

## **INTERVENTI TAVOLA ROTONDA "IMPRENDITORIA FEMMINILE: UNA RISPOSTA ALLA CRISI?"** **Organizzata da Unioncamere e Presidenza Consiglio dei Ministri alla Bit, Milano 15 febbraio 2013**

I dati dall'indagine CAWI effettuata da Isnart a febbraio 2013 per Unioncamere su 1351 imprese del settore turistico:

- La quota di donne tra gli addetti rappresenta il 55,5% del personale nelle imprese ricettive, il 48% nelle ristorative, l'84% del personale di servizio ai piani, il 14% nelle figure manageriali e il 4% del responsabile commerciale.
- Il 51% dell'opinione pubblica ritiene che la tenuta del settore turistico sia dovuta al ruolo delle donne, perché hanno percorso la strada della qualità e dell'innovazione.

### **Flavia Coccia, responsabile Struttura di Missione per l'immagine dell'Italia del Consiglio dei Ministri**

<<L'impresa turistica al 53% è donna. L'apporto della forza lavoro femminile è fondamentale nel settore turistico. Una risposta concreta alla crisi la stanno dando le imprese condotte da donne. La differenza sta nel concetto tutto femminile di condurre un'impresa: maggiore capacità di pensare e di innovarsi. Le donne sono protagoniste anche su temi importanti come la responsabilità sociale e non solo su temi legati all'immediato profitto di un'azienda ma la loro visione è più a lungo raggio. E' il momento di iniziare e seguire meno forme maschili e più l'istinto femminile, anche per le innate caratteristiche femminili di ospitalità e accoglienza. Bisogna incentivare l'imprenditorialità femminile, con la formazione, la comunicazione, e altri progetti, anche considerando che a volte c'è un blocco psicologico tutto femminile di diventare protagoniste delle proprie idee>>.

### **Valeria Maione, economista e Consigliera di Parità**

<<Tessere è sempre stato un compito da donne. Posso testimoniare che in Liguria erano ancora le donne a ricucire le reti. Le donne trovano le soluzioni: occorrerebbe rafforzare l'esistente e metterle in condizione di contare di più. Quali possono essere gli ingredienti da mettere in campo per rilanciare il settore? Avendo visto nascere la responsabilità sociale d'impresa, ritengo che nel turismo la concorrenza si faccia anche sulla base di numerose conoscenze, che si ricollegano strettamente al concetto di responsabilità. Il turismo responsabile è un turismo che tiene conto della qualità della vita degli stakeholder, delle conseguenze che certe scelte possono avere sulle generazioni future sia per quanto concerne il contesto nel quale agisce sia per quanto attiene le interazioni che quel contesto ha con gli altri.

Un turismo che agisce attraverso una rete che evidenzia e metta al centro valori importanti e condivisi.

Dunque un turismo nel quale chi domanda e chi offre interagisce in base a valori che costituiscono il collante della rete e il motivo dello stare insieme.

Un turismo nel quale il prezzo si giustifica attraverso la condivisione di responsabilità.

Intendiamoci, da economista trovo che il prezzo giochi un ruolo importantissimo, nella misura in cui è il frutto non della concorrenza tra offerenti ma della interazione di più soggetti, compresi gli attori della domanda, consapevoli che in quel prezzo entrano tanti elementi, tutti degni di essere considerati.

Se si riuscisse a far passare questa "visione", o forse proprio per farla passare, il ruolo delle donne sarebbe basilare, in quanto le donne sono, naturalmente e tradizionalmente, più attente al futuro, ma anche al presente che non è solo mio, che coinvolge anche gli altri e non necessariamente soltanto chi mi è vicino.

Le donne sono innovative e trovano le soluzioni a prescindere da aiuti finanziari, risolvono i problemi con le loro forze e la forza della rete. In un momento di crisi le donne reggono grazie a queste caratteristiche fondamentali.

