

DONNA LAB - IMPRESE FEMMINILI NEL TERZIARIO

PREMESSA

In Italia a fine 2019 (dati Istat) le imprese gestite da donne nel settore del commercio, del turismo e dei servizi sono 1,3 milioni, in aumento del 2,7% rispetto ai dati del 2014 e danno lavoro a 3 milioni di addetti. In particolar modo, le imprese femminili giovanili, con a capo una donna under 35, incidono di più rispetto a quelle maschili (12,4% contro 8,6% sul totale dell'economia).

Le donne imprenditrici portano avanti un modello di sviluppo differente che coniuga competitività ed equità, infatti, il 47% delle donne che fanno impresa nel terziario sono spinte dal desiderio di valorizzare le proprie competenze e puntano al successo personale più che economico contro il 38% degli uomini. Altri dati ci dicono che:

- il 14% delle imprenditrici soffre la conciliazione lavoro e famiglia,
- il 62% delle imprese rosa investe in comportamenti socialmente responsabili: attenzione al benessere dei dipendenti, relazionalità con gli stakeholder del territorio, relazionalità con clienti (dati Unioncamere).

Un'altra lettura dei dati economici affronta il tema dell'innovazione di processo e di prodotto, sottolineando il dato che le imprenditrici hanno un più elevato effetto moltiplicativo sui consumi rispetto al caso cui sia un non occupato uomo a diventare imprenditore. Le imprese femminili danno inoltre un forte apporto al sistema dell'istruzione e del welfare di natura privata (sanità e assistenza in particolar modo rivolta a bambini e anziani). In questi ambiti, infatti, più di un'impresa su tre è gestita da donne e risulta particolarmente numerosa soprattutto nel Lazio (oltre che in Lombardia).

I dati ci dicono che l'imprenditoria femminile avanza, seppur con un gap rispetto alle percentuali europee, anche rispetto all'incremento dell'imprenditoria maschile ma ha una vita più breve di ben il 2%, andamento contrario a quello demografico. Oggi, pertanto, non basta incentivare con politiche e strumenti ad hoc l'impresa al femminile, occorre passare allo step successivo che

promuova un modo di fare impresa con obiettivi di medio e lungo termine, offrendo consulenza e strumenti utili all'impresa per essere protagonista sul mercato odierno.

L'esplosione del coronavirus in Italia, il conseguente lockdown esteso a tutto il territorio nazionale con il DPCM sulle "Misure per il contrasto e il contenimento sull'intero territorio nazionale del diffondersi del virus COVID-19" del 4 marzo 2020 e l'attuale entrata del Paese nella "fase 2" minaccia ulteriormente il tessuto imprenditoriale femminile italiano con pesanti ricadute sull'economia italiana e lo stile di vita di tutti e delle donne in particolare.

Molto di quanto stiamo imparando in questi giorni di emergenza resterà importante anche dopo, a cominciare dall'utilizzo di strumenti digitali. Lo Smart Working ha sinora permesso di mantenere in piedi diverse attività, l'e-commerce ha consentito alle famiglie di rifornirsi di beni di ogni tipo e di dare sbocco commerciale alle produzioni alimentari e industriali. Questo significa la non sostenibilità di attività totalmente legate al lavoro manuale ma dovranno essere compensati i costi sociali che una tale rivoluzione di questo tipo comporta, intervenendo sulle regole del lavoro, permettendo alle persone che subiscono l'impatto dell'automazione di mantenere dignità e sicurezza sociale, mitigando gli effetti della tecnologia per creare più valore nella società. Confcommercio Roma Imprese per l'Italia da anni promuove lo sviluppo delle imprese al femminile anche attraverso l'associazionismo femminile rappresentato al suo interno dal gruppo Terziario Donna, portavoce e aggregatore di esigenze, istanze ed opportunità.

IDEA PROGETTUALE

Confcommercio Roma Imprese per l'Italia e Terziario Donna in questi anni hanno lanciato alcuni temi di rilettura delle dinamiche di mercato e di nuove visioni di economia efficace. Il terziario di mercato, e in particolare le imprese femminili, possono fare da guida per lo sviluppo di un modello rigenerativo di creazione di valore economico, sociale e ambientale, attraverso laboratori partecipati ed esperienziali, incubatori di idee innovative, per aggregare le diverse istanze e cogliere maggiormente le opportunità offerte dal mercato e dal sistema economico e finanziario.

