-mail:[info@emilianet.it](mailto:info@emilianet.it) | P. IVA 01701730358

CERCA

ORE 11.18

[BOLOGNA](#) [FERRARA](#) [MODENA](#) [PARMA](#) [PIACENZA](#) [REGGIO EMILIA](#) [FORLÌ](#)  
[CESENA](#) [RAVENNA](#) [RIMINI](#)[economia](#)

Al via un ciclo di convegni sul marketing promosso da Cna

## Lavoro atipico, sempre più affare di donne

**BOLOGNA (24 nov. 2006)** - Parte lunedì 27 novembre un ciclo di seminari sul marketing promosso da CNA In Proprio dell'Emilia Romagna ed organizzato da Ecipar all'interno del progetto WomenIN – Infrangere il tetto di cristallo (FSE 627/06) finanziato dalla Regione Emilia- Romagna e dall'Unione Europea. Destinatari: donne con partita IVA non iscritte ad albi, lavoratrici atipiche e consulenti. La presenza delle donne nel mondo delle collaborazioni e delle professioni atipiche, in particolar modo legate ai servizi e consulenze alle imprese, è in forte crescita, tanto che sulle oltre 230mila unità che costituiscono il così detto lavoro atipico in Emilia Romagna, il 39% sono "new worker woman". La loro età media è compresa tra i 26 ed i 35 anni, in maggioranza nubili, hanno un livello di scolarità decisamente alto: quasi la metà è laureata e più di un terzo è in possesso di diploma di scuola superiore; il 7% ha un diploma professionale. La maggioranza ha intrapreso l'attività nel corso degli anni '90 dopo aver avuto altre esperienze lavorative, ma è consistente (20,1%) anche la quota delle neo imprenditrici. Fortemente motivate professionalmente, queste donne hanno bisogno di formazione continua e acquisizione di conoscenze per operare al meglio sul mercato. Fornire a questa platea di lavoratrici autonome, competenze specialistiche e appropriati strumenti di analisi su aspetti decisivi della consulenza alle imprese, è l'obiettivo che si propone l'iniziativa di CNA In Proprio ed Ecipar.

Il progetto formativo, completamente gratuito, sarà focalizzato come spiega Valeria Braglia, presidente regionale di CNA In Proprio "su interventi seminariali personalizzati sul marketing strategico. Quello che ci proponiamo, è implementare il confronto e lo scambio di esperienze tra donne, favorire le relazioni di rete e sostenere queste professioniste a entrare o a consolidare la propria posizione sul mercato delle consulenze alle pmi della regione. Oggi la conoscenza rappresenta un elemento indispensabile, che deve essere continuamente aggiornata ed arricchita attraverso interventi mirati e specifici. Ecco perché con questi seminari ci proponiamo di formare e sostenere donne, oggi all'inizio del loro percorso professionale a implementare conoscenze specifiche sul marketing ponendole nelle condizioni di fornire alle piccole e medie imprese di questa regione, le consulenze necessarie perché queste ultime possano gestire strategie di mercato di successo".

Questo il calendario degli incontri che si svolgeranno a Bologna presso la sede di Ecipar Emilia Romagna in Largo Molina, 9 – dalle ore 9 alle ore 18: lunedì 27 novembre sul tema del "Project

management: pianificazione strategica a partire dal check up aziendale”; venerdì 1 dicembre, si parlerà di “Marketing management: la gestione delle leve di marketing”; lunedì 11 dicembre il tema sarà “Individuazione delle competenze e sviluppo professionale: diventare marketing management, realizzare il piano di marketing nazionale” e, infine, martedì 19 dicembre, l’appuntamento conclusivo su “Analisi e sviluppo delle reti professionali per il consolidamento e l’innovazione: l’espansione commerciale internazionale delle pmi”.

[INVIA ARTICOLO](#)

---

[Redazione](#) | [Contattaci](#) | [Pubblicità](#) | [Rss/xml](#) | [Credits](#)

© 2006 Emilianet Via Paradisi 1/2 42100 Reggio Emilia | Tel. +39 0522 337227 Fax +39 0522 337248 E-mail:[info@emilianet.it](mailto:info@emilianet.it) | P. IVA 01701730358

---

### **Il lavoro atipico? Per la Cna è sempre più affare di donne**

Parte lunedì 27 novembre un ciclo di seminari sul marketing promosso da Cna "In Proprio" dell'Emilia-Romagna e organizzato da Ecipar all'interno del progetto WomenIn "Infrangere il tetto di cristallo" finanziato dalla Regione Emilia-Romagna e dall'Unione europea. Destinatario: donne con partita IVA non iscritte ad albi, lavoratrici atipiche e consulenti. La presenza delle donne nel mondo delle collaborazioni e delle professioni atipiche, in particolar modo legate ai servizi e consulenze alle imprese, è infatti in forte crescita, tanto che sulle oltre 230.000 unità che costituiscono il così detto lavoro atipico in Emilia Romagna, il 39% sono "new worker woman". La loro età media è compresa tra i 26 ed i 35 anni, in maggioranza nubili, hanno un livello di

scolarità decisamente alto: quasi la metà è laureata e più di un terzo è in possesso di diploma di scuola superiore; il 7% ha un diploma professionale. La maggioranza ha intrapreso l'attività nel corso degli anni '90 dopo aver avuto altre esperienze lavorative, ma è consistente (20,1%) anche la quota delle neo imprenditrici. Fortemente motivate professionalmente, queste donne hanno bisogno di formazione continua e acquisizione di conoscenze per operare al meglio sul mercato. Fornire a questa platea di lavoratrici autonome, competenze specialistiche e appropriati strumenti di analisi su aspetti decisivi della consulenza alle imprese, è l'obiettivo che si propone l'iniziativa di Cna ed Ecipar. Il progetto formativo, completamente gratuito, sarà focalizzato come spiega Valeria Braglia, presidente regionale di Cna In Proprio «su interventi seminari personalizzati sul marketing».