Propongo di intervenire di più nella direzione di un rafforzamento dell'esistente in quanto uno dei bisogni più sentiti è la formazione in termini di conoscenza dei propri diritti, di gestione della finanza e di supporto per l'accesso al credito per l'imprenditoria turistica femminile. Ancora oggi c'è una difficoltà di accesso al credito in quanto una banca chiede ancora a una imprenditrice un avallo maschile o un tasso di interesse superiore a quello concesso ad un imprenditore. Si richiedono investimenti nella formazione e nella responsabilità sociale, importantissima perché si lavora in sinergia. Necessario è lavorare insieme con una rete di comunicazione stretta, forte, consapevole e certa che oggi, in una situazione di crisi, la concorrenza si fa su valori condivisi, sulla qualità, su questioni comuni. Sicuramente ci dovremmo confrontare davanti alla componente finanziaria ma proprio questa crisi ci porta a una scelta più consapevole: il turista non farà più dieci viaggi all'anno ma ne farà di meno, sarà indotto per questo a scegliere il meglio in qualche modo, attenendosi al suo modo di sentire e di vedere il mondo, il futuro e la realtà. Le donne rispondono bene a questo desiderio, in quanto più attente all'altro, all'ambiente e al futuro dei propri figli e delle generazioni future. Sono sicura che queste caratteristiche possono essere messe su una bilancia e dare buoni frutti. Le imprenditrici sono pienamente consapevoli del proprio territorio, di quanto sia un bene quello sul quale operano e quindi lo preservano e lo esaltano. Auspico un superamento della crisi attraverso la condivisione di conoscenze, imparare dalle buone ma anche cattive prassi. E dalle istituzioni mi aspetto che facciano conoscere le varie realtà e le tante esperienze. In tutto questo le donne non possono non esserci>>.

**Dora Iacobelli, portavoce del Coordinamento Donne d'Impresa (organismo di "raccordo" tra 12 organizzazioni di rappresentanza delle micro, piccole e medie imprese e delle imprese agricole),**

<<Come Portavoce del Coordinamento Donne d'Impresa (\*), vorrei riportare i termini di una riflessione che ha visto convergere le diverse organizzazioni componenti il coordinamento su alcune richieste specifiche da avanzare nelle sedi istituzionali di produzione delle politiche a sostegno dell'imprenditoria femminile.

Un fatto appare incontrovertibile: anche quando la situazione economica complessiva non è favorevole, la "voglia di fare impresa" delle donne tiene.

I dati di Unioncamere attestano il rilevante contributo dell'imprenditoria femminile al sistema paese e anche le opportunità in termini di progetti imprenditoriali e idee che si potrebbero ancora mettere in campo. Perché questo avvenga, è necessario creare condizioni che agevolino la nascita e lo sviluppo delle imprese femminili con servizi e strumenti che possano supportare questa grande risorsa del Paese.

E' un'esigenza particolarmente stringente rispetto ad un settore economico a forte presenza femminile e a positivo trend di crescita come quello turistico.

La Banca centrale europea in una sua indagine evidenzia che le imprese femminili ricorrono meno delle altre imprese alla finanza esterna e utilizzano per lo più forme elementari di finanziamento, come lo scoperto di conto corrente.

Dallo studio emerge, inoltre, che le imprese femminili che richiedono un finanziamento ottengono meno frequentemente l'intero ammontare richiesto e, con maggiore frequenza, si vedono negare il prestito o applicare condizioni ritenute troppo onerose.

D'altra parte, analisi della Banca d'Italia mostrano come le imprese individuali gestite da donne, oltre a dover fornire garanzie più frequentemente rispetto alle imprese maschili, sostengono anche tassi di interesse più alti sugli scoperti di conto corrente. Tale trattamento non risulta peraltro giustificato da condizioni di minore solvibilità delle imprese femminili che, al contrario, risultano più avverse al rischio e dunque più affidabili.

Quindi:

- Le imprese femminili tendono a non richiedere credito e temono di subire un rifiuto dalle banche più spesso di quelle maschili.
- Quando il credito viene concesso, i tassi di interesse sono più alti e più spesso vengono richieste maggiori garanzie rispetto alle imprese maschili e, inoltre, per le imprese femminili è più alta la probabilità di un rifiuto. Gli effetti negativi della crisi economica sul credito alle imprese femminili, peraltro, risultano maggiori rispetto a quelli che riguardano le altre imprese.

Dai dati forniti emerge la necessità improrogabile di avviare un serio e strutturato dialogo tra istituzioni, banche e imprese/organizzazioni imprenditoriali che possa favorire il superamento di queste diversità di trattamento, determinando un contesto in cui le imprese femminili godano di Pari Opportunità nell'accesso al credito.

