

## Gli strumenti per intraprendere al femminile: formazione per i Comitati IF

08 agosto 2013

Quali sono i punti di forza di una leadership femminile e come valorizzarli? A che punto è l'integrazione di genere in Italia? Cos'è il bilancio di genere? Quali sono i passi che un'impreditrice deve compiere per proporre il proprio business sui mercati esteri? Parte da queste domande il ciclo di incontri formativi organizzati da Unioncamere per le esponenti dei Comitati per la promozione dell'Imprenditoria Femminile - IF.

Domande concrete, pensate per accompagnare le imprenditrici in un percorso di crescente consapevolezza delle opportunità che esistono per far decollare un progetto aziendale. Di qui l'attenta selezione dei temi che sono stati oggetti di appuntamenti formativi, organizzati, lungo tutta la penisola. Nella sezione che il portale [www.imprenditoriafemminile.camcom.it](http://www.imprenditoriafemminile.camcom.it) dedica alla formazione, è possibile consultare e scaricare i materiali relativi agli incontri organizzati per le esponenti dei Comitati per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile: dai testi degli interventi dei relatori ai contenuti video. In questo modo è possibile seguire anche a distanza di tempo il percorso formativo tracciato da Unioncamere.

Quest'ultimo è partito con le giornate di formazione svoltesi a Roma e a Milano tra dicembre 2012 e gennaio 2013: all'ordine del giorno tematiche quali una panoramica sulla situazione di genere in Italia, le caratteristiche ed i punti di forza della leadership al femminile, la storia e le funzioni dei comitati IF nel quadro della riforma dell'ordinamento del sistema camerale introdotta dalla legge 580/93 ed il bilancio di genere. Uno strumento, quest'ultimo, che consente di analizzare e valutare le politiche di un ente secondo l'ottica di genere ed è in grado di fornire una chiave di lettura dell'operato di un'organizzazione, la quale, pur agendo apparentemente in maniera "neutra" nei confronti dei propri stakeholder, produce in realtà effetti diversi sugli uomini e sulle donne.

Il 24 giugno un nuovo appuntamento a Roma, durante il quale si è parlato di "Quote di genere: strumenti normativi e di trasparenza per promuovere e valorizzare la presenza delle donne nei luoghi decisionali". L'incontro è stato organizzato per fornire una panoramica sulla normativa relativa all'introduzione delle quote di genere nelle società pubbliche, sulla riforma delle Camere di commercio, sul funzionamento del rinnovo dei Consigli camerali e sul livello di partecipazione delle donne negli organi di amministrazione.

Il 25 giugno è stata la volta di un approfondimento su come le banche valutano il grado di rischio delle imprese alla luce di Basilea 3 e sulle iniziative attivate dal sistema camerale per supportare l'accesso al credito da parte delle aziende.

Infine, Bari, dove, il 3 luglio scorso, si è svolto un incontro dedicato all'internazionalizzazione delle imprese femminili. Obiettivo: favorire lo sviluppo di competenze manageriali e fornire gli strumenti necessari affinché un'impresa possa avviare e/o implementare consapevoli processi di internazionalizzazione. Si è parlato di alcuni fondamenti di strategia aziendale, delle potenzialità dei mercati in relazione ai propri prodotti, di strategie e strumenti a sostegno del processo di internazionalizzazione delle imprese italiane, con un focus sulle imprese femminili. Si tratta di un tema strategico, su cui Unioncamere sta puntando, considerando l'export come un passaggio importante da compiere anche quando l'impresa è donna. Del resto, se le imprese femminili continuano a crescere nonostante le difficoltà, ritagliandosi spazi sempre più significativi nel contesto economico italiano e rappresentando attualmente il 23,55 per cento del totale nazionale, la tenacia e l'intraprendenza che sembrano caratterizzarle sono peculiarità necessarie per orientarsi anche sui mercati esteri.

Oltre alle attività abitualmente realizzate dalle Camere di commercio per la promozione delle imprese sui mercati internazionali e per la valorizzazione del Made in Italy - quali organizzazione di missioni commerciali, accesso a iniziative e programmi comunitari, assistenza per l'attrazione di investimenti diretti, la promozione di accordi tecnico-produttivi e commerciali con l'estero fino al supporto per l'acquisizione e cessione di brevetti e licenze - Unioncamere ha illustrato alle imprenditrici presenti a Bari anche lo sportello World Pass. Si tratta di una riorganizzazione degli sportelli per l'internazionalizzazione già presenti nelle Camere di commercio che, in sinergia con le altre istituzioni, forniscono un primo orientamento alle imprese e strumenti per l'insediamento e la crescita delle Pmi all'estero. Grazie a World Pass, le imprese possono contare su un pool di esperti in grado di rispondere in tempo reale informazione, assistenza specializzata e servizi certificativi per l'estero, oltre ad un sito web dedicato (<http://www.worldpass.camcom.it/>) per accedere più rapidamente a tutti i servizi.