

Promozione dell'impresiditoria femminile italiana e dell'area
(MENA)

Intervento di

GIANNA MARTINENGO

presidente del Comitato per la Promozione dell'Impresiditoria Femminile
della Camera di commercio di Milano

SABATO 24 FEBBRAIO

Il mio vuole essere solo un breve contributo che si focalizzerà su tre punti: l'impresa femminile, il mediterraneo presente in Italia, gli interventi della camera di Commercio di Milano con una proposta concreta

a) Impresa Femminile

Sul primo aspetto vorrei ricordare che un'impresa su quattro in Italia oggi è rosa: sono, infatti, oltre un milione e quattrocetomila le imprese femminili attive nel 2006, su un totale italiano di oltre sei milioni, in crescita dell'1,5% in un anno, un tasso di crescita superiore alla media delle imprese italiane (+0,9%)

Rispetto alla totalità delle imprese, sono specializzate nei servizi pubblici e sociali, di cui costituiscono il 49% delle imprese attive nel settore, sanità (41,3%), accoglienza e ristorazione (33,6%) E Milano non solo è la prima provincia per numero di imprese femminili 87 mila, ma dimostra un tasso di crescita del 1,8%, una percentuale superiore alla media italiana

Fare impresa costituisce la via italiana alla attività femminile, una via importante che non solo rende le donne sempre più protagoniste del sistema produttivo italiano, ma offre un grande contributo al tema del welfare con un settore pubblico che si ritira sempre di più ed un privato che avanza offrendo servizi nella sanità, negli asili, nelle scuole, nei servizi alla persona. Ed in questi settori le imprese femminili

rappresentano il 49% nei servizi pubblici e sociali ed il 41% nella sanità

b) Impresa etnica e mediterraneo

Sul secondo elemento oggi non possiamo non constatare quanto il nostro paese sia collegato con il bacino del mediterraneo, non solo per il flusso delle merci, ma anche delle persone, pensiamo solo agli imprenditori extracomunitari: oggi sono oltre 226 mila un numero simile alle ditte individuali della Toscana, ed in due anni sono cresciuti del 31%.

Una ditta extracomunitaria su cinque ha una donna come titolare, certo se ci concentriamo sugli imprenditori nati nella sponda meridionale del mediterraneo questa percentuale scende a meno di uno su dieci, arriviamo cioè a poco più del 7%.

C'è però un dato che dimostra come questa sia una realtà in movimento, le titolari mediterranee stanno crescendo **negli ultimi due anni** ad un ritmo significativamente superiore a quello dei loro colleghi uomini: **40%** contro il **28%**.

Un segnale che ci indica come l'impresa sia un formidabile mezzo di integrazione, una palestra, un percorso che insegna ai titolari stranieri a tessere relazioni con il territorio, conoscere la clientela, i fornitori, a tenere rapporti con le istituzioni, con il settore pubblico, con il sistema bancario. Un percorso esigente che costringe a tappe forzate, perché il mercato non aspetta nessuno, ma che sta offrendo ottimi risultati.

Una via anche questa tutta italiana, di un paese il cui sistema produttivo è fatto prevalentemente da piccole imprese "dal volto umano" da un'economia diffusa, da un sentimento comune di indipendenza e voglia di creatività.

Un tessuto che vive e si sviluppa lungo i fili quasi invisibili dei rapporti, delle relazioni e proprio per questo può candidarsi a fattore di integrazione.

Un modello che può essere esportato, specie in realtà come quelle del sud del mediterraneo. Un modello che può aiutare a sviluppare reti che riconcilino un'area che racchiude le grandi contraddizioni del nostro tempo, e che forse è la più complessa e ricca di sfide del globo.

La geografia non è un'opinione il nostro paese è proteso nel mediterraneo e anche per questo dobbiamo sentirci ancora più responsabili, ancora più coinvolti nel costruire uno sviluppo equilibrato e soprattutto duraturo, come un edificio saldo che ha bisogno di mattoni tenuti insieme dalla calce. La nostra idea di sviluppo fonda la sua solidità sull'integrazione e tra i vari paesi del bacino del mare nostrum e tra l'area del mediterraneo e l'Europa.

Perché solo uno sviluppo equilibrato è in grado di ridurre le distanze che rischiano di diventare conflitti di civiltà, tra un nord del pianeta sempre più ricco e un sud sempre più povero.

E se volete Milano è coinvolta ancora di più, perché è il vero locomotore d'Italia, per l'innovazione, l'imprenditoria, la finanza, la cultura, l'apertura verso l'estero, perché forse è la città mediterranea più vicina ai ritmi, ai modi di pensare dell'Europa continentale. In fondo c'è un'assonanza tra il significato di Milano "terre di mezzo" e Mediterraneo "il centro della terra"

C) che cosa fa la Camera di Commercio e una proposta concreta

E la Camera commercio di Milano ha messo a punto, nell'ultimo anno più di 30 iniziative concrete sull'area del Mediterraneo, dal fondo Euromed con gli istituti bancari e la Regione volto a sostenere le imprese, alle attività, come la Scuola Euromediterranea, legate alla formazione dei giovani,

alle strutture di assistenza e di diplomazia economica insediate qui da noi e nei paesi mediterranei, alle iniziative di comunicazione con Ansa che si sono dimostrati strumenti concreti, in grado di creare un circolo virtuoso fatto di contatti, nuovi progetti, collaborazioni, idee

Azioni che fanno seguito agli scorsi Laboratori Euromediterranei da noi promossi e che sono arrivati l'anno scorso alla quarta edizione.

E qui vorrei lanciare una proposta: il finanziamento delle imprenditrici che volessero ritornare nel proprio paese d'origine per investire la propria professionalità il know how, le reti che hanno costruito nel nostro paese.

Questo rappresenterebbe un aiuto concreto allo sviluppo dei paesi di emigrazione, un aiuto che non passa da istituzione a istituzione, con tutti i rischi di dispersione delle risorse, ma arriva direttamente al cittadino all'attore principale dello sviluppo.

Un progetto che promuove l'emancipazione della donna con tutto quello che questo rappresenta per lo sviluppo della società di quei paesi in cui la donna ha un ruolo educativo fondamentale.

Basti ricordare che tutto il grande fenomeno del microcredito è partito proprio dalle donne viste come le interlocutrici più affidabili e prioritarie nella crescita sociale ed economica

Significa favorire una democrazia reale, superando nei fatti le discriminazioni culturali, significa contribuire sempre di più all'integrazione di quest'area grazie alle reti di relazioni con fornitori e clienti, grazie ai flussi del commercio.