Le proposte che, a tale riguardo, il Coordinamento sottopone all'attenzione - considerando la fase di particolare gravità in cui versa il paese - non mirano alla richiesta di risorse aggiuntive da destinare all'imprenditoria femminile, che pur è un aspetto su cui richiamare l'attenzione in assenza di rifinanziamento della legge 215/92, ma si concentrano su un diverso utilizzo di risorse e strumenti esistenti. L'obiettivo è lavorare per promuovere un più facile accesso alle une e agli altri, eliminando gli elementi di discriminazione nell'accesso che ancora interessano l'imprenditoria femminile.

In particolare:

- E' necessario rafforzare l'elemento qualitativo ai fini della valutazione, da parte delle banche, delle imprese femminili, valorizzando le competenze, la validità del progetto imprenditoriale, ed anche le ricadute occupazionali con particolare riferimento all'assunzione di giovani under 35 e di donne.
- Considerando molto importante per le imprese femminili, che sono per lo più micro, piccole e medie imprese, l'aspetto delle garanzie, si ritiene necessario uno snellimento nelle procedure del Fondo di Garanzia per le PMI, con effetti sulle procedure, sulla valutazione e sui tempi di risposta alle richieste.
- E' opportuno destinare una quota specifica del Fondo di Garanzia all'imprenditoria femminile.
- Risulta, infine, necessario prevedere stanziamenti, da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, per attività di formazione rivolte alle donne imprenditrici, promosse dalle Organizzazioni Nazionali di rappresentanza delle MPMI - anche avvalendosi di strutture formative di loro diretta emanazione- in particolare per quanto riguarda la costruzione di piani d'impresa.

Infine, per essere coerente con le sollecitazioni di chi mi ha preceduto, sottolineo l'esigenza di un lavoro di rete e, nello specifico, nell'ottica cioè di miglioramento dell'esistente, potrebbe essere utile valorizzare, come punto di partenza per eventuali proposte, l'importante lavoro di mappatura degli strumenti di supporto all'imprenditoria femminile esistenti sul territorio promosso recentemente, attraverso i CIF, da Unioncamere e disponibile sul portale dei comitati.>>.

**Tiziana Pompei, vice segretario generale Unioncamere**

I comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile sono nati dodici anni fa, grazie al Protocollo d'intesa tra Unioncamere e Ministero dell'Industria, con l'obiettivo prioritario di promuovere la legge 215/92, il

principale strumento agevolativo per la creazione e il consolidamento dell'imprenditoria femminile. Unioncamere, il Ministero dello Sviluppo Economico con l'ingresso del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali hanno rinnovato l'intesa a valenza triennale, così da rilanciare la "mission" dei comitati e ribadire l'impegno sul tema del ruolo della donna nelle politiche di sviluppo del Paese e recuperare il gap italiano di partecipazione femminile al mondo del lavoro rispetto alla media Ocse.

I comitati in questi anni hanno realizzato diverse attività e da poche settimane è on line il portale ove sono riportati i progetti e le informazioni utili alla nostra rete. Uno strumento virtuale sia informativo che di lavoro e di condivisione con delle "vetrine" sugli indicatori della parità di genere, sui bandi e gli eventi: questo è molto di più, è, in estrema sintesi, [www.if-imprenditoriafemminile.it](http://www.if-imprenditoriafemminile.it) che vi invitiamo a consultare e ad arricchire. Cogliendo l'opportunità della tavola rotonda odierna, abbiamo anche iniziato a riflettere su un possibile percorso di crescita per fare impresa nel settore del turismo con un'iniziativa che, in sintonia con quanto già realizzato con e per i Comitati per l'Imprenditoria Femminile del sistema camerale, utilizzi come filo conduttore i comparti produttivi. Un percorso che tenga conto della vocazione di genere e dei punti di forza maggiormente presenti nelle imprese femminili, che faciliti il connubio tra turismo e territorio e imprese fino a toccare i più tradizionali rami del made in Italy, che promuova e selezioni - in uno scambio di conoscenze e strumenti concreti - filiere, eccellenze, innovazioni, tradizioni, mestieri e qualità, creati dalle donne. Il percorso concretamente potrebbe prevedere i seguenti step come

- creazione di una piattaforma delle buone pratiche,
- mappatura dei luoghi in cui convivono equità di genere e responsabilità sociale,
- individuazione di realtà più virtuose;
- attività di informazione, formazione, disseminazione, momenti di incontro delle migliori proposte.

