

# Bilancio di genere



**anno 2013**



## Indice

### Introduzione

Gian Paolo Coscia Presidente Camera di Commercio di Alessandria .....	pag	5
Barbara Paglieri Presidente Comitato Imprenditoria Femminile .....	pag	7

### Assetto istituzionale

La Camera di Commercio di Alessandria: identità .....	pag	9
L'assetto istituzionale .....	pag	9
La missione istituzionale .....	pag	9
Le Aziende Speciali .....	pag	10
I servizi offerti .....	pag	11

### L'analisi del contesto

#### Contesto interno

Gli organi istituzionali .....	pag	12
Personale camerale e politiche di genere .....	pag	14
Il Comitato unico di garanzia (CUG) .....	pag	22

#### Contesto esterno

Le imprese femminili .....	pag	23
Attività camerale secondo l'ottica di genere .....	pag	34
Attività ad impatto diretto .....	pag	34
Attività ad impatto indiretto .....	pag	35
Formazione .....	pag	35
Gestione esami .....	pag	37
La mediazione civile e commerciale .....	pag	39
Premio imprenditori di successo .....	pag	40

<b>Il Gruppo di lavoro</b> .....	pag	41
----------------------------------	-----	----



## Introduzione

Ancora oggi in Italia, purtroppo, si rilevano profonde differenze di genere nel mercato del lavoro, nell'accesso e uso dei servizi e nel sistema di opportunità offerte dalle pubbliche amministrazioni ai propri interlocutori.

L'impegno delle Camere di Commercio per promuovere la parità di genere è un principio posto dalla riforma del 2010, in forza della quale gli statuti stabiliscono criteri per:

- assicurare condizioni di pari opportunità
- promuovere la presenza di uomini e donne anche negli organi collegiali.

Attraverso il presente documento la Camera di Commercio di Alessandria, che lo redige per la terza volta, valuta le politiche intraprese, fornendo una chiave di lettura di come l'operato di un'organizzazione produca effetti diversi sugli uomini e sulle donne.

La necessità di utilizzare tale prospettiva discende tanto dalla constatazione che il bilancio, non essendo uno strumento neutro, riflette la distribuzione di potere esistente nella società, quanto dal diverso ruolo di uomini e donne, che origina diverse esigenze nella tipologia di servizi offerti dagli enti pubblici.

Il bilancio di genere, dunque, è un documento che analizza e valuta in un'ottica precisa le scelte politiche di un'organizzazione, consentendo di riflettere su come favorire le pari opportunità sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione stessa.

Esso è inoltre richiamato nel D.lgs. 150/2009, dove viene menzionato tra gli strumenti previsti nell'ambito del Ciclo della performance, ai fini del miglioramento e dell'efficienza delle amministrazioni pubbliche. Tuttavia, lungi dal dover essere considerato quale l'ennesimo, mero adempimento burocratico, esso deve essere considerato uno strumento essenziale per un'analisi del contesto socio-economico di riferimento.

**Il Presidente  
Gian Paolo Coscia**



## **Bilancio di genere: strumento di crescita culturale e organizzativa**

I Comitati per l'imprenditoria femminile sono stati istituiti presso tutte le Camere di Commercio a partire dal 1999 con il compito di proporre, nell'ambito della programmazione delle attività camerale, iniziative per lo sviluppo della partecipazione e della qualificazione delle donne nel mondo imprenditoriale.

I punti di forza dei Comitati sono l'essere inseriti nel sistema camerale, quindi in una rete già costituita, che facilita lo scambio di esperienze, di progetti e azioni comuni, e il rappresentare al loro interno il mondo imprenditoriale, associativo, bancario, sindacale. I Comitati sono strutture in dialogo e collaborazione costanti con gli stakeholder, che sono riferimenti indispensabili per tracciare il Bilancio di genere, previsto dal D.Lgs. 150/2009 quale fondamentale strumento del *Ciclo della performance* per migliorare l'efficienza delle Amministrazioni pubbliche.

Il ruolo dei Comitati quindi, sin dalla loro costituzione, si allinea a quello che è il fine di un Bilancio di genere, che è lo strumento di analisi mediante il quale un ente – valutando il diverso impatto delle proprie attività su uomini e donne – è messo in condizione di fare scelte strategiche consapevoli, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione.

L'Unioncamere - nelle Linee guida per la redazione del Bilancio di genere da parte delle Camere di Commercio - ha evidenziato il ruolo significativo svolto dal Comitato Imprenditoria Femminile, che può rappresentare l'organismo naturalmente candidato e il partner privilegiato, laddove sussistano le condizioni, per svolgere una funzione di cerniera e di interlocuzione tra ente camerale e suoi portatori di interesse.

La Camera di Commercio di Alessandria ha istituito sin dal novembre 2000 il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile, formato da rappresentanti del mondo imprenditoriale, associativo, bancario e sindacale della provincia; dal 2007 è entrata a farne parte anche una rappresentante delle cooperative.

Anche nel 2014 il Comitato ha promosso – come in passato - corsi di formazione, rivolti ai piccoli imprenditori desiderosi di crescere e superare la crisi migliorando le proprie competenze ed ai neo-imprenditori, in particolare donne e giovani, che nella libera iniziativa hanno trovato una valida e motivante alternativa alla carenza di offerta lavorativa; da maggio a giugno si è svolto un corso di formazione "Start up d'impresa" con notevole successo (più di 40 adesioni).

Il Comitato ha proposto inoltre per quest'anno Alessandria come tappa del Giro d'Italia delle donne che fanno impresa, manifestazione itinerante ideata da Unioncamere in collaborazione con i Comitati Imprenditoria Femminile per rappresentare e rendere visibili temi e soggetti protagonisti dello sviluppo locale, soprattutto la realtà dell'imprenditoria femminile e il suo legame con il territorio; il tema di quest'anno è stato l'accesso al credito.

Ancora nel 2014 è nata dal Comitato IF la proposta, accolta dalla Giunta della Camera di Commercio, di istituire, accanto ad altri riconoscimenti che premiano l'impegno imprenditoriale, un premio specifico per una neo imprenditrice, valorizzando nel contempo l'imprenditoria femminile e la nuova imprenditorialità.

Si può convenire che la presenza e l'iniziativa del Comitato per l'imprenditoria femminile siano state sinora positive per la Camera di Commercio di Alessandria, che ha potuto ampliare e integrare il suo impegno per lo sviluppo imprenditoriale con uno sguardo "di genere", predisponendosi a redigere questo Bilancio, strumento a sostegno delle pari opportunità, ma anche occasione di crescita organizzativa e culturale.

**Barbara Paglieri**  
**Presidente**  
**Comitato Imprenditoria Femminile di Alessandria**



## La Camera di Commercio di Alessandria: identità

### L'assetto istituzionale

Istituita in base al Regio Decreto 16 ottobre 1862, n. 929 e divenuta operativa il 12 gennaio dell'anno successivo, giorno di insediamento del primo consiglio camerale, l'Ente alessandrino fu da subito rispettoso dello spirito della legge che attribuiva alle Camere di Commercio il compito di promuovere gli interessi commerciali ed industriali delle province. La Camera di Alessandria affrontò, così, con impegno i delicati e gravosi compiti affidatili e, in particolare, lo sviluppo delle iniziative economiche locali, favorendo anche la partecipazione dei prodotti del territorio alle maggiori esposizioni internazionali come dimostra, tra gli altri, l'attestato di benemerita ricevuto in occasione della Esposizione Universale di Parigi del 1867.

Oggi, la Camera di Alessandria è, ai sensi dell'art. 1, comma 1 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificato dal D. Lgs. 15 febbraio 2010, n.23, un ente pubblico dotato di autonomia funzionale, che svolge, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, "funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali". La Camera di Commercio si pone, dunque, come soggetto rappresentativo dell'economia locale e del mondo produttivo, che concilia le esigenze dei vari settori di attività. Inoltre la legge di riforma ricostruisce l'organizzazione degli enti intorno ai principi dell'autonomia delle camere e della rappresentatività dei suoi organi per cui anche la Camera di Alessandria è chiamata a tutelare e promuovere gli interessi propri non di una o più componenti dell'economia, rappresentate o meno negli Organi camerali (Consiglio e Giunta), bensì dell'intero sistema economico-produttivo provinciale.

In virtù di tale legge la Camera di Commercio finisce per assumere, infatti, la nuova qualificazione di ente pubblico autonomo, legittimato a darsi un proprio statuto, a definire le linee guida della propria organizzazione e ad esercitare la potestà regolamentare negli ambiti dell'organizzazione e dello svolgimento di funzioni amministrative ad essa conferite dalla legge per l'esercizio delle funzioni proprie o delegate. In seguito a successive disposizioni normative, la "mission" delle Camere di commercio si arricchisce di altre importanti funzioni in materia di regolazione del mercato (commissioni arbitrali e conciliative) mentre il processo di decentramento delle funzioni amministrative in precedenza di competenza dello Stato ha attribuito nuovi compiti e nuove funzioni agli enti camerali (funzioni già esercitate dagli uffici metrici provinciali e dagli uffici provinciali dell'industria, del commercio e dell'artigianato).

### La missione istituzionale

Lavorare al servizio dell'economia locale con efficienza, professionalità e capacità di innovazione continua: questa è la "missione", ovvero la strada intrapresa dalla Camera di commercio di Alessandria per concretizzare il proprio mandato come indicato dalla legge, sostenendo quotidianamente e concretamente le oltre 45.000 imprese iscritte e portando al successo importanti iniziative, per contribuire a realizzare un futuro di crescita e sviluppo.

Da sempre riferimento forte e concreto per il territorio grazie a un'ampia gamma di funzioni amministrative e di servizi promozionali ad alto valore aggiunto, spesso unici, la Camera è impegnata nel consolidare la sua identità sia di interlocutore principale di tutte le imprese sia di istituzione al servizio della comunità locale nel suo complesso.

Accanto alle attività amministrativo-anagrafiche, che peraltro hanno riconosciuto una rilevante e recentissima evoluzione in chiave di semplificazione e trasparenza, facendo evolvere il Registro delle imprese a strumento per la Comunicazione Unica per l'avvio dell'attività di impresa e alla c.d. "Impresa in un giorno" tramite la gestione integrata con lo Sportello Unico delle attività produttive (SUAP), le Camere di commercio svolgono dunque funzioni di supporto e promozione degli interessi generali delle imprese, di studio e monitoraggio sull'economia locale e di promozione delle attività di regolazione del mercato.

Nell'insieme questo permette di garantire:

- trasparenza e certezza legale, competenza e affidabilità degli operatori economici, tramite il Registro delle imprese e la tenuta di albi, ruoli, elenchi e le recenti evoluzioni della Comunicazione Unica per l'avvio dell'attività di impresa (con integrazione delle procedure Agenzia delle Entrate, INPS, INAIL, Albo delle imprese artigiane);
- interventi formativi e di promozione a favore dell'economia locale, durante tutte le fasi di vita dell'impresa;
- sostegno all'innovazione e azioni per valorizzare le risorse del territorio;
- interventi di regolazione del mercato, con la tutela della proprietà industriale, le attività del servizio metrico, la mediazione ai fini della conciliazione che presenta grandi potenzialità a seguito della riforma in vigore dal marzo 2011 (D.lgs 23/2010) e i servizi di tutela del consumatore;
- correttezza e affidabilità finanziaria degli operatori commerciali, tramite il registro informatico dei protesti
- sostegno allo sviluppo delle infrastrutture di interesse generale, tramite le partecipazioni societarie.

La Camera di commercio di Alessandria, in questo momento di superamento della crisi e di forte "discontinuità" ha iniziato a proiettarsi in avanti e a interrogarsi su quali valori e ideali fondare la sua azione, oltre al buon andamento, all'imparzialità, alla trasparenza, all'economicità e alla qualità già previsti dalle norme, dalla Costituzione in poi.

Dai dipendenti fino al vertice dell'ente, con un lavoro comune, è stata condivisa e formalizzata una "visione", un modo di considerare la propria attività amministrativa e di realizzarla. Ne è emersa la volontà di essere sempre più punto di riferimento e motore di sviluppo per la realtà socio-economica della provincia, per le esigenze delle imprese e dei consumatori, con efficienza e professionalità, in sinergia con le istanze del territorio.

## Le aziende speciali

La Camera di Commercio di Alessandria si avvale, per il raggiungimento dei propri fini, delle aziende speciali Asperia ed Asfi, accanto alle quali occorre menzionare l'azienda intercamerale ADR Piemonte, istituita nel 2010 per la gestione delle procedure di conciliazione e Palazzo del Monferrato srl, società in house della Camera.

**ASPERIA** – Azienda speciale per la promozione economica è stata costituita dalla Camera di Commercio di Alessandria nel 1996 e persegue, in coerenza con i compiti istituzionali e le linee strategiche dell'Ente camerale e secondo quanto stabilito nel proprio statuto, le seguenti finalità: a) promozione e sviluppo dei prodotti agricoli e alimentari; b) promozione territoriale e turistica; c) promozione di servizi alle imprese.

**ASFI**, costituita nel 1993, è operante dal 1995. La sua azione si inquadra nell'ambito dei fini di promozione e di sviluppo dell'economia provinciale e del sistema delle imprese, propri della Camera di Commercio. L'azione di ASFI si sviluppa sulla base dei compiti istituzionali e delle linee strategiche camerale e secondo i principi del proprio statuto. Svolge attività formativa e informativa, finalizzata all'aggiornamento professionale del mondo imprenditoriale e alla preparazione di base per l'abilitazione all'esercizio di specifiche attività economiche. Favorisce l'utilizzo dei servizi offerti dal sistema camerale e cura il miglioramento dei servizi anche attraverso l'aggiornamento e la qualificazione professionale del personale della Camera di Commercio. La chiusura dell'anno 2013 ha visto realizzarsi la fusione dell'Azienda Speciale ASI in ASPERIA con conseguente assorbimento delle finalità.

**ADR PIEMONTE** è un'azienda speciale intercamerale, costituita nel 2011 dalle Camere di commercio di Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Torino, Verbano Cusio Ossola e Vercelli e dall'Unioncamere Piemonte. Opera in rete sul territorio piemontese quale Organismo di mediazione ed Ente formatore ai sensi del D.lgs. 4 marzo 2010, n. 28 e dei relativi decreti di attuazione.

ADR Piemonte sostituisce la Camera Arbitrale del Piemonte nelle attività relative alla mediazione.

**PALAZZO DEL MONFERRATO srl:** società in house della Camera di Alessandria. Ad essa è affidato il compito di supportare la promozione del territorio.