Il Progetto **DONNA LAB - IMPRESE FEMMINILI NEL TERZIARIO** si compone di diversi eventi, convegni e Laboratori per creare occasioni di approfondimento e riflessione sui temi che interessano le attività, le imprese, le professioni del settore terziario, commercio e servizi che tanto sono rappresentate dalle donne imprenditrici che quotidianamente si confrontano con l'economia

reale, al fine di avvicinarle con un sistema di networking. In particolare, si realizzeranno 5 eventi tra workshop e laboratori:

1. Workshop WOMEN EMPOWERMENT IN CYBERSECURITY (WEIC) “LE RAGAZZE DIGITALI – STEM” Workshop sulla cybersecurity, tenuto da donne imprenditrici con l’obiettivo di offrire nuovi punti di vista sul tema, puntando sulla diversità: la sicurezza informatica è focalizzata sulla protezione dei sistemi informatici, dai grandi server con configurazioni avanzate ai numeri dispositivi di accesso esistenti. Tutti usiamo abitualmente le tecnologie digitali, sia sul lavoro che nella nostra vita privata, è chiaro che tutti siamo vulnerabili agli attacchi di sicurezza. La cybersecurity coinvolge diversi ambiti, da quello più propriamente tecnologico a quello umano, e il contributo di una visione multidisciplinare che tenga conto della diversità di genere, può costituire una forma nuova ed efficace di approcciare le problematiche di sicurezza. Verrà presentata e approfondita un’analisi sullo stato dell’arte di gruppo similari e di esperienze in tale ambito per individuare i punti di forza che il contributo femminile può apportare per una nuova visione della cybersecurity. Il workshop mira inoltre a sviluppare la cultura digitale e delle scienze tecnologiche e scientifiche nelle giovani imprenditrici ai fini di una collocazione professionale in ambiti tradizionalmente maschili. Il workshop ha una durata complessiva di circa 4 ore, dopo una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle imprenditrici.

2. Laboratorio EDUCAZIONE FINANZIARIA ED ALL’AUTOIMPRENDITORIALITA’ Sin dalla dichiarazione di Buenos Aires del 2018, i leader mondiali si sono impegnati a promuovere l’empowerment economico delle donne, l’accesso alla leadership ed alle posizioni decisionali amministrative pubbliche e lo sviluppo delle competenze digitali delle donne per una partecipazione attiva nei settori ad alta tecnologia. Educare le future e le attuali imprenditrici alla finanza e all’autoimprenditorialità permette di colmare il gender gap nella società e nel mercato. Il laboratorio è destinato future imprenditrici under 30 e vedrà la presentazione di tecniche e strumenti finanziari, l’approfondimento di best practice attuate in piccole e medie aziende, nonché lo studio di casi di successo con la testimonianza di imprenditrici e consulenti nel settore terziario, commercio, turismo e servizi. Il laboratorio ha una durata complessiva di circa 4 ore, dopo

una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle imprenditrici.

3. Laboratorio “L’ECONOMIA DELLA FELICITÀ NELLE AZIENDE” Soprattutto in questo periodo di emergenza sanitaria, tra lockdown e fase 2 con le attività professionali che vengono svolte per lo più a distanza e spesso a casa si vogliono fornire strumenti, elementi di analisi, discussione attraverso un laboratorio esperienziale rivolto a tutte le donne lavoratrici. Da cosa dipende la fiducia delle persone? Cosa spinge un lavoratore e un professionista a dare di più di ciò che viene formalmente chiesto, a contribuire con la propria creatività personale a far funzionare procedure operative e servizi che vengono forniti attraverso modalità e strumenti nuovi? Soprattutto le persone devono sentirsi bene e sentirsi, nonostante tutto, insieme, sicuro, soddisfatte, ispirate. Obiettivo del laboratorio è creare valore, fornendo gli strumenti per comprendere e intercettare i driver profondi della performance per ridisegnare intorno alla positività e al benessere processi, politiche e comportamenti coerenti. Si parlerà di Scienza del sé, delle quattro dimensioni dell’organizzazione positiva. Il laboratorio ha una durata complessiva di circa 4 ore, dopo una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle donne coinvolte.