**Dal pubblico della tavola rotonda e dalle rappresentanti dei Comitati Imprenditoria Femminile sono arrivate altre raccomandazioni, tra cui:**

#### **Cristina Pagani CIF Camera di commercio di Firenze**

<<Le donne che fanno impresa hanno una loro modalità gestionale e basta vedere le esperienze concrete. Penso a me stessa, ma anche a tutte quelle con le quali lavoro. Noi donne siamo multitasking, ormai lavoriamo in modalità "ufficio diffuso", riuscendo a comporre in 24 ore più lavori, tempi e responsabilità, E questa caratteristica all'interno delle imprese ha una grande forza propulsiva e molto "contemporanea". Lavoriamo con passione, caparbia, energia. Collaboriamo con le donne che lavorano nelle nostre aziende con rapporti di rispetto reciproco, in cui l'etica di genere è ovviamente essenziale. Nonostante le problematiche per l'accesso al credito e i tassi di interesse maggiori rispetto agli imprenditori maschi, anche in Toscana le imprese con titolari donne sono aumentate. E, dato più importante di tutti, le aziende gestite da donne hanno una mortalità più bassa.

Questi elementi ci permettono di evidenziare forse la vera novità: le donne hanno una maggiore capacità di riassetto, per cui anche in un momento di crisi riescono a modificare la struttura organizzativa interna all'azienda in modo più veloce, e quindi a riadattarsi al mercato. Come imprenditrici abbiamo una storia recente, ma con la nostra capacità multitasking ci adattiamo anche ai cambiamenti del mercato. E questo porta anche a migliori relazioni con i propri dipendenti.

Le donne sono la maggioranza anche nelle più recenti e innovative iniziative della Toscana:

[www.superTo.com](http://www.superTo.com) Consorzio di Tour Operator con General Manager Pia Carminelli, innovativo sistema di promozione e commercializzazione The travel experience professionalist – "Network di distributori sui mercati mondiali e di fornitori di servizi associati, basati su una rete di produzione, selezione e formazione degli operatori della filiera, divisi per "concept" e "mercati target".

[www.Inyourtuscany.com](http://www.Inyourtuscany.com) con Presidente Cristina Pagani è un'associazione di piccoli e medi imprenditori, con larga presenza femminile, di gestori e proprietari di strutture ricettive di qualità della Toscana, che mette in comune canali di commercializzazione on line, informazione e formazione, finalizzata a promuovere i luoghi, l'arte, la storia e le produzioni enogastronomiche tradizionali delle singole località, con un centinaio di itinerari, più di quaranta idee tematiche, un centinaio di strutture, ristoranti e servizi.

Si tratta di esperienze da cui è possibile estrarre molti esempi di buone pratiche, che potremmo mettere in comune con il percorso che oggi si lancia qui.>>

#### **Manuela Bolchini, Il sogno diverso, Associazione Italiana Turismo Responsabile.**

<<Le donne nel turismo hanno un ruolo fondamentale, in passato spesso sottovalutato e dimenticato. Una situazione che oggi sta migliorando, ma che ha ancora una strada lunga da percorrere nei paesi esteri emergenti. Nel 2007, la Unwto ha aperto una sezione su questi temi. In contemporanea laAitr (Ass. italiana turismo responsabile) ha dato vita ad un Tavolo di Genere, dedicato a questa tematica, con l'intenzione di creare un punto di riferimento per scambiare idee e progetti, nello spirito del gruppo e del networking. Una grande rete, per promuovere e informare altre donne e uomini nel settore del turismo sostenibile per il

territorio. Una leva di sviluppo per l'occupazione femminile, tanto più necessaria oggi, in questo momento di crisi. Attualmente, seguo personalmente il Focus Group in rappresentanza di Aitr, in continuo dialogo con quello che è diventato il sito di riferimento e di raccolta dati per il Focus: GRT in collaborazione con laia Pedemonte. L'invito è quello di aderire alle reti del turismo responsabile, per promuovere le buone prassi e declinarle poi nell'accezione legata alla donna. Una rete che promuova il valore dell'esistente e possa mostrare il volto nuovo dell'economia.