## **I servizi offerti**

Le Camere di Commercio svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza:

1. funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese (promozione e valorizzazione delle produzioni locali, osservatori dei prezzi, ecc.);
2. funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese quali:
  - a) la tenuta di albi professionali istituiti da leggi la cui iscrizione ha spesso natura abilitante per l'esercizio dell'attività (ruolo mediatori, ruolo agenti di commercio, ecc.);
  - b) la tenuta del registro delle imprese, grazie al quale si è in grado di rilasciare la documentazione (visure, certificati, atti, bilanci) di qualsiasi impresa operante sul territorio italiano;
  - c) il rilascio di certificazioni inerenti a stati e fatti dell'impresa, agli usi e consuetudini locali (attività di accertamento), ai prezzi (accertamento di prezzi all'ingrosso), all'origine delle merci (certificati di origine per l'esportazione), all'esistenza o meno di protesti;
  - d) il rilascio di pareri e la formulazione di proposte alle amministrazioni dello Stato, alle regioni e agli enti locali sulle materie che interessano le imprese della circoscrizione territoriale di competenza;
3. la tenuta del registro informatico dei protesti, funzioni di regolazione del mercato quali il controllo sulle clausole inique dei contratti, l'assistenza per la formazione dei contratti-tipo, l'arbitrato e la conciliazione;
4. funzioni di formazione di collegi in quanto previsti da leggi, regolamenti o statuti (consigli di amministrazione di istituti di credito, comitato provinciale albo autotrasportatori, ecc.);
5. funzioni di natura diversa ad esse delegate dallo Stato e dalle regioni nonché quelle derivanti da convenzioni internazionali.

Le funzioni promozionali comprendono, invece, le iniziative a favore del sistema delle imprese della provincia quali, ad esempio, l'organizzazione e la gestione di concorsi enologici e di fiere, la concessione di contributi, le pubblicazioni promozionali cartacee ed on line.

L'erogazione dei servizi da parte della Camera di Alessandria è resa possibile dalla completa autonomia finanziaria dell'Ente, che supporta la propria attività mediante la riscossione del diritto annuale pagato dalle imprese per l'iscrizione al Registro Imprese, dei diritti di segreteria pagati per il rilascio di certificati, visure ecc. e per le iscrizioni ad albi, registri e ruoli, e con l'incasso dei proventi derivanti dalla gestione di attività e prestazione di servizi.

## L'analisi del contesto

### Contesto interno

#### Gli organi

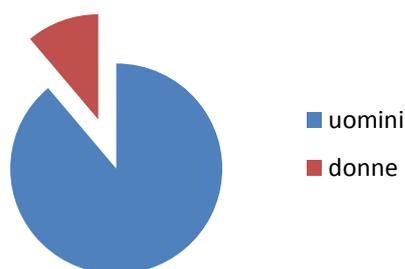
Ai sensi dell'art. 9 della Legge 580/93 e s.m.i e dello Statuto camerale sono organi della Camera di Commercio il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei Revisori dei Conti.

Il Decreto Legislativo 15 febbraio 2010, n. 23 di modifica della legge 29 dicembre 1993, n. 580 ha apportato notevoli variazioni relativamente alla composizione degli organi istituzionali assicurando in particolar modo il rispetto di norme che salvaguardino condizioni di pari opportunità tra uomini e donne, ai sensi del D.Lgs 198/2006 e promuovendo la presenza di entrambi i sessi negli organi collegiali. Tali modifiche sono state recepite anche dallo Statuto camerale adottato con delibera di Consiglio n. 3 del 30 aprile 2012 e concretamente attuate al momento del rinnovo degli organi camerali avvenuta nello scorso autunno con l'insediamento del nuovo consiglio il 7 ottobre 2013.

Ai sensi dell'art. 10 dello Statuto, **il Consiglio** é composto da venticinque rappresentanti dei settori agricoltura, artigianato, industria, commercio, trasporti e spedizioni, turismo, credito e assicurazioni, servizi alle imprese, nonché da tre rappresentanti, rispettivamente delle organizzazioni sindacali dei lavoratori, delle associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti e dei liberi professionisti costituiti in apposita Consulta presso la Camera di Commercio nella composizione del Consiglio è assicurata la rappresentanza autonoma delle società in forma cooperativa. Il Consiglio è l'organo collegiale di indirizzo strategico della Camera di Commercio ed esprime gli interessi generali dell'intera comunità economica.

Nell'ottica di genere si evidenzia che l'art. 7 comma 2 dello Statuto dispone che in sede di designazione dei componenti il Consiglio camerale si applicano le previsioni dell'art. 10 comma 6 del D.M. 4 agosto 2011 n. 156 che recita: "Gli statuti camerali, ai fini di cui all'articolo 3, comma 2, della legge prevedono comunque che le organizzazioni imprenditoriali, o loro raggruppamenti, ai quali a norma del comma 3, dell'articolo 9, spetta di designare complessivamente più di due rappresentanti, individuano almeno un terzo di rappresentanti di genere diverso da quello degli altri."

L'attuale composizione del Consiglio: 6 donne 22 uomini

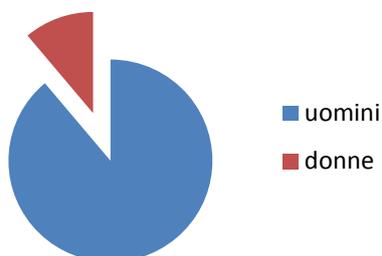


**La Giunta** disciplinata dall'art. 14 della legge 580/1993 e dall'art. 16 dello Statuto camerale, è eletta dal Consiglio ed è composta nove componenti del Consiglio compreso il Presidente. Dei suddetti membri almeno quattro devono essere eletti in rappresentanza dei settori dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura. La Giunta è l'organo esecutivo della Camera alla quale compete l'attuazione degli indirizzi generali espressi dal Consiglio.

Nella composizione della Giunta, nel rispetto del principio di pari opportunità, e ferma restando l'obbligatoria rappresentanza dei settori previsti dalla legge, laddove non risultassero eletti componenti di entrambi i generi, risulta eletto il componente del genere non rappresentato che ha ottenuto il maggior numero di voti rispetto ai consiglieri dello stesso genere. Nel caso in cui uno dei generi non abbia raccolto alcun voto si procede ad un'ulteriore votazione limitando la scelta tra i consiglieri del genere non rappresentato. Nel caso in cui più

componenti dello stesso genere abbiano avuto lo stesso numero di voti si procede ad una votazione di ballottaggio ed in caso di ulteriore parità risulta eletto il consigliere appartenente al settore maggiormente rappresentativo.

L'attuale composizione della Giunta: 1 donna 8 uomini



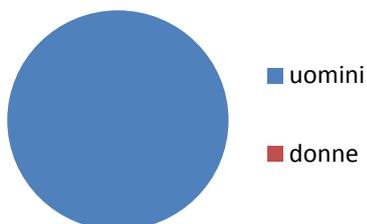
Secondo l'art. 16 della legge 580/1993 e l'art. 20 dello Statuto, **il Presidente** rappresenta la Camera di Commercio e, in particolare, ne guida la politica generale; ha la rappresentanza legale, politica ed istituzionale della Camera di Commercio, del Consiglio e della Giunta nei confronti delle altre Camere di Commercio, delle istituzioni pubbliche, degli Organi del Governo nazionale e regionale, delle Associazioni di categoria e degli Organi comunitari ed internazionali. E' eletto dal Consiglio ai sensi delle vigenti disposizioni. La durata del mandato del Presidente è di cinque anni dalla data del decreto del Presidente della Giunta regionale di nomina del Consiglio camerale. Il Presidente della Camera di Commercio può essere rieletto due volte.

**Il Collegio dei Revisori dei Conti**, di cui all'art. 17 della legge 29 dicembre '93, n. 580 e s.m.i. e all'art. 21 dello Statuto dell'Ente, è composto da tre membri effettivi designati rispettivamente dal Ministro dell'economia e delle finanze, con funzioni di presidente, dal Ministro dello sviluppo economico e dal Presidente della giunta regionale. I membri effettivi e quelli supplenti devono essere iscritti all'albo dei revisori dei conti, salvo che si tratti di dirigenti o funzionari pubblici e nel rispetto del vincolo di cui all'articolo 2, comma 4, del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 286. Il collegio dei revisori dei conti dura in carica quattro anni e i suoi membri possono essere designati per due sole volte consecutivamente. Collegio revisori dei conti

In sede di designazione o nomina di componenti di organi collegiali di aziende speciali, enti, società od organismi comunque denominati, qualora competa alla Camera di commercio l'indicazione di due o più nominativi, almeno uno è individuato di genere diverso da quello degli altri.

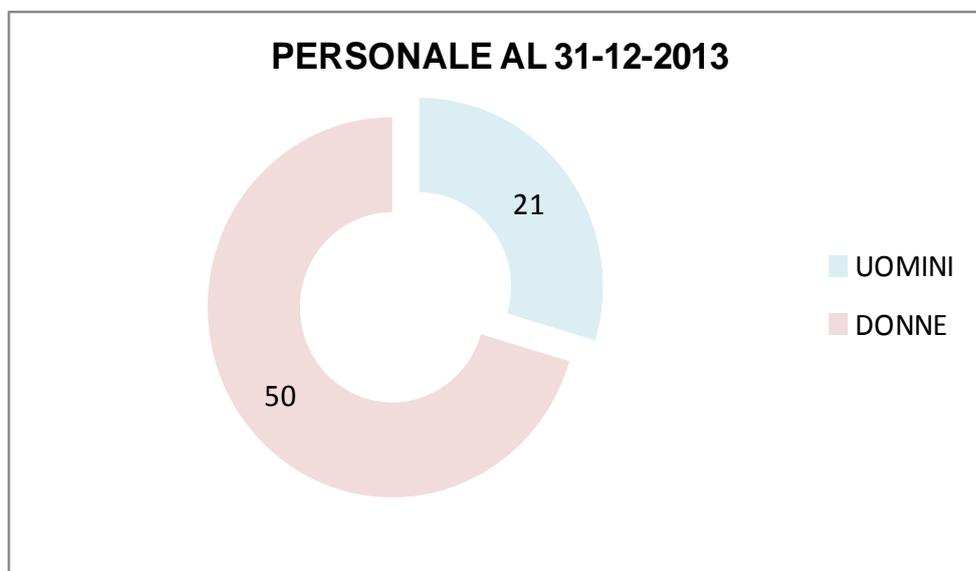
Per la composizione del Collegio dei Revisori dei Conti la Camera di commercio richiede ai soggetti designanti la garanzia della designazione di componenti di entrambi i generi.

L'attuale composizione del Collegio dei Revisori dei conti: 3 uomini



## Personale camerale e politiche di genere

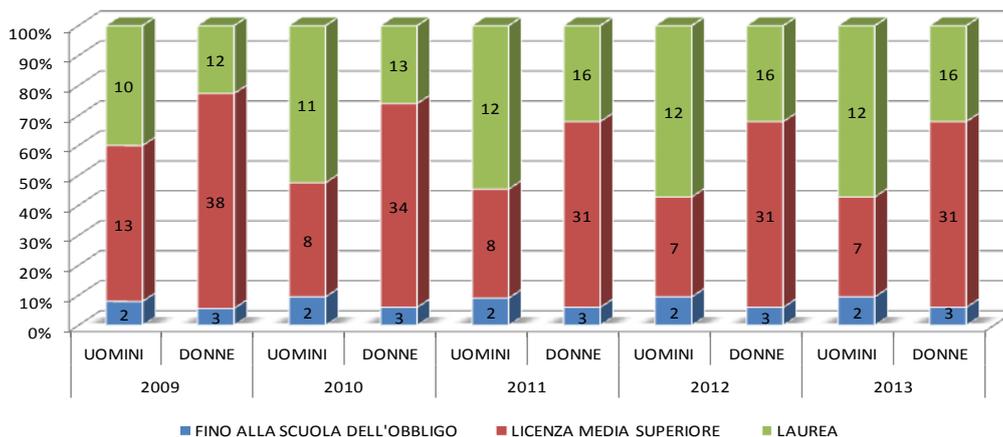
Al 31 dicembre 2013 il personale camerale era pari a 71 unità risultando pertanto invariato rispetto all'anno precedente. E' pertanto rimasta confermata la maggiore rappresentanza femminile all'interno dell'ente; le donne sono risultate infatti 50 a fronte di 21 uomini (pari al 70,42%).



I grafici qui sotto rappresentati evidenziano la distribuzione del personale in base al genere e per titolo di studio, età, anzianità di servizio negli ultimi 5 anni.