4. Webinar “CROWDFUNDING E FINANZA ALTERNATIVA PER REAGIRE ALLA CRISI PANDEMICA” L’incontro in diretta ha l’obiettivo di affrontare la tematica delle opportunità di raccolta fondi attraverso i portali on line, che sta crescendo ogni anno (ricerca Università di Cambridge su “La finanza alternativa in Europa” gennaio 2018: la crescita nel corso del 2016 in Italia è stata del 294% passando da 32 milioni di euro raccolti nel 2015 a 127 milioni di euro raccolti nel 2016). Si parlerà delle diverse tipologie di crowdfunding: reward, equity, lending, invoice trading e real estate crowdfunding. Per le imprese è possibile utilizzare lo strumento del Crowdfunding:

- come alternativa alla banca, per chiedere dei prestiti, cercare dei finanziatori per nuove attività, o per implementare quelle già esistenti
- come strumento di ricerca di mercato, per il lancio di nuovi prodotti o servizi.

Saranno affrontati anche gli aspetti tecnico-organizzativi, sia dal punto di vista strettamente economico-aziendale sia per quanto riguarda la comunicazione, che in un progetto di

crowdfunding ha un peso rilevante. Il webinar ha una durata complessiva di circa 4 ore, dopo una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle imprenditrici.

5. Laboratorio PASSAGGIO GENERAZIONALE ALL'INCROCIO TRA MANAGEMENT, GOVERNANCE E CAPITALE.

Il nodo del passaggio generazionale nelle PMI è spesso interessato da problemi e vicissitudini, a volte talmente gravi da compromettere il futuro dell'Azienda stessa. Soprattutto in questo momento la gente ha bisogno di parlare, di fare domande e di avere la possibilità di confrontarsi e riflettere insieme a chi li può aiutare a farlo. Il tema del passaggio generazionale è naturalmente caldissimo alla luce degli effetti del Coronavirus e l'alto numero di decessi che hanno colpito gli imprenditori senior. I motivi per cui non sempre il processo del family business va a buon fine è da ricercarsi in diversi fattori, primo, l'impreparazione al turnover, saper pianificare per tempo la fase di passaggio è l'unico modo per garantire all'Impresa continuità e sviluppo. Nell'ambito del laboratorio si affronteranno diversi temi, tra cui:

- l'organizzazione e gestione del cambiamento, pianificazione della successione, tema ancor più fondamentale in un paese dove la forte regolamentazione giuridica delle successioni mal si adatta alle frequenti situazioni ibride che troviamo nei family business
- l'importanza della formazione nella gestione familiare d'impresa,
- il know-how e i valori: patrimonio di conoscenze e di competenze aziendali.

Il laboratorio ha una durata complessiva di circa 4 ore, dopo una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle imprenditrici.

6. Laboratori GESTIONE DEL BRAND E DELLA REPUTAZIONE ON LINE.

Laboratori e consulenze con professionisti esperti di brand reputation. Sono previsti 3 webinar operativi, ciascuno con una durata complessiva di circa 2,40 ore, dopo una panoramica generale sulla tematica affrontata, si aprirà il dibattito con quesiti e consulenze fornite in diretta alle imprenditrici. I laboratori affronteranno e discuteranno le tematiche:

- Personal Branding e gestione della personal e brand reputation per imprese ed istituzioni, Strumenti e gestione delle recensioni e cura della reputazione online dell'impresa e istituzione. È prevista la redazione di linee guida per le imprese,
- Gli strumenti informatici per la visibilità online: il posizionamento sui motori di ricerca, la fidelizzazione dei clienti, il monitoraggio e l'analisi dei risultati, l'analisi del traffico e dei dati, la comunicazione on/off line e i nuovi modelli comportamentali sui social network,
- Nel terzo incontro si affronterà la tematica degli aspetti legali della reputazione online, con l'illustrazione di casi pratici, i diritti della persona sul web e come tutelarsi in anticipo e di come far fronte ad attacchi alla reputazione personale.

