

Udine, donne 2.0: l'imprenditorialità femminile on line

13 dicembre 2012

Il web 2.0 e le nuove tecnologie sempre più strumenti di autorealizzazione e iniziativa imprenditoriale per le donne. Anche in Friuli. A dimostrarlo sono stati gli ospiti che hanno animato il terzo appuntamento annuale organizzato dalla Camera di Commercio di Udine, attraverso il suo Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, che si è tenuto ieri (12 dicembre n.d.r.) in Sala Valduga ed è stato introdotto dagli interventi della presidente del Comitato Enrica Gallo e del componente di giunta Franco Buttazoni, il quale ha presentato le cifre aggiornate al 30 settembre sull'impresa in Fvg.

Sono poco più di 24 mila le imprese attive in regione ha dichiarato la cifra pressoché stabile negli anni, aumentata leggermente in percentuale (24-25%) nel confronto con tutte le imprese. Il picco è in provincia di Udine, dove le imprese femminili sono il 25,4% del totale e Udine è anche il territorio cui appartiene il 49,6% delle imprese femminili del Fvg.

E se è femminile il 27% delle imprese attive del commercio, sono ancora più alte le percentuali sul totale delle imprese nell'agricoltura (33%), nei servizi di alloggio e ristorazione (dove è oltre il 36% delle imprese), nella sanità e assistenza (40%) e nell'istruzione (30%). Per quasi il 72% si tratta di imprese individuali (oltre 17.600 in regione), seguono le società di persone (circa 4 mila, il 17,5%) e di capitale (circa 2400 imprese attive, meno del 10%). Si assiste però anche qui ha detto Buttazoni a una diminuzione delle imprese individuali e a un rafforzamento delle società di capitali, segno che anche le femminili resistono alla crisi strutturandosi: tra 2008 e 2009 sono infatti calate del 2% le imprese individuali femminili, mentre quelle di capitali sono cresciute di ben il 16%.

E il web? Le chance per le donne nel comparto continuano a crescere: le tecnologie offrono nuovi approcci alla creatività, ma anche opportunità di lavoro alternative e significative tanto più in tempi di crisi occupazionale - ha continuato Buttazoni.

È intervenuta poi Enrica Gallo: In Italia ha detto la presidente di IF nel 2010, l'economia internet ha raggiunto quasi il 2% del Pil e una ricerca Nielsen rimarca come oggi il 50% delle donne sia presente su Facebook il 28% addirittura sia blogger, con trend in crescita. Il web rappresenta un'opportunità di migliorare la visione imprenditoriale dello sviluppo del business e troppo spesso il suo uso commerciale è delegato a figure interne poco specializzate o a professionisti esterni: ciò contribuisce a erigere un muro di pregiudizio sulle sue effettive potenzialità che, sempre più spesso, sono offerte a costo zero o quasi. La comprensione dello strumento web, ben diverso dalla competenza tecnica in Information Technology, e in particolare la differenza tra uso personale e uso a fini aziendali, è l'obiettivo che ci poniamo qui, con professioniste e utilizzatrici a confronto per fornire una panoramica su come le imprenditrici friulane affrontino la sfida dell'innovazione.

Se la domanda è come, la risposta è piuttosto bene, sentendo gli esempi degli ospiti presenti. Francesca Bianco, responsabile marketing e formazione della Federazione delle Banche di Credito Cooperativo del Fvg, ha aggiornato la comunicazione della Banca anche attraverso i social media; Maura Ceschia, dell'azienda vinicola Colli di Poianis, non ha avuto paura di passare da dipendente pubblica a lavoratrice autonoma, unendo la lunga esperienza precedente nel settore turistico alla passione per il territorio e le sue peculiarità culturali ed enogastronomiche e alla conoscenza delle lingue straniere, dando il via a un progetto imprenditoriale che anche grazie al web ha trovato mercato fertile in Austria e Germania, Regno Unito e Stati Uniti d'America. Carlo Daffara, uno dei massimi esperti Ict a livello europeo, fra i vari impegni lavorativi è anche membro italiano del Gruppo Europeo per il Software libero, ma ha pure scritto una guida per le Pmi interessate a utilizzare il software open source come parte del loro modello di business. Jasmine Longo, poi, studentessa di Relazioni pubbliche, gestisce il sito www.sempreintempo.eu, il primo supermercato interamente online del Fvg, che consente di fare la spesa sul web e riceverla a casa o in particolari punti di ritiro. E se Laomi Scanavini, creatrice di gioielli, ha capito l'importanza del sito internet come vetrina di presentazione dell'idea dei suoi prodotti, Tiziana Pittia, titolare dell'agenzia di pubblicità Espressione - Agenzia di pubblicità e vicepresidente dell'Associazione italiana pubblicitari, ha

monitorato il cambiamento impresso dalla rete al mondo della comunicazione, in tutta la sua evoluzione. “Sul web” ha precisato “servono intraprendenza, conoscenza, trasparenza. Serve dunque anche un budget per garantire un lavoro serio e attento, perché se sui social ogni persona è un media, ma l’azienda, per comunicare correttamente il suo messaggio, ha bisogno di affidarsi a professionalità esperte e sempre aggiornate. Il rischio della reputazione online è troppo alto per improvvisarsi”.