PERSONALE DIPENDENTE DISTRIBUITO PER TITOLO DI STUDIO										
	2009		2010		2011		2012		2013	
	UOMINI	DONNE								
FINO ALLA SCUOLA DELL'OBBLIGO	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
LICENZA MEDIA SUPERIORE	13	38	8	34	8	31	7	31	7	31
LAUREA	10	12	11	13	12	16	12	16	12	16

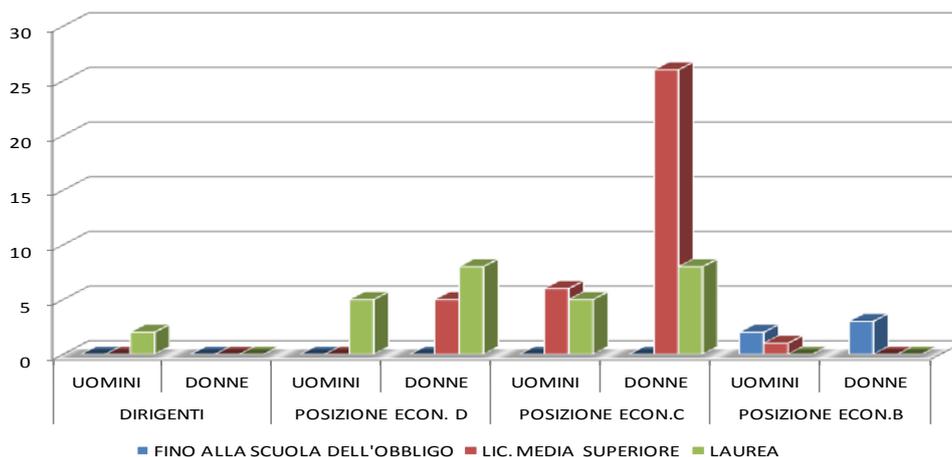
### PERSONALE DIPENDENTE DISTRIBUITO PER TITOLO DI STUDIO



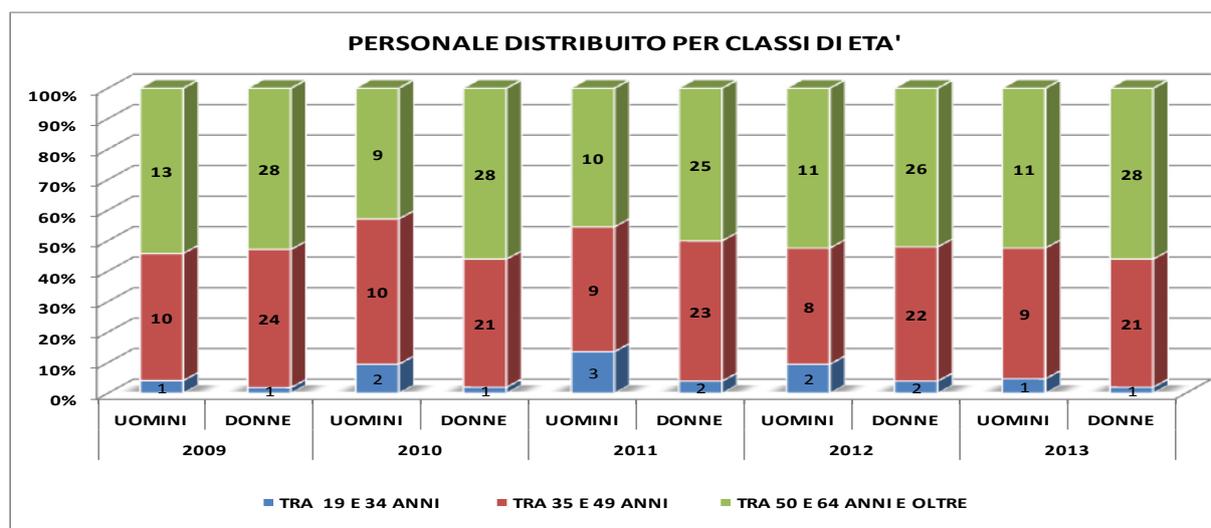
### PERSONALE DIPENDENTE DISTRIBUITO PER QUALIFICA E PER TITOLO DI STUDIO POSSEDUTO - ANNO 2013

	DIRIGENTI		POSIZIONE ECON. D		POSIZIONE ECON.C		POSIZIONE ECON.B	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
FINO ALLA SCUOLA DELL'OBBLIGO	0	0	0	0	0	0	2	3
LIC. MEDIA SUPERIORE	0	0	0	5	6	26	1	0
LAUREA	2	0	5	8	5	8	0	0

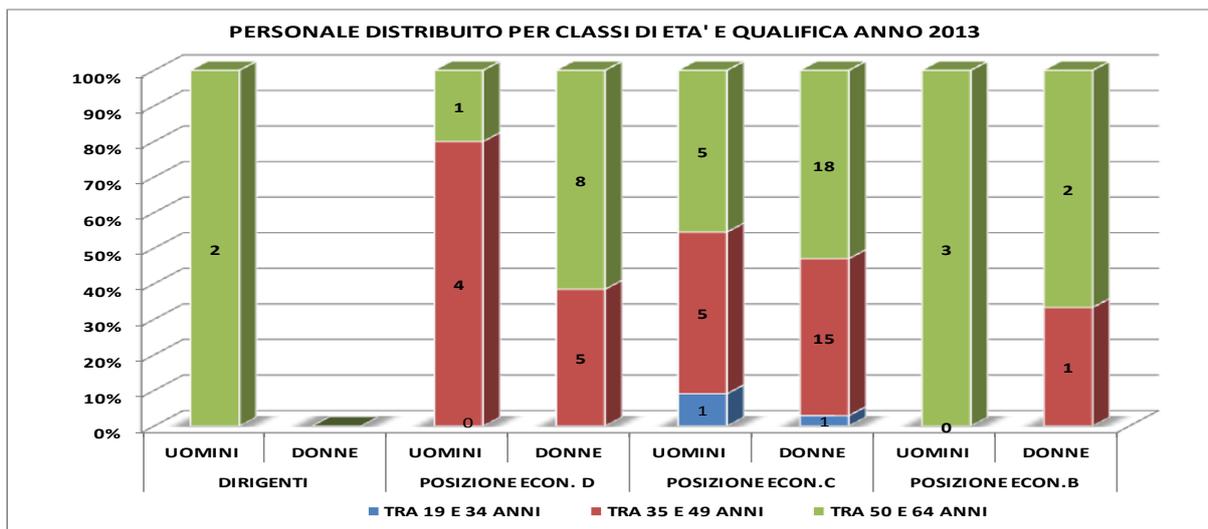
### PERSONALE PER QUALIFICA E TITOLO DI STUDIO - ANNO 2013



PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO E DIRIGENTE DISTRIBUITO PER CLASSI DI ETA'										
	2009		2010		2011		2012		2013	
	UOMINI	DONNE								
TRA 19 E 34 ANNI	1	1	2	1	3	2	2	2	1	1
TRA 35 E 49 ANNI	10	24	10	21	9	23	8	22	9	21
TRA 50 E 64 ANNI E OLTRE	13	28	9	28	10	25	11	26	11	28

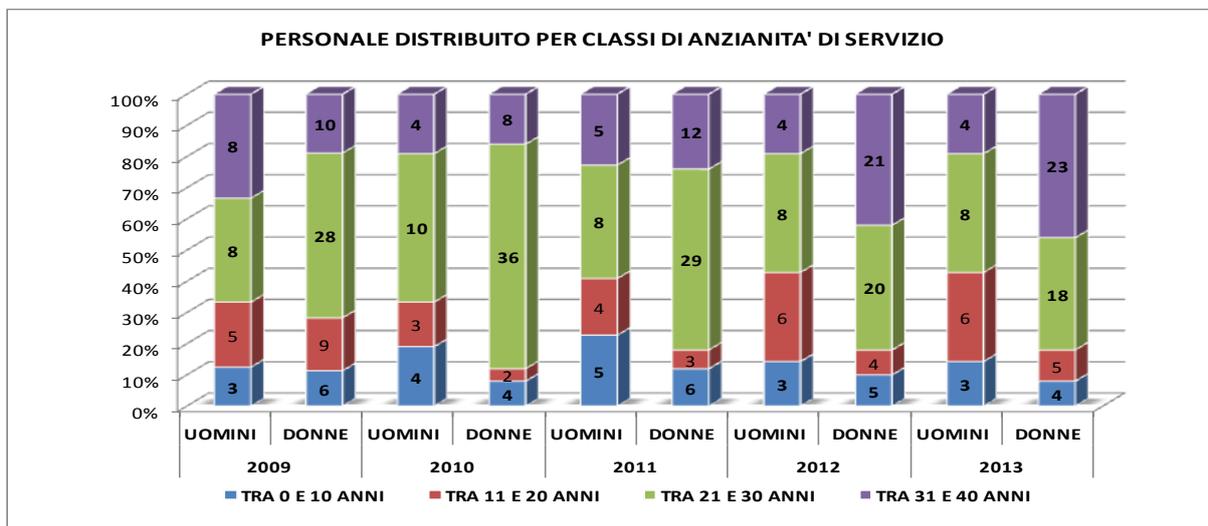


PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO E PERSONALE DIRIGENTE DISTRIBUITO PER CLASSI DI ETA' - ANNO 2013									
	DIRIGENTI		POSIZIONE ECON. D		POSIZIONE ECON.C		POSIZIONE ECON.B		
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	
TRA 19 E 34 ANNI	0	0	0	0	1	1	0	0	
TRA 35 E 49 ANNI	0	0	4	5	5	15	0	1	
TRA 50 E 64 ANNI	2	0	1	8	5	18	3	2	

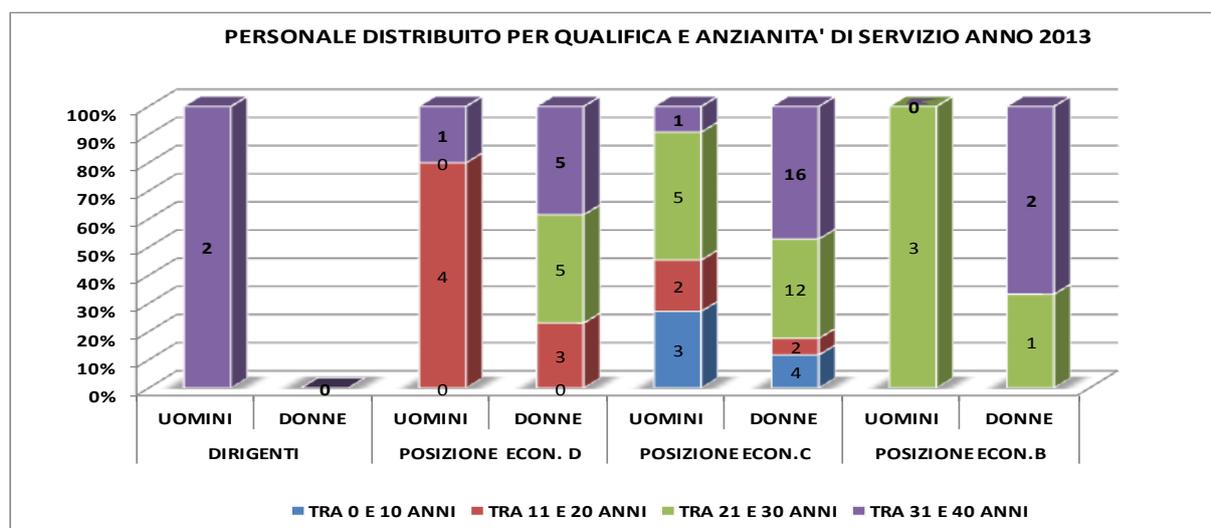


**PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO E PERSONALE DIRIGENTE DISTRIBUITO PER CLASSI DI ANZIANITA' DI SERVIZIO**

	2009		2010		2011		2012		2013	
	UOMINI	DONNE								
TRA 0 E 10 ANNI	3	6	4	4	5	6	3	5	3	4
TRA 11 E 20 ANNI	5	9	3	2	4	3	6	4	6	5
TRA 21 E 30 ANNI	8	28	10	36	8	29	8	20	8	18
TRA 31 E 40 ANNI	8	10	4	8	5	12	4	21	4	23

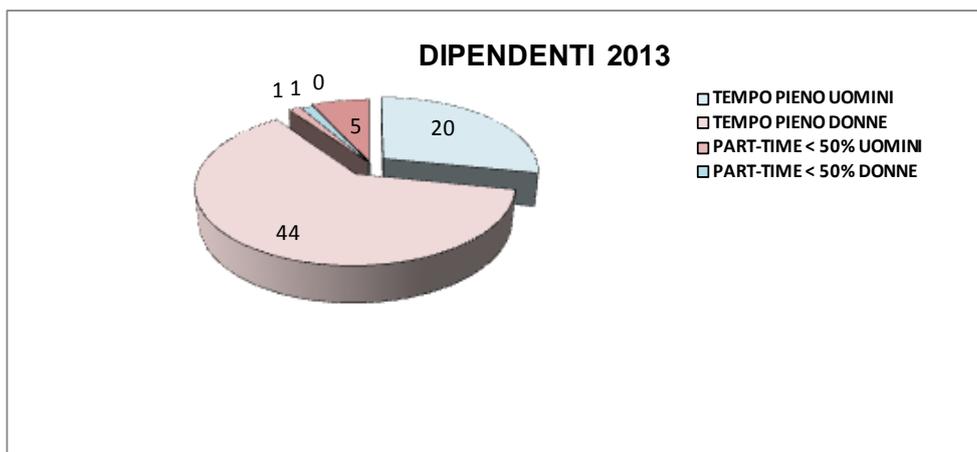


PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO DISTRIBUITO PER QUALIFICA E ANZIANITA' DI SERVIZIO - ANNO 2013								
	DIRIGENTI		POSIZIONE ECON. D		POSIZIONE ECON.C		POSIZIONE ECON.B	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
TRA 0 E 10 ANNI	0	0	0	0	3	4	0	0
TRA 11 E 20 ANNI	0	0	4	3	2	2	0	0
TRA 21 E 30 ANNI	0	0	0	5	5	12	3	1
TRA 31 E 40 ANNI	2	0	1	5	1	16	0	2

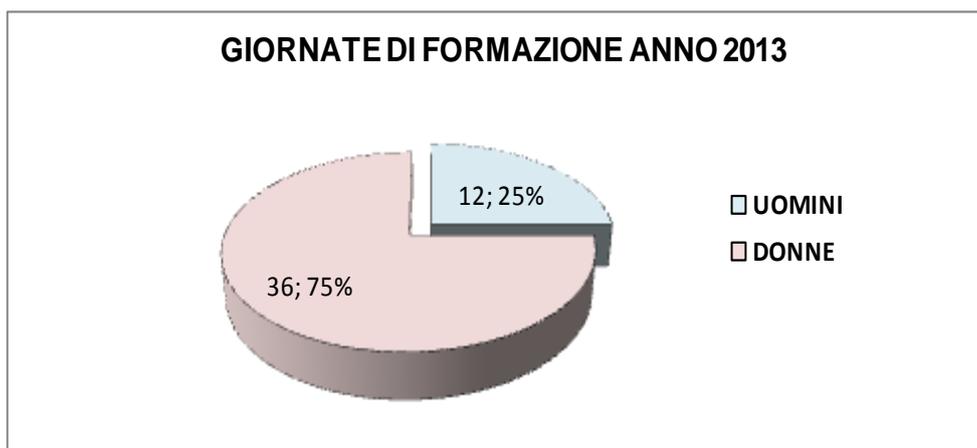


Anche per il 2013 oltre all'analisi qualitativa/quantitativa delle risorse umane che compongono il personale camerale, sono stati esaminati anche aspetti inerenti la valorizzazione delle risorse umane (formazione) e la tutela delle condizioni che garantiscano un equilibrio tra le responsabilità professionali e quelle familiari (part-time, congedi, permessi).