Una dinamica che è possibile e che ha dato vita a molte realtà concrete, come la mia società: Un tour Operator di Turismo Responsabile, Il Sogno Diverso, in cui le posizioni manageriali sono occupate da donne; EquoTube una cooperativa che sta mettendo in rete con il suo prodotto tutta la ricettività sostenibile italiana, fortemente connotata dalla compagine femminile>>.

### **Mina Pirovano, Comitato per l'imprenditoria femminile di Monza e Brianza.**

<<Il turismo si conferma un settore traino delle imprese rosa, in tenuta anche nell'ultimo anno a dispetto delle difficoltà economiche. Occorre ripartire proprio facendo leva da queste specificità al femminile, sfruttando le doti imprenditoriali tipiche delle donne come la flessibilità e la creatività che si applicano in tutti i settori, ed in particolare in quelli, come il turismo, dove l'orientamento al cliente fa la differenza. Il settore turistico è flessibile, dinamico e femminile perché le donne riescono a sfruttare dei comparti atipici. L'accoglienza e l'ospitalità sono espressioni naturali della donna, con doti relazionali e comunicative maggiori rispetto agli uomini. In concreto bisogna osare di più!

È quanto emerge da una elaborazione dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su dati Registro Imprese.

In Lombardia 1 impresa su 3 è legata all'incoming e all'outgoing, tra ristorazione e servizi connessi, è guidata da una donna. Il comparto rappresenta una specificità di genere: in media le imprese femminili in Lombardia sono 1 su 5. E anche con la crisi le donne del turismo resistono: meglio la ristorazione (le imprese rosa fanno registrare in un anno +2%) dei servizi di agenzie viaggio e tour operator (+ 1,6%). Anche se questi ultimi sembrano un'attività imprenditoriale che piace di più alle donne: il 36,1% ha un titolare donna. Nei settori di alloggio e ristorazione la quota "rosa" si attesta intorno al 32%.

### **Imprese attive al 31.12.2012 e variazioni percentuali (anche delle imprese femminili) delle attività dei servizi di ristorazione e delle agenzie di viaggio, tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse**

	Attività dei servizi di ristorazione al 31/12/2012	Var.% 2012/2011 attività dei servizi di ristorazione	Var. % imprese femminili 2012/2011 Attività dei servizi di ristorazione	Peso % Imprese femminili sul totale Attività dei servizi di ristorazione al 31/12/2012	Agenzia di viaggio, tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse al 31/12/2012	Var. % 2012/2011 Agenzie di viaggio, tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	Diff % imprese femminili 2012/2011 Agenzia di viaggi, tour operator ecc...	Peso % Imprese femminili sul totale Agenzia di viaggio, tour operator ecc...al 31/12/2012
MONZA E BRIANZA	3.093	3,4%	3,4%	28,2%	181	-6,7%	-14,9%	40,9%
Lombardia	48.146	2,3%	2,0%	31,5%	2.494	-0,2%	1,6%	36,1%

**Fonte: Elaborazione dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su dati Registro Imprese**

Molti i Progetti di Promozione della ricettività turistica, come:

Dormire in Villa: iniziativa finalizzata a promuovere la qualità dell'accoglienza concentrandosi, in particolare, su cinque ville di delizia, impegnate nell'apertura, l'ampliamento o la riqualificazione di strutture tipo bed & breakfast in villa o in edifici ad essi connessi.

Eccellenze Brianzole: il marchio Made in Brianza a circa 300 imprese, svolgendo azioni di promozione specifiche sull'eccellenze enogastronomiche che qualificano il territorio.

Iniziative di Incoming con 3 educational tour, di comarketing con compagnie aeree, pubblicazioni come la guida "Monza e la Brianza. Itinerari turistici tra le ville di delizia", la Guida Go "Monza e Lecco. La Brianza e il lecchese", la guida verde TCI "Monza e la Brianza.

Per il 2013 sono in programma educational, workshop e incontri d'affari tra operatori turistici>>.

### **Ivana Marchegiani, presidente CIF Macerata.**

<<Il Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Macerata risponde alla volontà di "farci sentire", nel nostro impegno quotidiano di donne e di imprenditrici.

Alla continua ricerca di chiavi di crescita e di sviluppo, infatti, il CIF è impegnato fattivamente in analisi e studi di fattibilità che ne caratterizzano l'approccio operativo. Per fare questo collaboriamo in piena sinergia con le istituzioni del territorio maceratese: l'Università degli Studi di Macerata e di Camerino, la Provincia, il Comune e le associazioni di categoria, spesso in rete con i vari CIF provinciali e con i coordinamenti regionali, con il Comitato per le Pari Opportunità e con la Regione Marche stessa.