**LAVORO ATIPICO SEMPRE  
PIU' AFFARE DI DONNE, AL  
VIA DA LUNEDI' 27  
NOVEMBRE UN CICLO DI  
SEMINARI PER NEW  
WORKER WOMAN LAVORO  
ATIPICO SEMPRE PIU'  
AFFARE DI DONNE, AL VIA  
DA LUNEDI' 27 NOVEMBRE  
UN CICLO DI SEMINARI PER  
NEW WORKER WOMAN**



Bologna, 24 novembre 2006. Parte lunedì 27 novembre un ciclo di seminari sul marketing promosso da CNA In Proprio dell'Emilia Romagna ed organizzato da Ecipar all'interno del progetto WomenIN – Infran...

[continua](#)

**Trevi: annuncia il successo  
del prestito convertibile  
indiretto per 70 mln**



cesena, 24 nov - Trevi-Finanziaria Industriale S.p.A. annuncia che è stata lanciata ieri con successo l'offerta di un prestito obbligazionario convertibile indiretto che verrà emesso da Sanpaolo IMI B...

[continua](#)

**Capitalia: Cuffaro (Regione  
Sicilia) non cediamo  
assolutamente quota**



palermo 24 nov nov - 'Non cediamo niente, assolutamente'. E' stato l'unico commento che il presidente della Regione Sicilia, Salvatore Cuffaro, ha dato a chi gli chiedeva se ci fosse intenzione a vend...

[continua](#)



**LAVORO ATIPICO SEMPRE PIU' AFFARE DI DONNE, AL VIA DA LUNEDI' 27  
NOVEMBRE UN CICLO DI SEMINARI PER NEW WORKER WOMAN LAVORO  
ATIPICO SEMPRE PIU' AFFARE DI DONNE, AL VIA DA LUNEDI' 27  
NOVEMBRE UN CICLO DI SEMINARI PER NEW WORKER WOMAN**



Bologna, 24 novembre 2006. Parte lunedì 27 novembre un ciclo di seminari sul marketing promosso da CNA In Proprio dell'Emilia Romagna ed organizzato da Ecipar all'interno del progetto WomenIN – Infrangere il tetto di cristallo (FSE 627/06) finanziato dalla Regione Emilia- Romagna e dall'Unione Europea. Destinatarie: donne con partita IVA non iscritte ad albi, lavoratrici atipiche e consulenti. La presenza delle donne nel mondo delle collaborazioni e delle professioni atipiche, in particolar modo legate ai servizi e consulenze alle imprese, è in forte crescita, tanto che sulle oltre 230mila unità che costituiscono il così detto lavoro atipico in Emilia Romagna, il 39% sono "new worker woman". La loro età media è compresa tra i 26 ed i 35 anni, in maggioranza nubili, hanno un livello di scolarità decisamente alto: quasi la metà è laureata e più di un terzo è in possesso di diploma di scuola superiore; il 7% ha un diploma professionale. La maggioranza ha intrapreso l'attività nel corso degli anni '90 dopo aver avuto altre esperienze lavorative, ma è consistente (20,1%) anche la quota delle neo imprenditrici. Fortemente motivate professionalmente, queste donne hanno bisogno di formazione continua e acquisizione di conoscenze per operare al meglio sul mercato. Fornire a questa platea di lavoratrici autonome, competenze specialistiche e appropriati strumenti di analisi su aspetti decisivi della consulenza alle imprese, è l'obiettivo che si propone l'iniziativa di CNA In Proprio ed Ecipar. Il progetto formativo, completamente gratuito, sarà focalizzato come spiega Valeria Braglia, presidente regionale di CNA In Proprio "su interventi seminariali personalizzati sul marketing strategico. Quello che ci proponiamo, è implementare il confronto e lo scambio di esperienze tra donne, favorire le relazioni di rete e sostenere queste professioniste a entrare o a consolidare la propria posizione sul mercato delle consulenze alle pmi della regione. Oggi la conoscenza rappresenta un elemento indispensabile, che deve essere continuamente aggiornata ed arricchita attraverso interventi mirati e specifici. Ecco perché con questi seminari ci proponiamo di formare e sostenere donne, oggi all'inizio del loro percorso professionale a implementare conoscenze specifiche sul marketing ponendole nelle condizioni di fornire alle piccole e medie imprese di questa regione, le consulenze necessarie perché queste ultime possano gestire strategie di mercato di successo". Questo il calendario degli incontri che si svolgeranno a Bologna presso la sede di Ecipar Emilia Romagna in Largo Molina, 9 – dalle ore 9 alle ore 18: lunedì 27 novembre sul tema del "Project management: pianificazione strategica a partire dal check up aziendale"; venerdì 1 dicembre, si parlerà di "Marketing management: la gestione delle leve di marketing"; lunedì 11 dicembre il tema sarà "Individuazione delle competenze e sviluppo professionale: diventare marketing management, realizzare il piano di marketing nazionale" e, infine, martedì 19 dicembre, l'appuntamento conclusivo su "Analisi e sviluppo delle reti professionali per il consolidamento e l'innovazione: l'espansione commerciale internazionale delle pmi".

[CHIUDI](#)

**in collaborazione con**