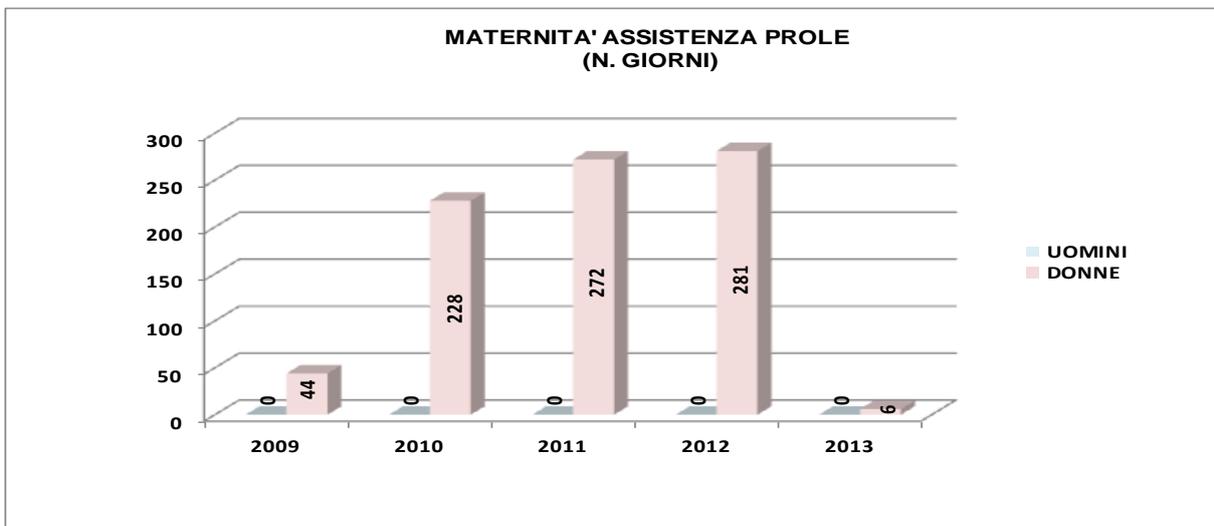
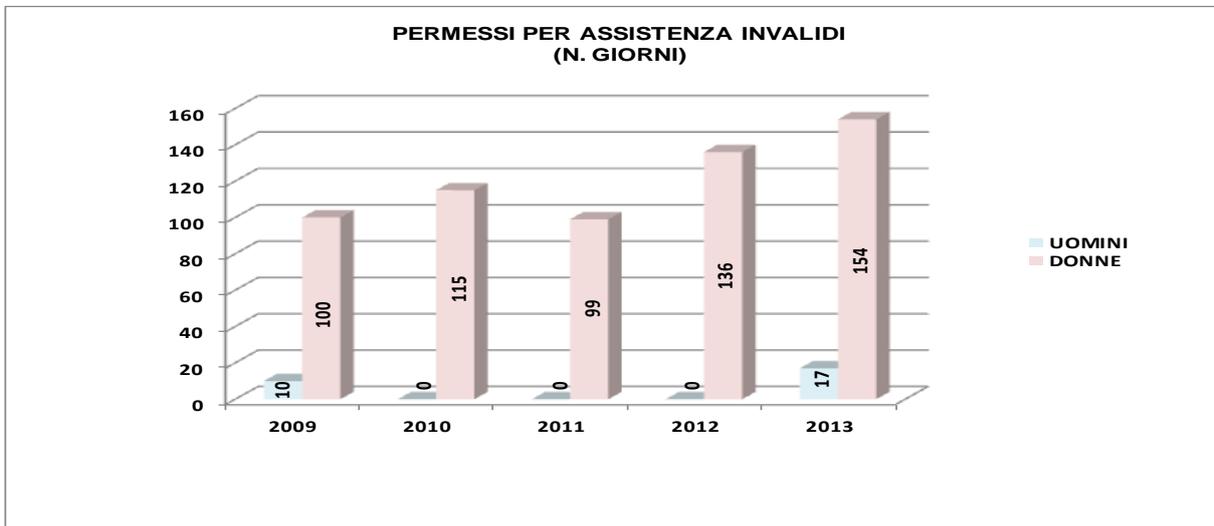
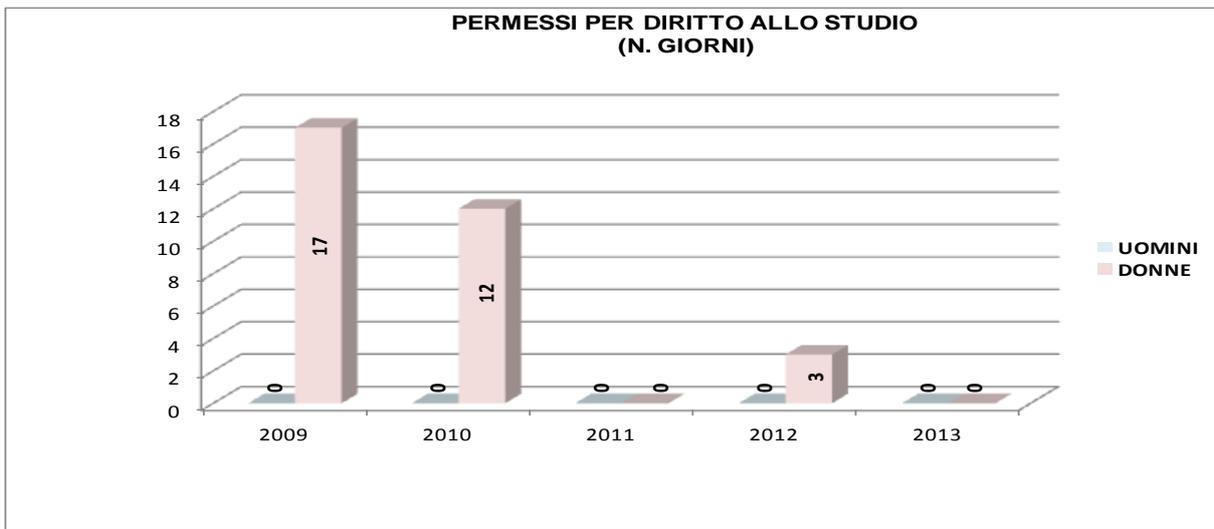
DIPENDENTI 2013					
TEMPO PIENO		PART-TIME < 50%		PART-TIME > 50%	
UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
20	44	1	1	0	5



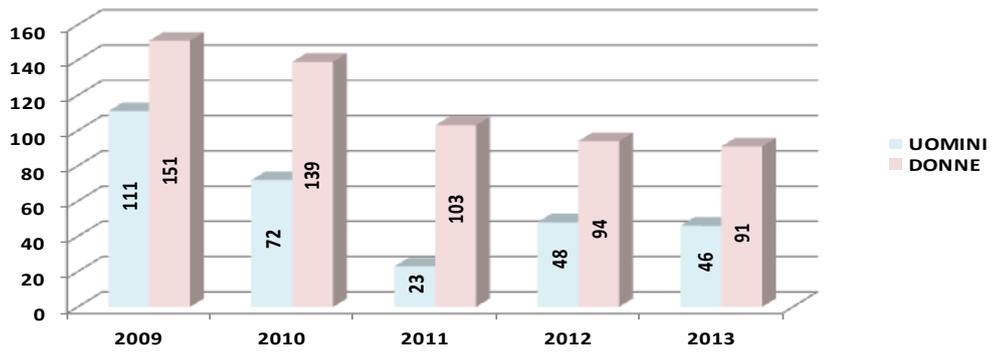
GIORNATE DI FORMAZIONE ANNO 2013	
UOMINI	DONNE
12	36



CONCESSIONI A FAVORE DEL PERSONALE PERIODO 2009 - 2013										
	2009		2010		2011		2012		2013	
	uomini	donne								
PERMESSI PER DIRITTO ALLO STUDIO	0	17	0	12	0	0	0	3	0	0
PERMESSI PER ASSISTENZA INVALIDI (LEGGE 104/92)	10	100	0	115	0	99	0	136	17	154
MATERNITA' (ASS. PROLE ECC.)	0	44	0	228	0	272	0	281	0	6
CONGEDI AI SENSI DELL'ART. 42-C5-DLGS151/2001	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
ALTRI PERMESSI ED ASSENZE	111	151	72	139	23	103	48	94	46	91



**ALTRI PERMESSI ED ASSENZE  
(N. GIORNI)**



## CUG

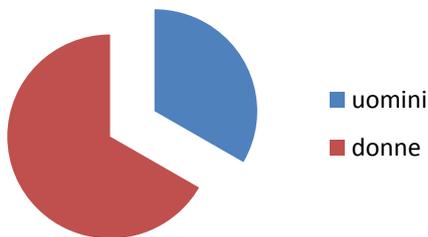
Il Comitato Unico di Garanzia per le Pari Opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni (CUG) è un organismo introdotto dall'art 21 della Legge n. 183 del 4 novembre 2010 che sostituisce, unificando le competenze in un solo organismo, i comitati per le pari opportunità e i comitati paritetici sul fenomeno del mobbing costituiti in applicazione della contrattazione collettiva, dei quali assume tutte le funzioni previste dalla legge, dai contratti collettivi relativi al personale delle amministrazioni pubbliche o da altre disposizioni.

L'unicità del CUG risponde all'esigenza di garantire maggiore efficacia ed efficienza nell'esercizio delle funzioni alle quali il nuovo organismo è preposto, rappresentando, altresì, un elemento di razionalizzazione.

Il CUG della Camera di Commercio di Alessandria è stato istituito con deliberazione di Giunta n. 47 del 17 maggio 2011.

Il Comitato ha una composizione paritetica ed è formato da componenti designati da ciascuna delle organizzazioni sindacali rappresentative, ai sensi dell'art. 40 e 43 del D.Lgs. 165/2001, e da un numero pari di rappresentanti dell'amministrazione, nonché da altrettanti componenti supplenti.

Per quel che concerne la suddivisione fra generi, i dodici componenti sono così distribuiti: otto femmine e quattro maschi, designati in pari numero dall'amministrazione e dalle organizzazioni sindacali.



Il Comitato nel corso del 2013 si è riunito due volte, la prima in forma allargata alla RSU, per la condivisione del Regolamento sul Telelavoro e la seconda per verificare l'eventuale esistenza di stress correlato al lavoro, al fine della compilazione di un questionario richiesto dal Responsabile del servizio di protezione e prevenzione R.S.P.P.

## Contesto esterno

### Le imprese femminili<sup>1</sup>

#### In sintesi

Questa parte del bilancio di genere<sup>2</sup> tratta delle imprese femminili in provincia (anno 2013), con un focus specifico sulle imprese straniere femminili.

Il 2013 vede la provincia di Alessandria prima in Piemonte, con quasi 12.000 imprese-donna. Si tratta per la maggior parte di imprese individuali, dedite al commercio e all'agricoltura. 12.000 imprese significa più del 26% del totale delle aziende provinciali (45.096), una quota superiore alla media regionale e nazionale.

Un'impresa straniera su quattro è impresa femminile, è soprattutto impresa individuale e lavora principalmente nei settori del commercio, del turismo e delle costruzioni. I primi 4 Paesi di provenienza delle imprenditrici individuali straniere sono Romania, Cina, Marocco, Albania.

In generale, nel triennio 2011-2013, le imprese straniere e le imprese straniere femminili sono aumentate, mentre le imprese totali e le imprese femminili totali sono diminuite, e questo vale a livello provinciale alessandrino, piemontese, nazionale<sup>3</sup>.

#### Il quadro generale

Nel 2013 le imprese femminili in provincia di Alessandria sono **11.929** sulle 45.096 totali, pari al **26,5% delle imprese provinciali**.

**Sono soprattutto imprese individuali. I settori dove si concentrano le imprese femminili sono il commercio e l'agricoltura.**

Nonostante il lieve calo numerico (la variazione totale rispetto al 2012 è **-1,91%**, con sofferenze soprattutto in agricoltura e commercio), la quota 2013 delle imprese femminili sul totale delle imprese resta praticamente invariata rispetto al 2012. Il dato alessandrino, inoltre, è superiore al dato regionale (dove le imprese femminili sono il 24,2% del totale) e nazionale (23,6% del totale).

La provincia di Alessandria, come numero di imprese femminili sul totale provinciale, si colloca **prima provincia in Piemonte**.

Delle 11.929 imprese femminili, 836 sono straniere<sup>4</sup> (in aumento rispetto allo scorso anno) e 1.184 "under 35"<sup>5</sup> (in diminuzione rispetto allo scorso anno).

---

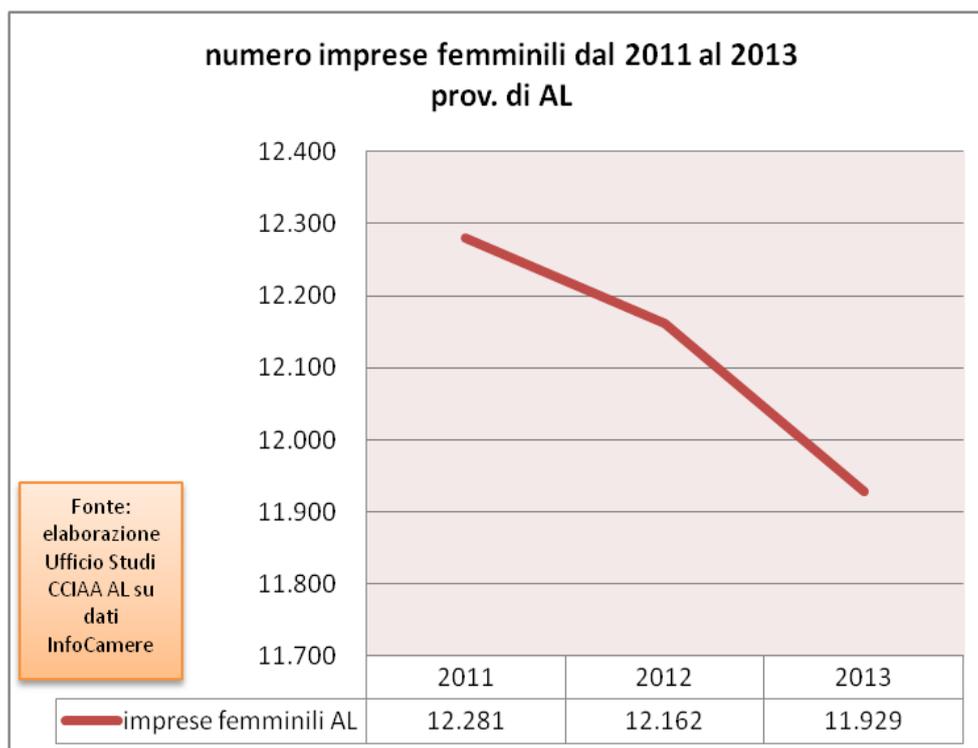
<sup>1</sup> Si considerano **femminili** le imprese individuali la cui titolare è donna, ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci è costituito da donne, ovvero le società di capitali in cui oltre il 50% dei soci e degli amministratori è donna.