Secondo i dati forniti da Eurostat, l'Italia è tra gli ultimi paesi dell'Unione europea in termini di tasso di occupazione femminile. Il Turismo è – tra i settori dell'economia nazionale – uno dei più connotati dal lavoro femminile. Le donne rappresentano oltre la metà degli addetti e costituiscono uno dei fattori critici di successo dell'ospitalità italiana.

È importante evidenziare che, anche sotto l'aspetto del lavoro femminile, il Turismo è caratterizzato da una forte carica di innovazione economica e sociale. La potenzialità innovativa e la modernità risiede nel fatto che lo sviluppo del turismo significa anche tutela del territorio, che è il suo elemento base, e apre la strada a un ulteriore punto di vista: quello della riconversione ecologica dell'economia. In questi anni, inoltre, la concorrenza internazionale richiede investimenti che tendono alla diversificazione dell'offerta e alla qualità. Nel turismo risiede la nostra capacità di valorizzare i sistemi territoriali e nel complesso il nostro Paese, puntando su offerte integrate, quali ad esempio il turismo enogastronomico, e su una maggiore attenzione alle esigenze individuali e familiari.

Nella provincia di Macerata, nel settore del turismo, notiamo che le imprese al femminile rappresentano ben il 36,44%, dato più alto della regione e anche a livello nazionale la provincia di Macerata risulta al 19° posto.

La Camera di Commercio di Macerata e il suo CIF nello specifico hanno avviato alcuni percorsi finalizzati ad incentivare l'imprenditoria femminile e il territorio:

- una collana editoriale a carattere enogastronomico;
- un progetto in collaborazione con l'Università di Camerino e la Comunità Montana, di valorizzazione del tartufo dell'alto maceratese, che prevede oltre alla realizzazione di una pubblicazione, una serie di pacchetti turistici legati al tartufo, con itinerari mirati, ristoranti e agriturismi con menù caratteristici, ecc.
- l'apertura di un "agrinido", realizzato da un'azienda agricola e agrituristica biologica di Pievebovigliana. L'agrinido è una struttura di accoglienza realizzata in campagna per bambini da uno a tre anni di età, che hanno la possibilità di crescere all'aria aperta a contatto con la natura, in una sorta di "palestra verde".
- studi mirati a verificare la spinta all'autoimprenditorialità dei giovani fornendo loro dati concreti su dove poter avviare e indirizzare al meglio i loro sogni
- lo studio finalizzato a riscoprire mestieri oramai dimenticati, con l'intento di rilanciare un settore specifico quale l'artigianato artistico che attrae una nicchia particolare di turisti
- azioni di sostegno e aiuto alle imprese locali, incontri con manager ed esperti di marketing e di gestione, check-up aziendali, piani d'impresa per singoli progetti mirati ad avviare nuove imprese femminili, forti e competitive>>.

### **Silvana Neri Presidente CIF Torino**

La disoccupazione giovanile ha raggiunto livelli insostenibili per uno Stato che deve preparare le nuove generazioni a reggere il timone dell'economia. Molte Regioni, si sono dotate di leggi a sostegno dell'imprenditoria femminile e giovanile: la Regione Piemonte ha creato sportelli, ha messo a disposizione risorse economiche, ha lanciato il Fondo di garanzia femminile e giovanile, per consentire l'accesso al credito di piccole imprese e per chi intraprende una nuova attività imprenditoriale (Legge Regionale 34/2008). È però necessaria una maggiore presenza e disponibilità del sistema bancario. Anche oggi abbiamo sentito dire, da parte di autorevoli osservatrici e studiose, che per una donna è ancora difficile avere credito e condizioni eque.

Le attività del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Torino tendono a ricercare, con percorsi di informazione-formazione, e con la collaborazione di tutte le associazioni presenti al suo interno, opportunità da promuovere con gli Enti preposti, formulare progetti, monitorare il mondo imprenditoriale femminile per capire dove intervenire con eventi finalizzati a sostenere le nostre imprese.

