

Donne del turismo alla BIT 2013, la parola ad Annalisa Raduano della Camera di commercio di Forlì-Cesena

05 marzo 2013

Gli ultimi dati dell' Osservatorio sull' Imprenditoria Femminile di Unioncamere indicano una crescita delle imprese femminili superiore alla media nazionale (0,5 contro 0,3%), e un maggior dinamismo nella sanità e assistenza sociale (+3,6%) e nel turismo (+2,9%).

E per parlare di imprenditrici nel turismo l'edizione 2013 della BIT " Borsa Internazionale del Turismo, " stata un'ottima occasione: l'esposizione di riferimento per l'industria turistica mondiale - che si " svolta a Milano dal 14 al 17 febbraio - ha ospitato la tavola rotonda " Imprenditoria femminile: una risposta alla crisi? ", organizzata dai Comitati per la promozione dell' imprenditoria femminile di Unioncamere e alla quale ha partecipato, tra le altre, Annalisa Raduano, Consigliere - vicepresidente Giunta della Camera di commercio di Forlì-Cesena.

Dottoressa Raduano, quanto "pesa il turismo" nel suo territorio?

Il turismo in Romagna " un' economia importante in quanto la riviera caratterizza buona parte dell' imprenditoria, soprattutto sulla costa, proprio in questo ambito. Nella provincia di Forlì-Cesena, tante sono le località balneari celebri, ma molto turismo " anche nell'entroterra con i centri termali e i percorsi legati all' enogastronomia, oggi in sinergia grazie a diversi progetti ma soprattutto grazie alla dinamicità dei nostri imprenditori che già da tempo hanno sviluppato un' intesa tra benessere, ospitalità e innovazione che si traduce in un' offerta turistica innovativa che poche regioni italiane possono garantire.

Quali le iniziative per il settore realizzate dalla Camera di commercio? Qualcuna vede coinvolte imprenditrici?

Un' iniziativa importante su cui abbiamo molto investito " il Piano di Marketing del territorio allargato, strategicamente battezzato come " Terre di Romagna ". Si tratta di un progetto arrivato alla quarta annualità che nasce dalla volontà delle due Camere di commercio di Forlì-Cesena e Ravenna, in collaborazione con le Fondazioni Cassa dei Risparmi di Forlì e Ravenna e altri soggetti, di realizzare una sinergia comune di sviluppo turistico delle eccellenze territoriali. Nella programmazione di " Terre di Romagna ", sono convogliati anche altri due progetti molto importanti in termini di qualificazione dell' imprenditoria turistica: " Romagna da gustare ", già condiviso con la Camera di commercio di Ravenna, voluto per promuovere i prodotti tipici del territorio presso le strutture di accoglienza della costa e dell'entroterra romagnolo, e il progetto " In Famiglia " un marchio di Certificazione per valorizzare le strutture turistiche che offrono servizi alle famiglie con bambini. Per la promozione del piano di marketing territoriale si sono svolte e si svolgeranno azioni sul mercato interno e nei mercati esteri, integrando azioni promo-commerciali legate alle destinazioni turistiche e ai suoi prodotti enogastronomici e artigianali locali, grazie a missioni imprenditoriali miste tra artigianato e produzione agroalimentare e turismo. La promozione si " articolata attraverso strumenti diversi: azioni di web promotion; sviluppo della comunicazione on line e presenza nei social network; realizzazione di eventi in Russia (Mosca), Germania (Francoforte), Gran Bretagna (Londra), Francia (Villeneuve Loubet) e Svizzera; collaborazione con il Ravenna Terminal Passeggeri; svolgimento di eventi nelle maggiori località italiane (Roma, Milano, Napoli); collaborazioni continuative con i Comuni partner del territorio; organizzazione di " educational tour per giornalisti sia italiani che esteri e per tour operator . Insomma una forma promozionale innovativa che ha visto collaborare " insieme in un progetto esclusivo tra due territori Ravenna e Forlì, spesso in concorrenza tra loro, ma che hanno messo da parte i campanili facendo un salto di qualità . " Riguardo invece l' imprenditoria femminile coinvolta, " i numeri della nostra economia parlano chiaro e riflettono " nel turismo e commercio, " come nell'artigianato e nell'agricoltura soprattutto, una percentuale d' imprese a conduzione femminile molto numerosa. " Al 30.6.2012 in provincia di Forlì-Cesena risultano attive 8.731 imprese femminili, " il 21,7%. Per quanto riguarda la disaggregazione per settore di attività , in provincia di Forlì-Cesena il 26,7% delle imprese femminili appartiene al commercio ed il 19,8% all'agricoltura. Seguono, in ordine di importanza, le " altre attività dei servizi " (11,2%), il settore degli " alberghi e ristoranti " (10,9%): tutti ambiti strettamente collegati in questa progettualità dato che il turismo si compone anche di servizi alla persona, e di