<sup>2</sup> Analisi a cura dell'Ufficio Studi CCAA Alessandria, Dr. Alain Bocchio, T. 0131/313373, [studi@al.camcom.it](mailto:studi@al.camcom.it) - Sito Internet Ufficio Studi: [http://www.al.camcom.gov.it/Page/t01/view\\_html?idp=933](http://www.al.camcom.gov.it/Page/t01/view_html?idp=933)

<sup>3</sup> In Italia, le imprese femminili nel 2012 sono risultate superiori al 2011, ma nel 2013 sono poi scese a un livello inferiore al 2011: 1.433.863, 1.434.743, 1.429.897.

<sup>4</sup> Si considerano **straniere** le imprese individuali il cui titolare è nato in un Paese estero, ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci è costituito da persone nate in un Paese estero, ovvero le società di capitali in cui oltre il 50% dei soci e degli amministratori è nato in un Paese estero.

<sup>5</sup> Si considerano **giovani** le imprese individuali il cui titolare ha meno di 35 anni, ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci ha meno di 35 anni, ovvero le società di capitali in cui la media dell'età dei soci e degli amministratori è inferiore a 35 anni.



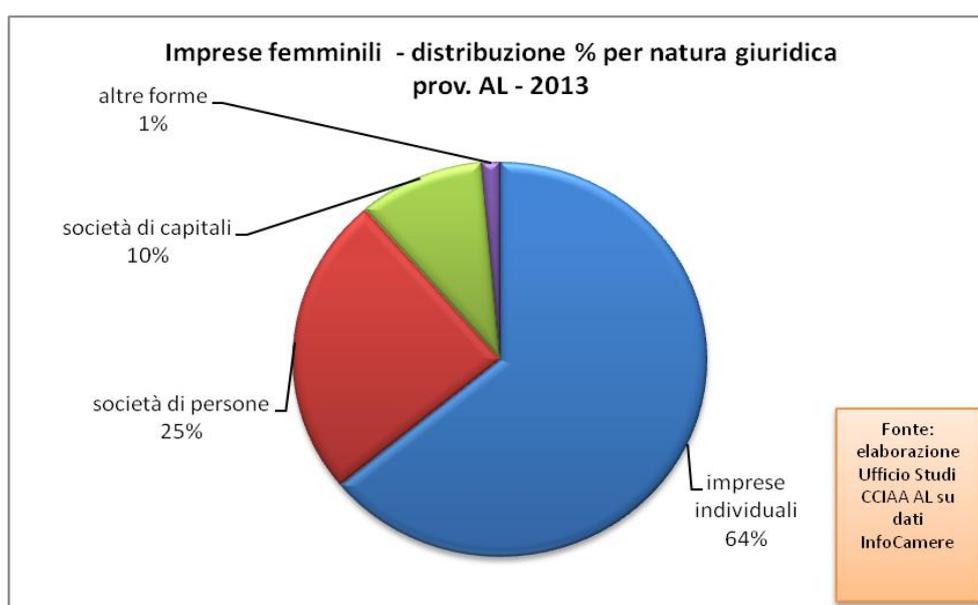
#### Le imprese femminili per natura giuridica e il relativo tasso di crescita 2013 su 2012

Le donne che fanno impresa in provincia di Alessandria sono **per lo più (64%) imprenditrici individuali** (7.637 unità).

Il 62% delle imprese individuali femminili è nel commercio e nell'agricoltura.

A seguire, ricoprono ruoli in società di persone (2.945 unità) e in società di capitali (1.175).

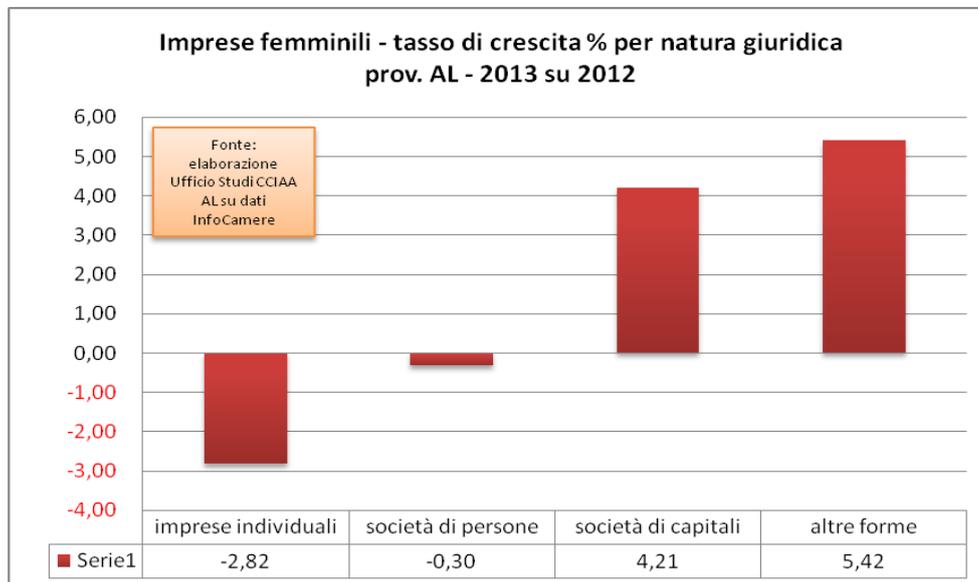
Questa distribuzione rispecchia il quadro regionale.



Analizzando le imprese femminili sotto il profilo del **tasso di crescita<sup>6</sup> per natura giuridica** (2013 su 2012) si registra un **calo delle imprese individuali** (-2,82%) e una lieve flessione delle società di persone (-0,30%).

Bene le società di capitali (+4,21%) e le "altre forme"<sup>7</sup> (+5,42%).

Queste dinamiche rispecchiano la situazione regionale.



### Le imprese femminili per settore e variazione % di stock 2013/2012

Riguardo i settori di attività, **commercio e agricoltura assorbono in (quasi) eguale misura le donne imprenditrici, comprendendo la metà delle imprese femminili provinciali**: 25% commercio (2.950 imprese), 24% agricoltura (2.856 imprese).

**Agricoltura e commercio sono anche i settori più sofferenti**, circa il numero di imprese del 2013 rispetto al 2012 (v. oltre).

La restante metà dell'universo femminile imprenditoriale della provincia è suddiviso fra gli "altri settori"<sup>8</sup> (12%), il turismo (9%), le "altre attività di servizi"<sup>9</sup> (9%), l'industria (8%), le attività immobiliari (6%), le costruzioni (4%), le imprese non classificate<sup>10</sup> (3%).

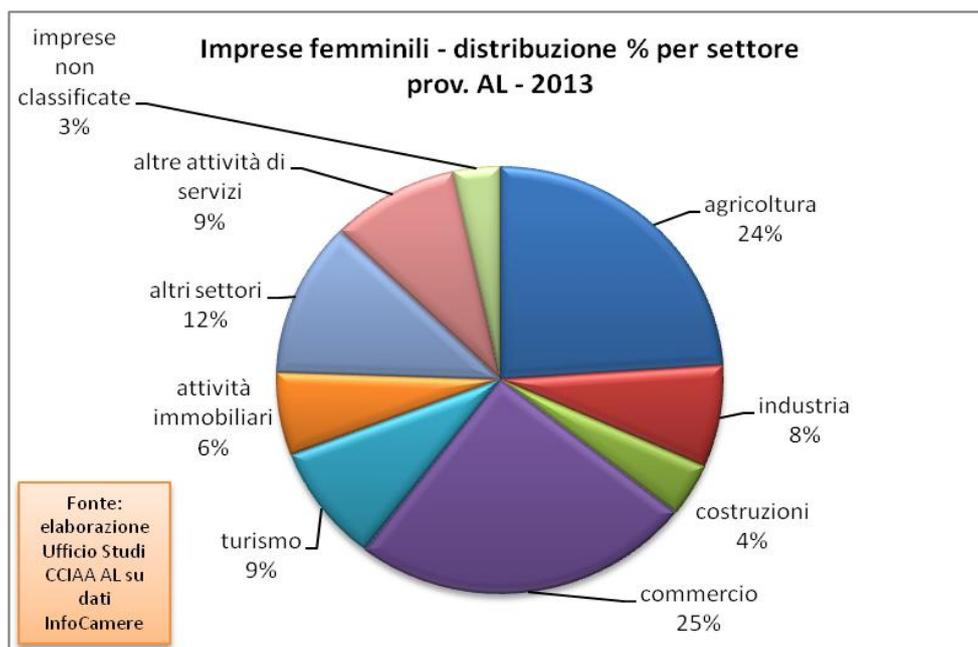
<sup>6</sup> Il **tasso di crescita** è dato dal rapporto tra il saldo iscrizioni/cessazioni rilevate nel periodo e lo stock di imprese registrate nel periodo precedente (in questo caso nell'anno precedente, il 2012).

<sup>7</sup> Il raggruppamento delle "**altre forme**" conosce più di 40 tipologie di soggetti giuridici. A titolo di orientamento, le tipologie più numerose sono: società cooperative in genere e, in particolare, società cooperative a responsabilità limitata (le società cooperative sono la tipologia più numerosa in assoluto: "**altre forme**" corrisponde in sostanza alle società cooperative); consorzio; consorzio con attività esterna; società consortile; società consortile per azioni o a responsabilità limitata.

<sup>8</sup> **Altri settori**: trasporto e magazzinaggio, servizi di informazione e comunicazione, attività finanziarie e assicurative, attività professionali, scientifiche e tecniche, attività di noleggio, agenzie viaggi e servizi di supporto alle imprese, istruzione, sanità e assistenza sociale, attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento.

<sup>9</sup> **Altre attività di servizi**: attività di servizi di: associazioni di categoria, sindacati, organizzazioni religiose, partiti politici, organizzazioni culturali. Vi rientrano anche le attività di riparazione di computer e di beni per l'uso personale e per la casa, e altre attività di servizi per la persona (es.: lavanderie, parrucchieri, pompe funebri, centri benessere).

<sup>10</sup> Un'impresa può svolgere più attività, ognuna delle quali ha un codice di attività che identifica la prevalenza di un'attività rispetto a un'altra. Questo codice si chiama codice di importanza. Le imprese prive di questo codice sono le **imprese non classificate**.



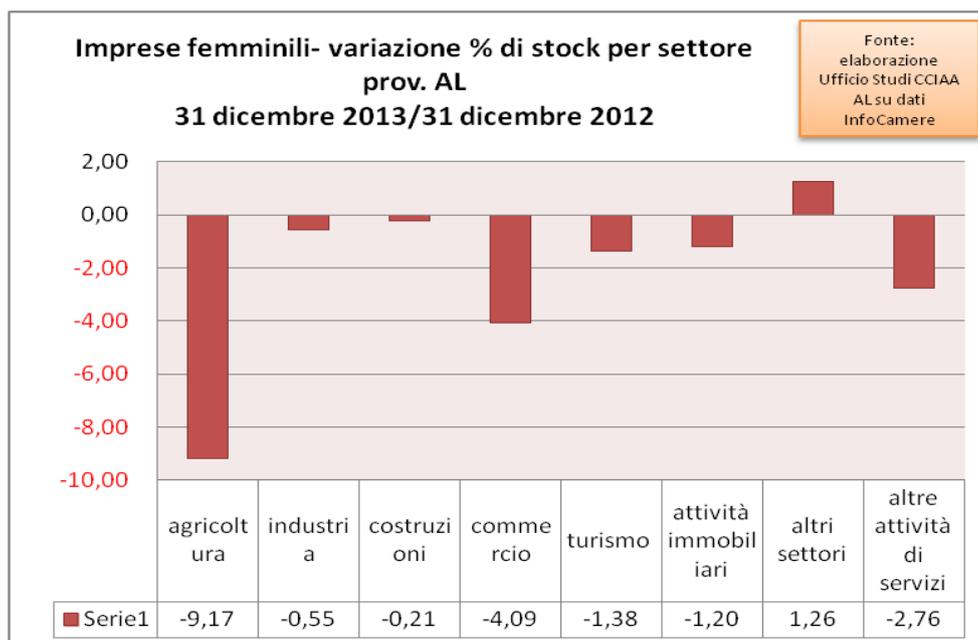
Circa le variazioni percentuali annuali di stock per settore, dati 2013 su 2012, emerge una **negatività diffusa, con una spiccata negatività per l'agricoltura (-9,17%) e per il commercio (-4,09%)**, che insieme pesano per il 49% sul numero di imprese totale provinciale.

Il 95% delle imprese femminili agricole è impresa individuale; il 67% delle imprese femminili del commercio è impresa individuale. **Combinando i dati, l'81% delle imprese femminili del commercio e dell'agricoltura è impresa individuale.**

Seguono le "altre attività di servizi"<sup>11</sup> (-2,76%), il turismo (-1,38%), le attività immobiliari (-1,20%), l'industria (-0,55%), le costruzioni (-0,21%). Positivo solo il dato degli "altri settori"<sup>12</sup> (+1,26%), il cui peso numerico sul tessuto imprenditoriale provinciale è tuttavia contenuto: 12% del totale imprese.

<sup>11</sup> V. nota 7.

<sup>12</sup> V. nota 6.



### Focus: le imprese straniere femminili

**Un'impresa straniera su quattro è impresa femminile**, e lavora principalmente nei settori del **commercio, del turismo e delle costruzioni**.

Il numero di imprese femminili straniere è in crescita, dato in controtendenza con il trend del numero delle imprese femminili in generale<sup>13</sup>. I principali Paesi di provenienza delle imprenditrici straniere sono, in ordine di numero di imprese, **Romania, Cina, Marocco, Albania**.

Nel triennio 2011-2013, il numero di imprese individuali le cui titolari sono nate nei 4 Paesi indicati è cresciuto complessivamente del 19,92%. In particolare, è aumentato il numero di imprese individuali femminili marocchine (+32,14%) e cinesi (+27,42%).

In generale, nel triennio 2011-2013, le imprese straniere e le imprese straniere femminili sono aumentate, mentre le imprese totali e le imprese femminili totali sono diminuite, e questo vale a livello provinciale alessandrino, piemontese, nazionale<sup>14</sup>.

### In dettaglio

Le imprese straniere femminili in provincia di Alessandria, nel 2013, sono **836, pari al 23,33% del totale imprese straniere**. La percentuale piemontese è 22,05%, quella nazionale 23,68%.