Partecipiamo a Saloni come quello del Gusto, a Torino, dove presentiamo imprenditrici del settore enogastronomico che provvedono ad organizzare degustazioni di prodotti dei territori. Questa è un'attività che potrebbe essere sempre più collegata a percorsi turistici e rivolta a un pubblico consapevole dell'importanza di ricercare, oltre che buon cibo, cultura e conoscenza. Creare percorsi che mettano in contatto turisti, non solo nazionali, ma soprattutto stranieri, con tutto il settore dell'artigianato tipico e di qualità. La Regione Piemonte ha istituito il marchio Eccellenza Artigiana, e strutture turistiche locali (Turismo

Torino), stanno iniziando ad offrire ai turisti pacchetti che contengono anche proposte di visite presso aziende locali, così da far conoscere sempre più il nostro tessuto imprenditoriale e culturale.

Alcuni progetti interessanti promossi dalla Camera di Commercio di Torino, per qualificare sempre più le imprese legate al settore del turismo del nostro territorio, sono:

- Yes! Enjoy Torino Top Hospitality: il marchio di qualità attribuito agli alberghi, ai residence e ai rifugi della provincia di Torino che dimostrano di essere conformi a una serie di requisiti qualitativi: cortesia, efficienza, pulizia, facilità di prenotazione, rispetto per l'ambiente ([www.to.camcom.it/yes](http://www.to.camcom.it/yes)).
- Maestri del Gusto: 156 artisti del sapore, selezionati e raccolti in un volume per un viaggio alla scoperta dei veri sapori, fedeli alla tradizione, ai prodotti del territorio, raccontando storie ed esperienze, stile e personalità di ciascun Maestro ([www.to.camcom.it/maestridelgusto](http://www.to.camcom.it/maestridelgusto)).
- Le pubblicazioni, relative all'imprenditoria femminile, dedicate a tutte le categorie imprenditoriali, esempi delle nostre eccellenze, che si trovano sul sito ([www.to.camcom.it/quaderniIF](http://www.to.camcom.it/quaderniIF)).

La crisi che stiamo attraversando ci costringe a pensare in grande. Occorre avere una visione che va al di là del momento contingente. Noi sappiamo che solo innovando le nostre aziende sotto tutti i punti di vista (innovazione dei processi, dei prodotti, della commercializzazione ed internazionalizzazione) possiamo superare il momento economico molto sfavorevole. Abbiamo esempi di piccole aziende da sempre legate al territorio nazionale che, con operazioni coraggiose, si sono aperte nuove possibilità di esportare il proprio prodotto in paesi stranieri fino ad oggi lontani, con buoni ritorni sia di fatturato che di occupazione.

Occorre che le azioni siano condivise da un alto numero di attori, enti, Camere di Commercio, aziende, associazioni imprenditoriali e non solo, in modo da creare delle reti solide e durature, con l'obiettivo primario di far decollare economie sofferenti e poco dinamiche e garantire, anche nel settore del turismo, quella ripresa così utile alla creazione di posti di lavoro.

### **laia Pedemonte di Gender Responsible Tourism**

<<Sono una giornalista specializzata in turismo ed ho partecipato a vari progetti sul campo. Con il sito Gender Responsible Tourism ([www.g-r-t.org](http://www.g-r-t.org)) mi sono ripromessa di fare comunicazione per far emergere questo mercato ed ho formato il primo Network del Turismo Responsabile di Genere, con decine di esperti e di esperienze nel mondo. Quello che mi interessa è quanto e come il turismo può aiutare l'occupazione femminile.

Ecco alcune suggestioni telegrafiche, da dati internazionali, suffragati dalle mie indagini.

A proposito di donne.

Con chi non è del settore, è sempre molto difficile definire il nostro tema, c'è chi pensa alle viaggiatrici e chi dice che non ci sono differenze tra donne e uomini, eppure è uno dei punti dell' Organizzazione mondiale del turismo, e gli esperti internazionali lo potrebbero includere tra i temi alla Fiera mondiale di Londra.

Stiamo parlando di artigiane, cuoche, guide, proprietarie o impiegate di agriturismi, b+b, hotel, imprese e associazioni. Che in qualche modo diretto o indiretto si rivolgono ai turisti.

E' provato che le donne occupate nel turismo sono la maggioranza e appunto da più parti si sta incominciando a considerarlo un mercato a sé. E dove le potenzialità delle donne sono meglio messe a frutto la società è più avanzata.