7. Laboratorio OMNICONSUMER ITALIANO: LO SPOSTAMENTO VERSO I CANALI DIGITALI (Digital Transformation e E-commerce)

Generalmente i consumatori stanno diventando più digitali. E questo si nota a partire da alcuni macro-indicatori che mostrano come le barriere all'acquisto online stiano crollando (fiducia nei pagamenti anticipati; l'esperienza fisica meno importante; il supporto all'acquisto meno necessario). A questo si aggiunge che la nuova piazza, cioè il Web, ha avuto un'importante spinta dell'emergenza sanitaria. Da contraltare fa la situazione italiana in cui solo il 22% dei consumatori ha avanzate skills digitali. I Retailer, in quanto elemento cardine nelle nostre comunità, possono essere uno stimolo all'innovazione evolvendo la Brand proposition verso il supporto all'adattamento ai nuovi stili di vita. Il corso, di una durata di 4 ore, si propone di analizzare la situazione del Retail oggi:

- il nuovo impulso allo sviluppo dell'e-commerce non è ancora sufficientemente integrato con il fisico;
- l'approccio base diffuso è tuttora limitato alle "categorie di prodotto";
- il pensiero e la strategia Glocal sono esplorati in modo incompleto.

Dopo aver affrontato alcuni aspetti di novità sul perché la casa sia diventata un nuovo Hub di servizi, si affronteranno alcuni temi per immaginare il Retail di domani, e trasformare le sfide poste dalla trasformazione digitale in nuove opportunità, aprendo il dibattito con quesiti e consulenze.

Tutti gli eventi e laboratori potranno essere partecipati in diretta streaming attraverso webinar e incontri realizzati attraverso la piattaforma EDI Confcommercio Imprese per l'Italia

DESTINATARI

Tutte le azioni del Progetto, workshop e laboratori, sono gratuite e riservate alle imprese iscritte alla CCIAA di Roma. Destinatari specifici del progetto sono le imprenditrici e nuove imprenditrici che hanno o intendono avviare un'attività.

PARTENARIATI

- GRUPPO TERZIARIO DONNA CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA
- ENTE BILATERALE TERZIARIO DEL LAZIO
- ENTE BILATERALE TURISMO DEL LAZIO
- EDI CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

OBIETTIVI

Gli obiettivi principali e generali del Progetto **DONNA LAB - IMPRESE FEMMINILI NEL TERZIARIO** si possono così riassumere:

- Promuovere la crescita professionale delle imprenditrici, unitamente alla loro affermazione negli ambiti sociali e istituzionali, attraverso momenti di confronto, forum e laboratori esperenziali su temi economici e sociali;
- Orientamento nel mercato del lavoro per capire le opportunità di inserimento e/o crescita della loro attività e professionalità;
- Informazione e consulenza professionale finalizzata a far nascere e crescere una cultura d'impresa al femminile;
- Educare al networking e all'impresa digitale per la visibilità della propria attività;
- Informazione, lobbying ed approfondimento sulle politiche delle pari opportunità;
- Consulenza sulle leggi di finanziamento che riguardano l'imprenditoria femminile, le politiche delle pari opportunità, l'equilibrio di genere e la tutela dell'effettiva realizzazione della parità tra uomini e donne.

RILEVANZA ECONOMICA TERRITORIALE E RIPERCUSSIONI DI INTERESSE GENERALE

Il 3° Rapporto Nazionale “Impresa in genere”, realizzato nell’ambito della collaborazione tra Unioncamere, Ministero dello Sviluppo Economico e Presidenza del Consiglio dei Ministri-Dipartimento per le Pari Opportunità, descrive nel dettaglio il mondo femminile dell’impresa e del lavoro fornendo elementi utili per una rinnovata politica rivolta in particolare all’impresa femminile. Il rapporto sottolinea l’importanza degli interventi tesi a favorire l’internazionalizzazione, l’innovazione, la digitalizzazione, la formazione della cultura d’impresa e di una forza lavoro che possa rispondere alle necessità del mondo produttivo. Il progetto **DONNA LAB - IMPRESE FEMMINILI NEL TERZIARIO** risponde a tutte queste istanze coinvolgendo direttamente le donne imprenditrici in un percorso trasversale e dinamico, fatto di laboratori in cui incontrarsi, fisicamente e a distanza attraverso le tecnologie digitali, e affrontando tematiche fondamentali per uno sviluppo verso la sostenibilità economica, sociale e ambientale, attraverso l’innovazione, la cultura e la capacità di fare rete. Ambiti in cui tutte le imprese, non solo quelle femminili, devono cimentarsi al fine di ottenere migliori risultati in termini di competitività e crescita economica.

AVVIO PROGETTO

01/12/2020

CONCLUSIONE PROGETTO

30/05/2022