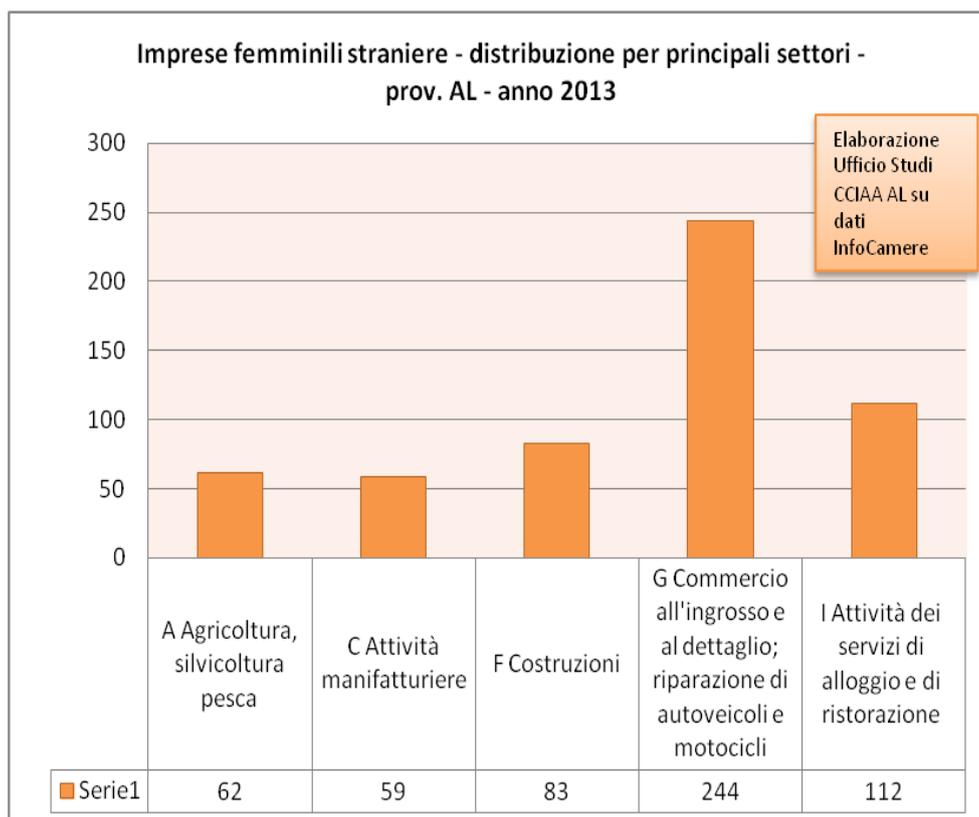
Notare che i dati sono in linea con il peso percentuale delle imprese femminili sul totale delle imprese, in provincia (26,5%), in Piemonte (24,2%) e in Italia (23,6%).

In sostanza, l'incidenza dell'imprenditoria femminile sul totale, sia che si tratti di impresa straniera femminile sul totale imprese straniere, che di impresa femminile sul totale imprese, è sostanzialmente la stessa, e ciò con riguardo a ogni area amministrativo-territoriale considerata: **una impresa su quattro è impresa femminile**.

**Commercio, turismo e costruzioni** sono i settori principali di attività delle imprese femminili straniere in provincia. Seguono agricoltura e attività manifatturiere.

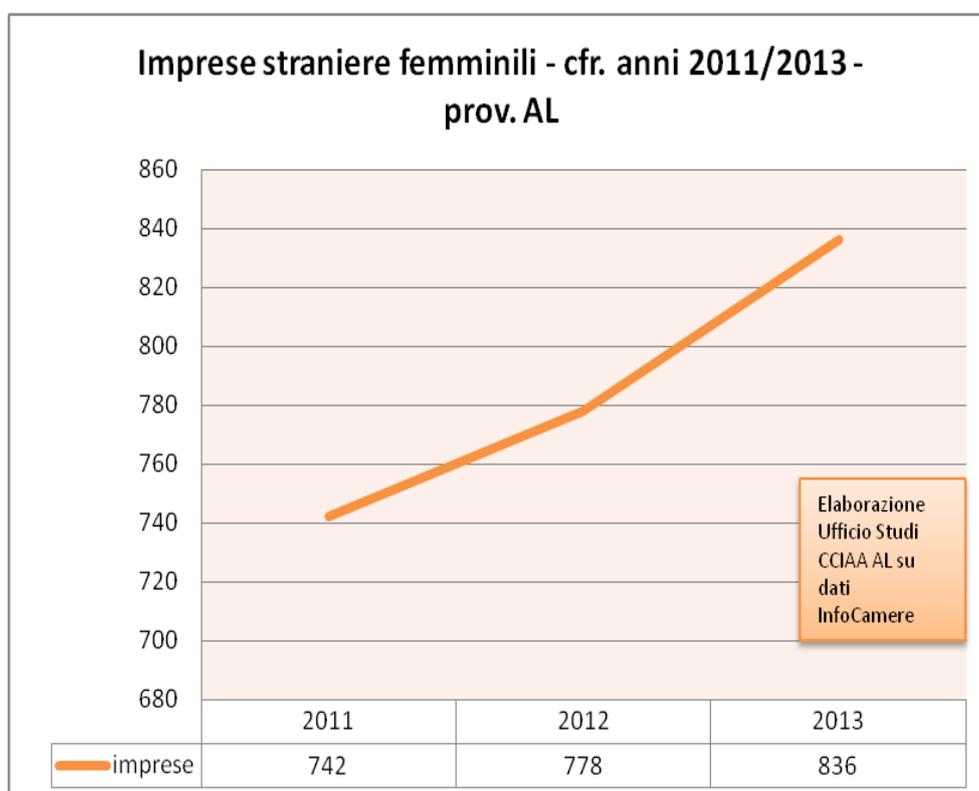
<sup>13</sup> Che in provincia, nel triennio 2011-2013, è calato del 2,87%.

<sup>14</sup> In Italia, le imprese femminili nel 2012 sono risultate superiori al 2011, ma nel 2013 sono poi scese a un livello inferiore al 2011: 1.433.863, 1.434.743, 1.429.897.

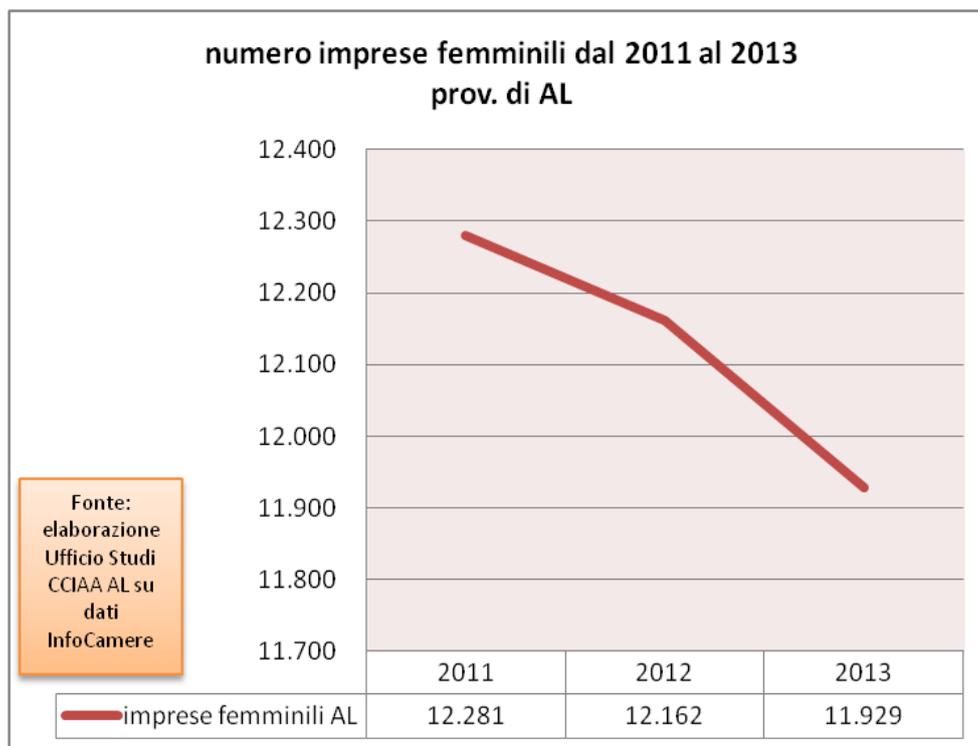


**Il 78% delle imprese straniere femminili è impresa individuale.**

Interessante è vedere il trend numerico delle imprese straniere femminili nel corso degli anni: il grafico sotto illustra il numero di imprese per anno, dal 2011 al 2013, in provincia di Alessandria.



Notare (v. grafico sotto), come a fronte della crescita del numero di imprese straniere femminili, si assiste a un calo del numero di imprese femminili totali, sempre in provincia.



In sostanza, le imprese femminili straniere aumentano mentre le imprese femminili totali diminuiscono.

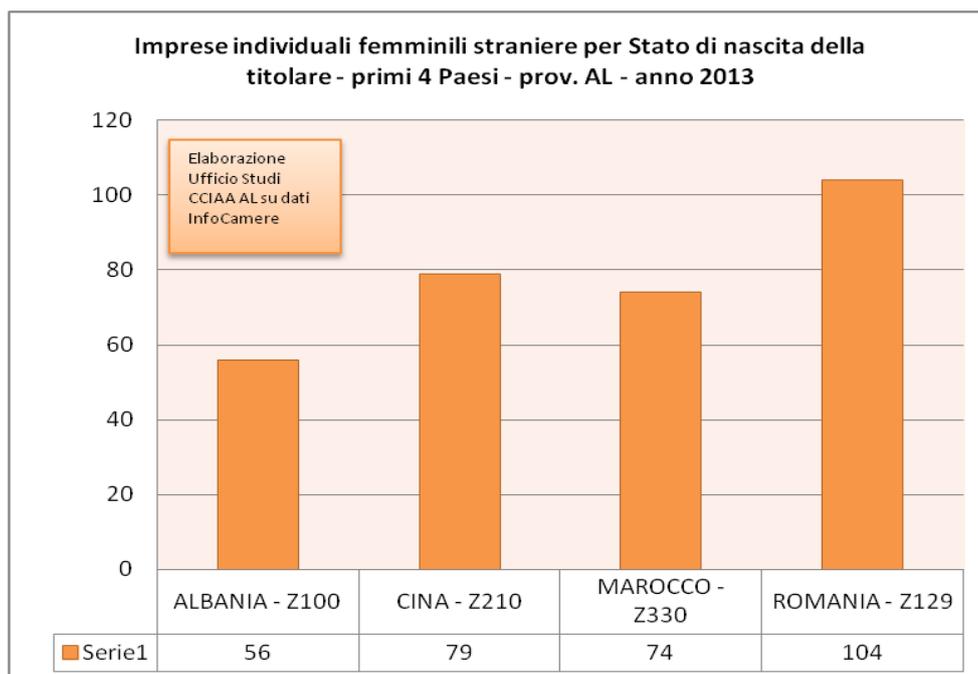
Lo stesso fenomeno avviene a livello piemontese e nazionale<sup>15</sup>.

E' un dato importante, perché fa rileggere il fatto che "un'impresa su quattro è donna" sotto un'altra luce: l'incidenza percentuale rimane sempre la stessa, sostanzialmente, ma nel caso dell'imprenditoria straniera abbiamo una crescita complessiva e di genere, mentre nel caso dell'imprenditoria totale una diminuzione complessiva e di genere.

Quanto alla provenienza delle imprenditrici straniere, con riferimento alle sole imprese individuali<sup>16</sup> (che costituiscono peraltro il 78% delle imprese straniere femminili in provincia), il grafico qui sotto offre il quadro delle titolari di impresa individuale **nate in paesi UE ed extra-UE, considerando i primi 4 Paesi di provenienza.**

<sup>15</sup> In Italia, le imprese femminili nel 2012 sono risultate superiori al 2011, ma nel 2013 sono poi scese a un livello inferiore al 2011: 1.433.863, 1.434.743, 1.429.897.

<sup>16</sup> Solo per queste imprese è infatti possibile attribuire una nazionalità certa all'attività, coincidendo questa con quella della titolare.



Abbiamo la Romania in testa, e a seguire Cina, Marocco, Albania<sup>17</sup>. **Questi quattro Paesi assorbono il 48% delle imprese individuali femminili straniere** (per un quadro completo v. tabella qui sotto).

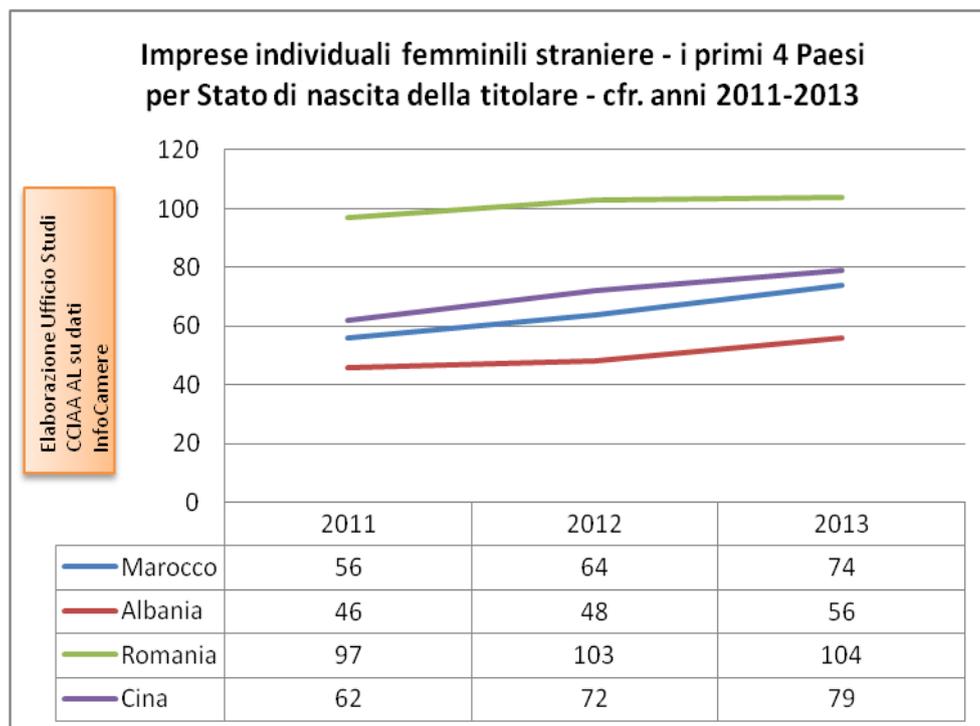
Imprese <b>individuali</b> straniere femminili provincia di AL, Stato di nascita della titolare - 2013	Registrate presso CCIAA Alessandria
ALBANIA - Z100	56
ARGENTINA - Z600	23
AUSTRIA - Z102	2
BELGIO - Z103	3
BIELORUSSIA - Z139	2
BRASILE - Z602	14
BULGARIA - Z104	6
CANADA - Z401	1
CECA REP. - Z156	1
CECOSLOVACCHIA - Z105	5
CILE - Z603	3
CINA - Z210	79
COLOMBIA - Z604	1
CONGO REP. DEM. - Z312	1
COSTA D'AVORIO - Z313	1
COSTA RICA - Z503	0
CROAZIA - Z149	1
CUBA - Z504	3
DANIMARCA - Z107	2
DOMINICANA REP. - Z505	9
ECUADOR - Z605	18

<sup>17</sup> Su scala nazionale i primi 4 Paesi sono: Cina (20.368 imprese) e, con notevole distacco, Romania (8.988), Marocco (6.808), Svizzera (5.119).