accoglienza e/o produzione. Concludendo: riguardo a reti femminiliÂ dopo questâ™esperienza aperta indistintamente a tutte le imprese, si sta riflettendo sullâ™idea di promuovere un percorso turistico rosa, con aziende, hotel e agriturismi a conduzione femminile che danno servizi qualificati, aziende agroalimentari di prodotti locali e vitivinicole a conduzione femminile, gli hotel in Famiglia, i centri benessere e termali, e con percorsi di cultura e arte dedicati alle donne del territorio (da Caterina Sforza, ad Anita Garibaldi, e le tante donne che hanno fatto grande la Romagnaâ€¡.). Questa Ã la wellness valley e potrebbe proporre un percorso mappato in rosa che si completa con quello di outlet di calzature Made in Italy (Baldinini, Vicini, Casadei, Sergio Rossi, Pollini per citarne alcune): grandi marchi che hanno sede a San Mauro Pascoli, giÃ frequentatissimo da tante signore russe, turismo rosa emergente da queste parti...Legando tutte queste realtà esistenti magari con la â€œNotte rosaâ€• che si svolge in Riviera il primo weekendÂ di luglio con tantissimi eventi dedicati alle donneâ€¡Se ne discuterÃ nella prossima assemblea del Comitato per lâ€™Imprenditoria FemminileÂ valuteremo!

Relativamente al suo ruolo di vicepresidente della Giunta camerale, câ€™Ã stato un apporto significativo legato al fatto di essere donna?

Senzâ€™altro sÃ-, ad esempio con sensibilità particolari verso alcuni argomenti. A giocare a mio favore anche lâ€™etÃ : sono entrata in Giunta a 37 anni, vicepresidente a 38â€¡un primato direi, in tempi in cui le quote rosa ancora non câ€™erano, e le quote giovanili ancora meno, dato che ad oggi non ci sono ancora. Ritengo che la mia nomina sia stata un forte segnale, a dimostrazione di quanto il mio territorio sia piÃ¹ avanti di altri in termini di parità.

In occasione della tavola rotonda a Milano Ã stata presentata la brochure â€œIl turismo creato dalle donne: prospettive di crescitaâ€• che descrive lâ€™impegno di Unioncamere per la promozione del settore. Che ne pensa? PuÃ² essere utile declinare le attività per settori?

SÃ-, penso sia molto utile declinare alcune, ma non tutte, attività per settori. Bisogna perÃ² lavorare in sinergia per non perdere il capitale che si Ã ereditato e lâ€™integrazione tra i sistemi.

Altro da aggiungere?

Rimbocchiamoci le maniche! Il nostro Ã un Paese che va a rilento, anche nel turismo la globalizzazione dei mercati e dei sistemi non ci ha fatto sconti e sarÃ sempre piÃ¹ duro riprendere quota se continuiamo a temporeggiare e non dare quella svolta ormai indispensabile. Detto questo, abbiamo un Paese bellissimo, dobbiamo quindi impegnarci con tutte le energie disponibili per superare questo momento critico, lasciare indietro il vecchio e ammodernandoci, soprattutto riorganizzando un sistema pubblico che deve tirare le fila e fare da bussola, anzichÃ© attingere alle aziende senza dare quel che necessita allâ€™impresa in termini innovativi. Dobbiamo traghettare la nostra economia turisticaÂ nel futuro, con un cambio culturale ormai indispensabile se davvero vogliamoÂ rimetterci in gioco e riprenderci il primato della classifica. Ce la possiamo fare soprattutto grazie alleÂ donne, perchÃ© noi donne, abbiamo quella marcia in piÃ¹ che serve per fare la differenza in tutti i sistemi produttivi e non solo nel turismo.