A proposito di turismo.

Il più amato dai paesi avanzati, e di tendenza anche da noi è quello definito turismo responsabile, intendendo quello che porta a conoscere persone, cultura, tradizioni, con diretto vantaggio per la comunità, etico verso i lavoratori e sostenibile verso l'ambiente, che sta diventando uno dei temi per i grandi operatori, mentre anche la Comunità Europea sta per pubblicare gli Indicatori etici del Turismo Responsabile.

La sensibilità delle donne è vicina ai temi che fanno tendenza nel turismo. Le donne sono spesso imprenditrici molto innovative.

I viaggi a casa delle donne piacciono: quando è comparso un articolo sul Corriere della Sera, con esempi dal sito GRT, le donne di una catena di b+b hanno avuto 1000 contatti in un giorno e GRT 7000 contatti!

Ne possiamo concludere alcune linee da tenere a mente:

Che esiste un mercato di richiesta di nuovi turisti, che coincide anche con quello offerto dalle donne, molto promettente e fin'ora molto invisibile.

Che il futuro è dei prodotti di qualità e etici, di turismo responsabile e sostenibile. In sostanza, con un progetto che faciliti l'occupazione femminile e il turismo responsabile, siamo di grande attualità, rispetto al mercato alto, colto e di tendenza di turisti sempre più orientati verso la sostenibilità, e rispetto alle raccomandazioni a livello mondiale, di includere i valori di genere nell'agenda dello sviluppo imprenditoriale.

Che un buon governo e buone istituzioni devono studiare facilitazioni per l'occupazione femminile nel turismo se vogliono creare sviluppo nel settore oltre che nella società, in Italia più che mai necessario.

Che includere la condizione femminile tra i valori, conviene a chi studia, a chi opera e a chi fa progetti nel turismo per essere nel mercato dei futuri turisti.

Cosa possiamo fare.

A nome delle donne intervistate nel sito GRT vi posso dire che chiedono strumenti concreti. Un bisogno che

emerge è quello di avere un polo, un hub, in cui ritrovarsi. Le donne sul campo (e in qualche modo questa è una caratteristica italiana) sono bravissime ad “arrangiarsi” inventando modi di fare rete tra loro. Per farvi un esempio, alcune coltivatrici di riso e alcune guide, che non sono venute perché stanno lavorando e mi hanno pregato di parlare a nome loro.

Ora, prendiamo i loro esempi e immaginiamoli come un “modulo” da espandere ed adattare alle Regioni, ai sistemi turistici, al territorio, con leggi, facilitazioni delle banche, sensibilizzazione ecc. Raccogliamo la prima forma di questa rete trasversale, perciò uniamoci trasversalmente per categorie, creiamo un Panel di esperte, e possiamo fare un bel lavoro, per cui l’anno prossimo avremo dei dati, degli esempi, degli eventi organizzati con le imprenditrici, dei parametri ancora più utili.

Come GRT abbiamo un gruppo di esperte internazionali che hanno studiato dei Criteri, sul sito come “Six Pillars”. Prendiamone uno, decidiamo se vogliamo dare il primo posto a formazione, o a occupazione, o a cambiare gli stereotipi culturali, partiamo da quello e incominciamo a lavorare in concreto.

Quindi GRT lancia e propone, alle reti di donne occupate nel turismo, rappresentate in questa Tavola Rotonda e a tutte quelle che risponderanno dal territorio, una collaborazione per creare:

la Piattaforma di Buone Pratiche con i migliori esempi di imprese femminili

la mappatura delle mete migliori per una guida ai turisti (anche in collaborazione con siti tedeschi e inglesi come Italy Sustainable Travel-Italien Oeko Reisen).

la diffusione delle mete migliori nella vetrina del sito GRT

le azioni in collaborazione con i Comitati per l’imprenditorialità femminile presso le Camere di commercio per evidenziare le eccellenze

la raccolta di dati e di opinioni delle donne che lavorano sul campo

la formazione di un Panel di autorevoli da diversi settori, per scegliere e divulgare le pratiche migliori anche all’estero e per future iniziative

la diffusione dei Criteri di genere nel turismo responsabile

lo studio di criteri di qualità, di parametri da inserire nei progetti di tour operator e di associazioni, di interventi sul territorio, di itinerari, di marchi, di filiere e altro>>.