EGITTO - Z336	3
EL SALVADOR - Z506	0
ERITREA - Z368	1
ETIOPIA - Z315	3
FILIPPINE - Z216	3
FINLANDIA - Z109	1
FRANCIA - Z110	16
GEORGIA - Z254	1
GERMANIA - Z112	18
GIAMAICA - Z507	1
GIORDANIA - Z220	1
GRAN BRETAGNA - Z114	7
GRECIA - Z115	2
INDIA - Z222	3
IRAN - Z224	0
IRAQ - Z225	0
KENYA - Z322	1
KOSSOVO - Z160	1
LITUANIA - Z146	7
MACEDONIA - Z148	3
MALAYSIA - Z247	1
MAROCCO - Z330	74
MOLDAVIA - Z140	4
NICARAGUA - Z515	1
NIGERIA - Z335	15
PAESI BASSI - Z126	1
PAKISTAN - Z236	1
PERU' - Z611	2
POLONIA - Z127	24
PORTOGALLO - Z128	1
ROMANIA - Z129	104
RUSSIA (FEDERAZIONE) - Z154	25
SENEGAL - Z343	5
SERBIA - Z158	2
SERBIA E MONTENEGRO - Z118	8
SLOVACCHIA - Z155	2
SLOVENIA - Z150	1
SPAGNA - Z131	4
SRI LANKA - Z209	3
STATI UNITI D'AMERICA - Z404	2
SVEZIA - Z132	2
SVIZZERA - Z133	21
TAIWAN - Z217	1
TUNISIA - Z352	6
TURCHIA - Z243	4
UCRAINA - Z138	15

UNGHERIA - Z134	3
UNIONE REP. SOCIALISTE SOVIETICHE - Z135	3
URUGUAY - Z613	7
UZBEKISTAN - Z259	1
VENEZUELA - Z614	4
VIETNAM - Z251	1
<b>Totale imprese individuali straniere femminili</b>	<b>651</b>
<i>Fonte: elaborazione Ufficio Studi CCIAA AL su dati Infocamere</i>	

Nel triennio 2011-2013, il numero di imprese individuali le cui titolari sono nate nei 4 Paesi sopra indicati è cresciuto complessivamente del 19,92%. In particolare, è aumentato il numero di imprese individuali femminili marocchine (+32,14%) e cinesi (+27,42%).

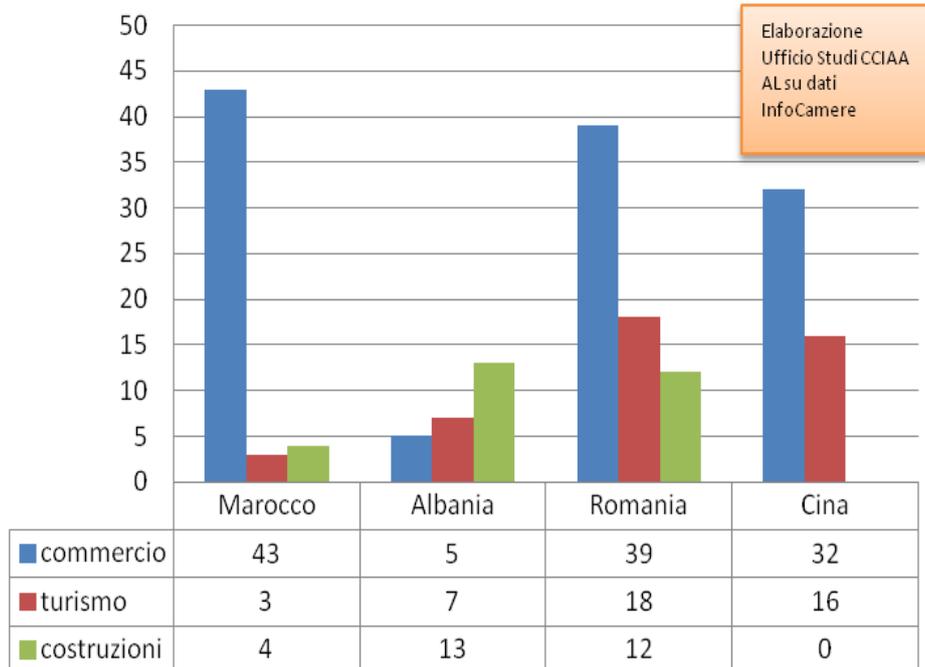


Sempre con riferimento all'imprenditoria individuale, incrociando le imprese dei primi 4 Paesi per Stato di nascita della titolare con i principali settori in cui sono distribuite - commercio, turismo e costruzioni - otteniamo il dettaglio della distribuzione settoriale, dal quale emerge un quadro molto variegato:

- Le imprenditrici marocchine sono quasi tutte nel commercio
- le imprese albanesi sono distribuite più equamente nei tre settori, con una prevalenza delle costruzioni, seguite dal turismo e dal commercio
- le imprenditrici rumene e cinesi sono accomunate dal concentrarsi principalmente nel commercio e poi nel turismo, con la differenza che le imprenditrici rumene sono anche nel settore costruzioni, mentre non ci sono imprese femminili cinesi nel settore costruzioni

In generale, il commercio prevale sugli altri settori.

**Imprenditrici individuali straniere - primi 4 Paesi per Stato di nascita - ripartizione imprese nei 3 settori principali - 2013**



## Attività camerali secondo l'ottica di genere

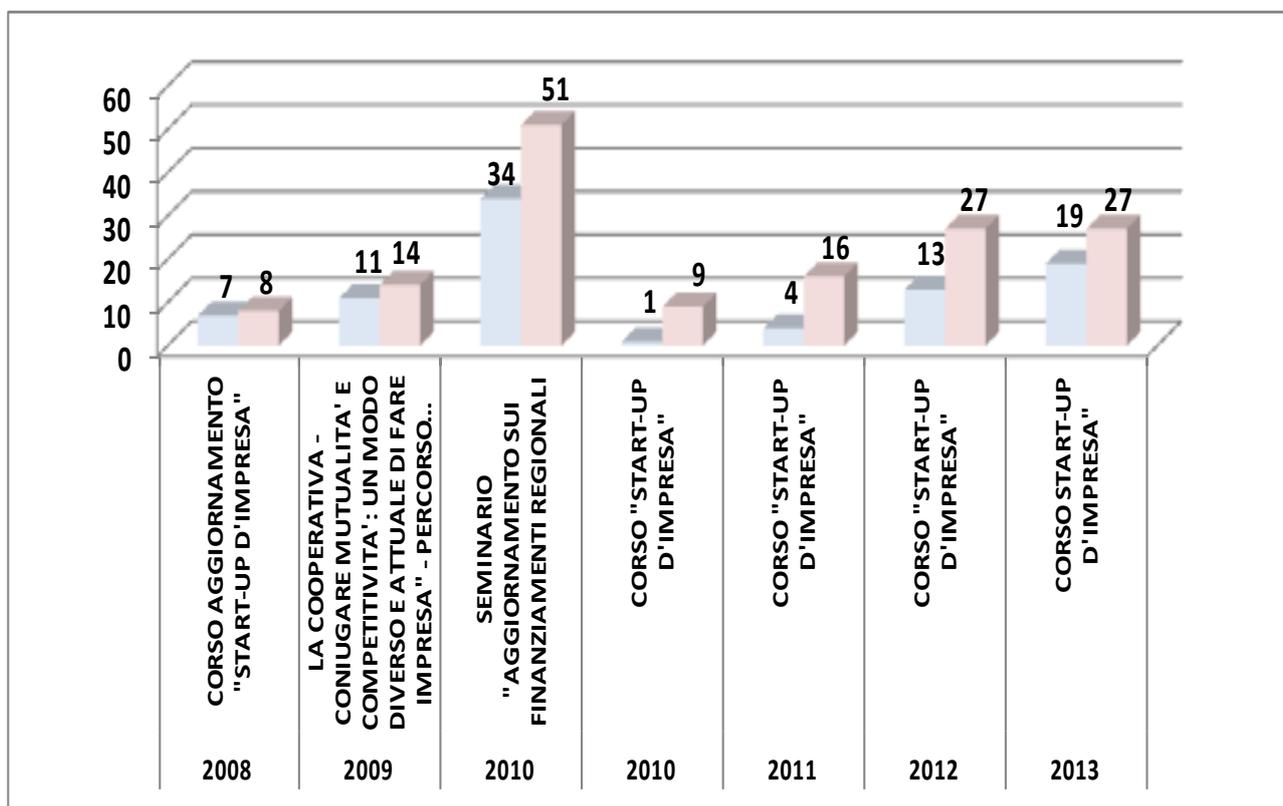
### Attività ad impatto diretto

Per potersi definire "dirette", le attività devono essere destinate come categoria di utenza primaria a soggetti di genere femminile. Pertanto possono quindi essere considerate dirette le attività organizzate su proposta del Comitato per l'Imprenditoria Femminile che ha fra i suoi scopi quello di promuovere iniziative che riguardano lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria.

Anche nel 2013 è quindi proseguita l'opera di promozione e diffusione delle conoscenze inerenti allo sviluppo della imprenditoria femminile e giovanile, attraverso l'organizzazione, tramite ASFI l'azienda speciale della Camera di Commercio di Alessandria per la formazione alle imprese, di un corso di formazione sullo "Start-up di impresa".

Il corso tenutosi con cadenza bisettimanale, nel periodo maggio-giugno e articolato su 7 incontri ha proposto un approccio operativo riguardante tutte le fasi della vita di un'impresa attraverso strumenti formativi in grado di far conoscere la metodologia razionale di analisi delle problematiche generate dall'idea imprenditoriale fino alla realizzazione ed alla gestione dell'azienda costituita.

INIZIATIVE IN COLLABORAZIONE CON IL COMITATO IMPRENDITORIA FEMMINILE DAL 2008 AL 2013			
		ISCRITTI	
ANNO	INIZIATIVA	MASCHI	FEMMINE
2008	CORSO AGGIORNAMENTO "START-UP D'IMPRESA"	7	8
2009	LA COOPERATIVA - CONIUGARE MUTUALITA' E COMPETITIVITA': UN MODO DIVERSO E ATTUALE DI FARE IMPRESA" - PERCORSO FORMATIVO PER ASPIRANTI IMPRENDITORI/IMPREDITRICI IN FORMA COOPERATIVA E PER COOPERATIVA E PER COOPERATORI OPERANTI IN SOCIETA' COOPERATIVE NEO-COSTITUITE	11	14
2010	SEMINARIO "AGGIORNAMENTO SUI FINANZIAMENTI REGIONALI	34	51
2010	CORSO "START-UP D'IMPRESA"	1	9
2011	CORSO "START-UP D'IMPRESA"	4	16
2012	CORSO "START-UP D'IMPRESA"	13	27
2013	CORSO START-UP D'IMPRESA"	19	27



## Attività ad impatto indiretto

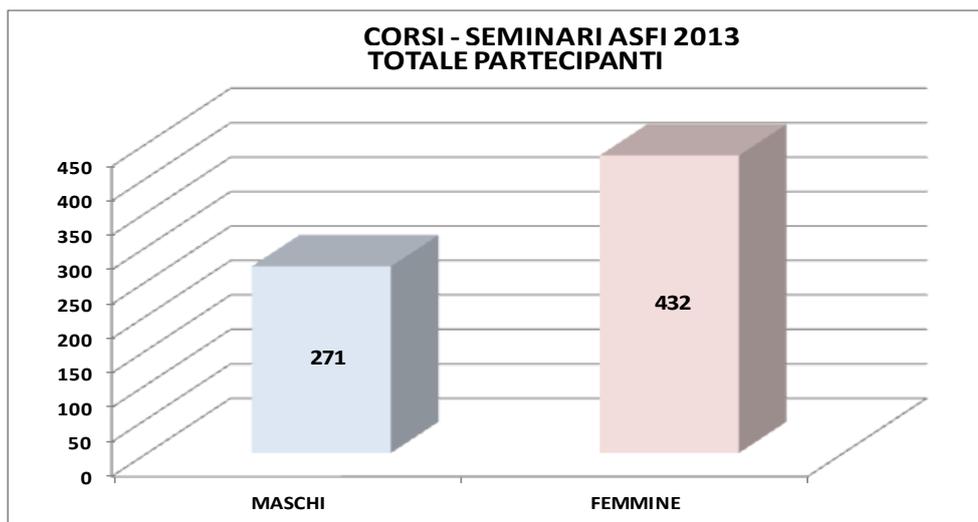
Sono "indirette" quelle attività di per sé non rivolte specificamente a donne o uomini, ma che hanno un target di destinatari ben definito e individuabile, all'interno del quale si può rinvenire un differente impatto di genere.

Al momento sono state individuate due tipologie di attività che già dispongono di dati rendicontabili ex post per genere:

### 1. Formazione

L'azienda speciale della Camera di Commercio per la Formazione alle imprese ASFI e negli ultimi mesi dell'anno ASPERIA, in cui ASFI è confluita a seguito della fusione, ha proposto e organizzato attività formativa e informativa volta a favorire lo svolgimento di specifiche attività economiche, l'aggiornamento e la qualificazione professionale degli imprenditori e dei loro collaboratori e del personale del sistema camerale, al fine del miglioramento dei servizi offerti.

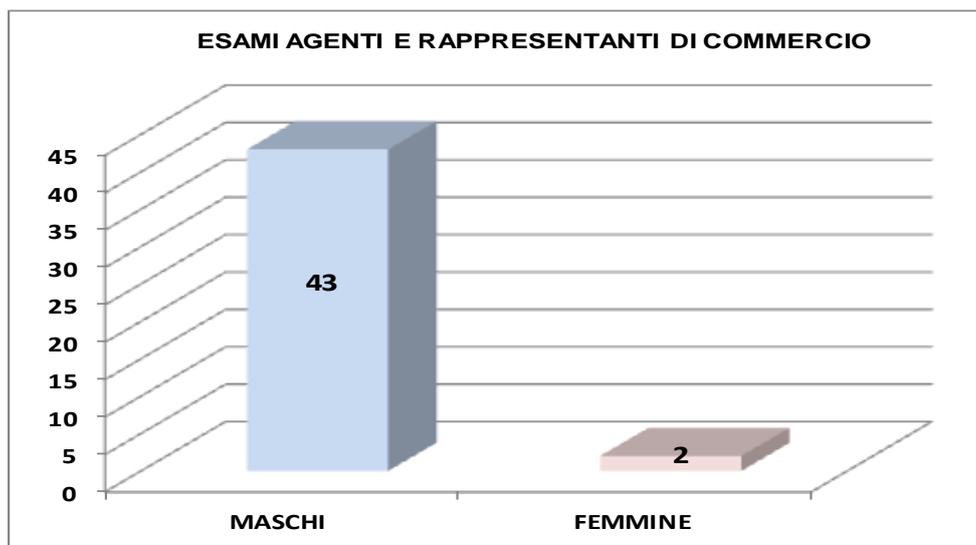
<b>CORSI - SEMINARI ASFI 2013</b>			
	<b>MASCHI</b>	<b>FEMMINE</b>	<b>TOTALE</b>
<b>WORKSHOP:SERVIZI PUBBLICI LOCALI E SOCIETA' DEGLI ENTI E DELLE CAMERE DI COMMERCIO</b>	35	31	66
<b>SEMINARIO: ORIGINE PREFERENZIALE E NON PREFERENZIALE DELLE MERCI</b>	16	31	47
<b>INCONTRO FORMATIVO:MODALITA' PRATICHE COMUNICA STARWEB MEDIATORI</b>	39	102	141
<b>PROGETTO:"MOROCCO" OPPORTUNITA' NEL SETTORE DELLE COSTRUZIONI</b>	n.d.	n.d.	n.d.
<b>INCONTRO FORMATIVO SUGLI ADEMPIMENTI AI FINI INPS TRAMITE COMUNICA STARWEB</b>	7	13	20
<b>SEMINARIO:LE NOVITA' INTRODOTTE CON L'ADOZIONE DELLA DIRETTIVA 2010/45/UE</b>	35	65	100
<b>CORSO SULLO START UP D'IMPRESA PERIODO MAGGIO GIUGNO 2013 TOT. 7 GG</b>	19	27	46
<b>SEMINARIO: APPROFONDIMENTI PER INTERVENTI SUL CREDITO-MEMBRI DI GIUNTA</b>	n.d.	n.d.	n.d.
<b>SEMINARIO: I. MERCATO ELETTRONICO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	22	17	39
<b>SEMINARIO: GESTIONE LETTERE DI CREDITO E PRASSI BANCARIA INTERNAZIONALE</b>	35	65	100
<b>SEMINARIO: IL CONTRATTO INTERNAZIONALE DI VENDITA</b>	23	32	55
<b>SEMINARIO:LA GESTIONE INFORMATIZZATA DELLE PROCEDURE DI GARA</b>	10	19	29
<b>SEMINARIO:LA TUTELA ED IL RECUPERO DEI CREDITI ALL'ESTERO</b>	30	25	55
<b>SEMINARIO: LA GESTIONE FONDI SALARIO ACCESSORIO DIRIGENTI</b>	0	5	5
<b>TOTALE PARTECIPANTI</b>	<b>271</b>	<b>432</b>	<b>703</b>

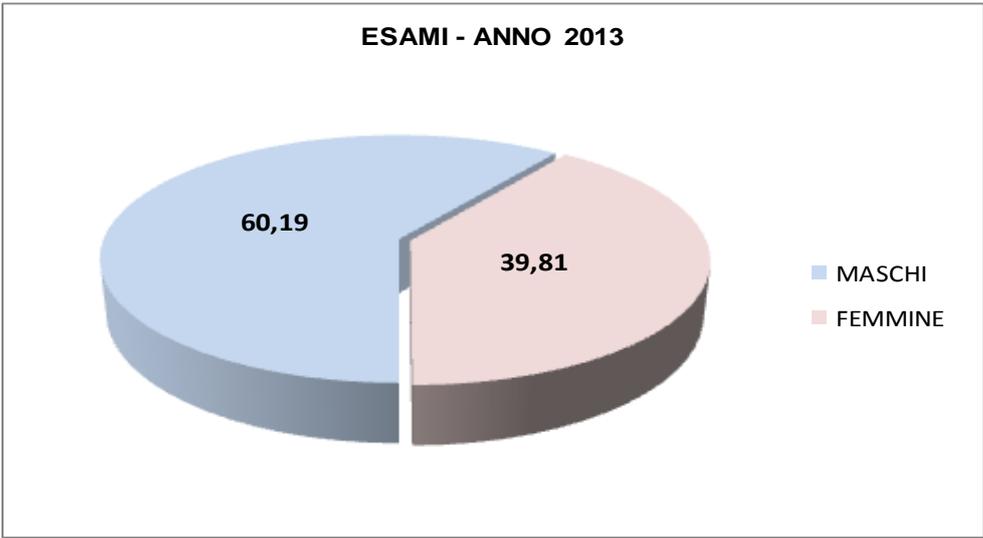
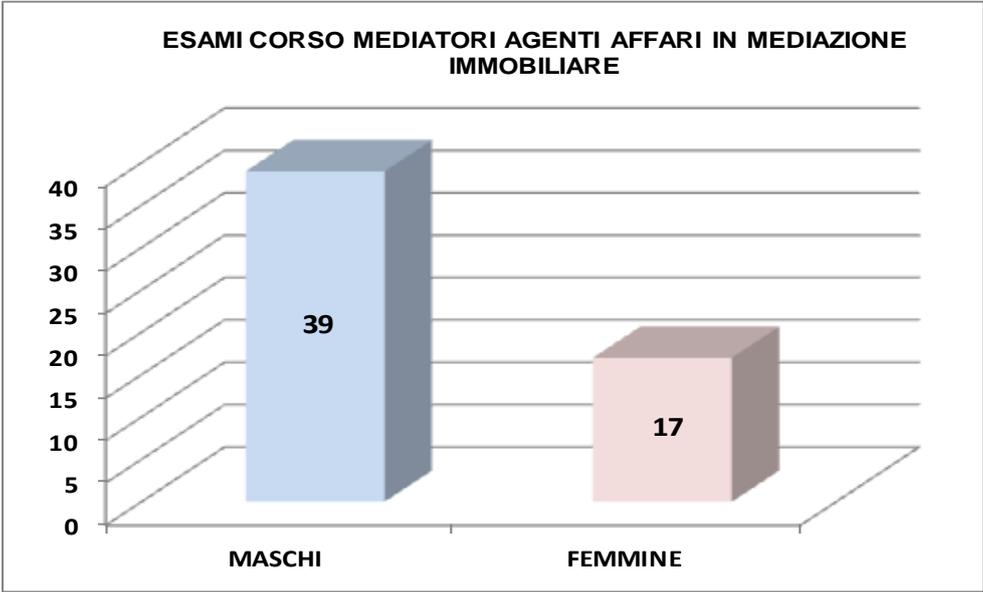
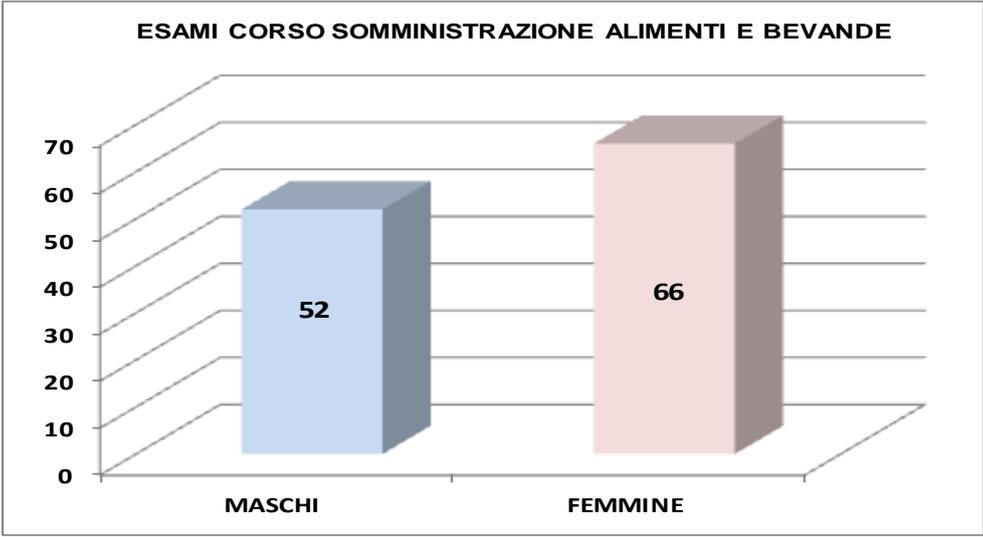


## 2. Gestione esami

Le Camere di Commercio, come previsto dalla normativa regionale, sono sedi organizzative, operative e di svolgimento degli esami di idoneità professionali. Nel corso del 2013 sono stati gestiti esami abilitanti alle attività professionali sia per corsi organizzati tramite la propria Azienda Speciale ( Corso agenti affari in mediazione immobiliare) sia per corsi esterni organizzati dalle Associazioni di categoria o da aziende di formazione accreditate (Somministrazione alimenti e bevande e per il commercio di prodotti alimentari – Corsi per agenti e rappresentanti di commercio).

<b>ESAMI - ANNO 2013</b>			
	<b>MASCHI</b>	<b>FEMMINE</b>	<b>TOTALE</b>
<b>ESAMI AGENTI E RAPPRESENTANTI DI COMMERCIO</b>	<b>43</b>	<b>2</b>	<b>45</b>
<b>ESAMI CORSO SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE</b>	<b>52</b>	<b>66</b>	<b>118</b>
<b>ESAMI CORSO MEDIATORI AGENTI AFFARI IN MEDIAZIONE IMMOBILIARE</b>	<b>39</b>	<b>17</b>	<b>56</b>





## Mediazione civile e commerciale

La mediazione è un metodo di risoluzione delle controversie, alternativo alla via giudiziaria, da tempo noto e diffuso nei paesi anglosassoni (da qui l'acronimo ADR Alternative Dispute Resolution); consiste nell'attività, svolta da un terzo imparziale, allo scopo di guidare le parti a una soluzione consensuale del conflitto soddisfacente per entrambi.

La legge 580 del 1993, di riforma delle Camere di Commercio, ha indicato tra i principali compiti degli enti camerali la promozione e l'istituzione di organismi di arbitrato e di conciliazione, allo scopo di dirimere controversie tra imprese e tra imprese e consumatori.

Da tempo presso le Camere di Commercio sono stati messi a punto (in Alessandria dal 1998) gli sportelli di conciliazione, disponibili per richieste di intervento da parte di imprese o di consumatori in relazione a controversie di consumo.

Il servizio offerto dalle Camere di Commercio è stato, tuttavia, poco o nulla conosciuto e utilizzato fino al 2010, se si confrontano i numeri dei conflitti ai quali - con tutta probabilità - la mediazione avrebbe portato a una rapida soluzione e quelli delle procedure effettivamente svolte presso gli sportelli camerali nel periodo 1998/2010.

La procedura di mediazione è stata disciplinata in modo organico dal decreto legislativo n. 28 del 4 marzo 2010, il quale stabilisce che la mediazione può essere gestita solo da Organismi di Mediazione iscritti nel registro istituito presso il Ministero della Giustizia.

La Camera di Alessandria offre il servizio attraverso ADR Piemonte, Organismo iscritto al n. 30 del Registro ministeriale, costituito dalle Camere di Commercio piemontesi coordinate da Unioncamere Piemonte.

Dal 20 marzo 2011 la mediazione è diventata obbligatoria per tutta una serie di materie, costituendo una condizione di procedibilità, vale a dire, prima di adire le vie della giustizia ordinaria è necessario avere concluso un procedimento di conciliazione.

Rientrano, in particolare, nella condizione di procedibilità, le controversie in materia di condominio, diritti reali, locazione, comodato, affitto d'azienda, successioni ereditarie, patti di famiglia, responsabilità medica, diffamazione a mezzo stampa o altro mezzo di pubblicità, contratti assicurativi, bancari o finanziari.

Oltre alla mediazione obbligatoria, il decreto prevede altre due tipologie: la mediazione delegata dal giudice e la mediazione volontaria.

La Camera di Commercio di Alessandria gestisce esclusivamente le controversie di cui sia parte un'impresa.

Dall'entrata in vigore del D.Lgs 28/2010 sono state depositate 90 domande di mediazione; di queste, 25 domande (pari al 27,7% del totale) sono state presentate da donne, titolari di ditte individuali, rappresentanti legali di società, o in veste di privati.

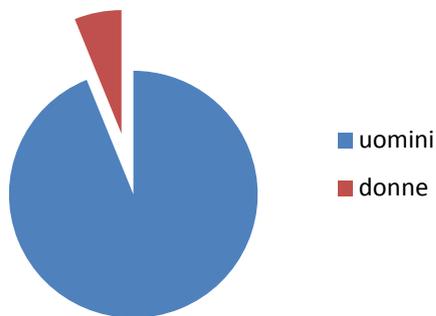
I mediatori iscritti presso l'Organismo ADR Piemonte, sede di Alessandria sono 83 , di cui 37 (pari al 44,5%) sono donne.

## Premio agli imprenditori di successo

Dal 2008 è attribuito agli imprenditori che, a giudizio della Giunta della Camera di Commercio, si sono distinti, ciascuno nel proprio settore, agricoltura, industria, artigianato, commercio, portando le proprie aziende a traguardi di indubbio successo.

Gli imprenditori premiati dal 2008 al 2014 sono stati 49; di questi, tre sono donne.

Nel 2014, su proposta del Comitato Imprenditoria Femminile, è stato istituito un premio specifico per una imprenditrice di successo.



## Il gruppo di lavoro

Per la realizzazione del Bilancio di genere è stato costituito, nell'ambito della struttura organizzativa camerale, un gruppo di lavoro interno alla Camera di Commercio, coinvolgente vari uffici e servizi: Servizio Amministrativo Contabile, Gestione del Personale, Studi e Biblioteca, Pianificazione e Controllo di Gestione, Segreteria, Ufficio Legale, Tutela del consumatore, Servizi Informatici.

SUPERVISIONE E COORDINAMENTO:

Monica MONVALLI

GRUPPO DI LAVORO:

Alain BOCCHIO

Mauro CATTANEO

Giuseppina GHIO

Gloria GRITTANI

Katia GROSSO

Maria Concetta MORABITO

Maria Teresa ROSSI

Maria Pia SALVAREZZA

GRAFICA:

Silvestro GRASSO