



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



# D IMPRENDO O N N A



trimestrale dicembre 2009 numero 4

E-NEWSLETTER

STAMPA TUTTO  
IL DOCUMENTO

Scopri tutte le Newsletters  
della Camera di commercio  
di Torino!

SOMMARIO		pag.
DAL COMITATO		2
FACCIAMO IL PUNTO	Tre anni insieme	3
IN AGENDA	Nuovo Comitato, nuovo programma	7
	I quaderni per l'imprenditoria	7
FOCUS	Imprese femminili: nonostante la crisi, un anno in rosa	8
LEGGI IN ROSA	I Comitati per l'imprenditoria femminile	10
CONTATTI		12



## Dal Comitato



*Cari lettori,  
il mandato dell'attuale Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile sta giungendo al termine; mi preme pertanto ringraziare tutti coloro che hanno collaborato con noi per la realizzazione delle attività che nei diversi anni abbiamo deciso di sviluppare e di portare a termine. Mi rivolgo alle associazioni ed agli organismi rappresentati in Comitato, al Presidente, al Vicepresidente ed al Segretario Generale della Camera di commercio di Torino nonché a tutti i colleghi dell'ente che si sono adoperati affinché il gruppo potesse non solo promuovere azioni di genere, ma anche e soprattutto metterle in pratica sul territorio locale.*

*Come potrete leggere nella nostra prima rubrica, i tre anni di mandato del presente gruppo sono stati ricchi di attività e di azioni mirate proprio alla sensibilizzazione ed al supporto dell'imprenditoria locale.*

*In un momento come quello attuale, in cui le imprese si trovano messe a dura prova da una crisi che sempre con più prepotenza attanaglia il nostro sistema economico, le donne non si scoraggiano anzi; come si evidenzia da un'indagine di Unioncamere, le imprese guidate da donne o con forte presenza femminile continuano a crescere, ed è per queste nuove aziende costituite e per quelle che già esistono da tempo che i Comitati per la promozione per l'imprenditoria femminile agiscono ed operano sui diversi territori provinciali.*

*Un grazie di cuore anche a tutti Voi lettori che con la Vostra fiducia ed il Vostro interesse mantenente vivo il Comitato torinese.*



Silvana Neri

PRESIDENTE COMITATO PER LA PROMOZIONE  
DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE



### TRE ANNI INSIEME

Molte sono state le attività svolte nel corso di questo mandato del Comitato; in questi anni il gruppo, che si è sempre dimostrato affiatato e ben coordinato nello svolgimento delle attività ha fatto molto per le imprese locali, sia operando da solo con il solo supporto delle associazioni che di esso fanno parte, sia collaborando con le istituzioni sia con gli altri Comitati regionali.

L'evento che può dirsi a conclusione dell'anno 2009 e così pure del mandato triennale del Comitato è stato intitolato "La fortuna non esiste", ed ha visto la partecipazione di due personaggi illustri nel campo: Mario Calabresi, direttore de "La Stampa" e Joseph Woods trainer presso il "The World Centre for New Thinking" fondato a Malta da Edward De Bono.

In un mondo economico-sociale che ci pone ogni giorno davanti a sfide sempre più complicate e che dobbiamo imparare ad affrontare e superare, il pensiero laterale e la consapevolezza che ciascuno è artefice del proprio destino possono infatti rappresentare una valida alternativa ai rimedi "classici".

Vivere la globalizzazione, superare la crisi, aumentare il guadagno, vincere dove la vittoria è difficile, queste le più importanti sfide del mondo moderno ma non sempre affrontabili attraverso la logica sequenziale e l'individuazione di soluzioni ovvie.

Spesso si rende necessario il ricorso al pensiero laterale ed alla consapevolezza che "la fortuna non esiste".





A giugno invece è stato realizzato un altro evento che è risultato un successo: "Amministrazione in ottica di genere"

In Italia la percentuale di donne ai vertici di aziende pubbliche e private è ancora oggi molto bassa; recenti indagini condotte dimostrano che solo il 4% delle donne inserite nel mondo del lavoro occupa posizioni di comando all'interno delle organizzazioni italiane, ponendo il nostro Paese all'ultimo posto delle classifiche internazionali.

In tutti i settori, ed in particolare in quello della pubblica amministrazione, si rileva un elevato numero di donne impiegate nelle attività, ma un ridottissimo numero di presenze femminili nella dirigenza o nella presidenza, ruoli tutt'oggi ad appannaggio quasi esclusivamente maschile.

Obiettivo dell'incontro sarà pertanto quello di mettere in luce le modifiche organizzative del mondo del lavoro, ponendo l'accento sul come e sul perché le donne difficilmente riescano a superare il c.d. "soffitto di cristallo" e raggiungere posizioni di prestigio all'interno delle organizzazioni presso le quali operano.



Anche il B2B organizzato da Apid in collaborazione con Api e la Camera di commercio di Torino ha visto la nostra partecipazione.

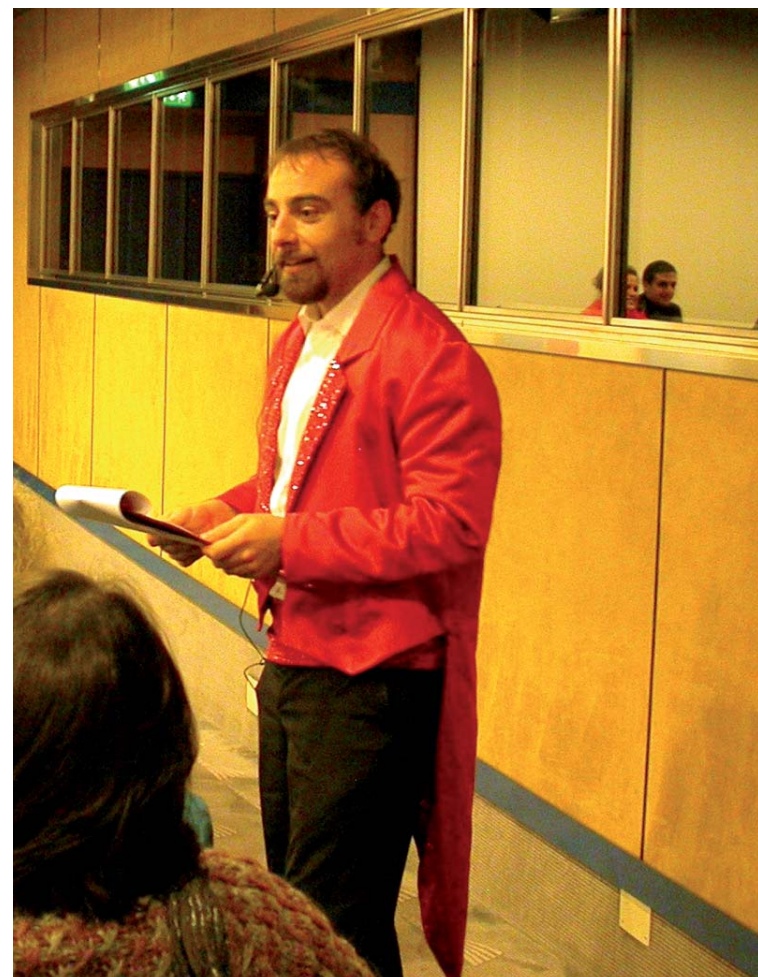
Grazie al B2B le aziende hanno potuto incontrare altre realtà imprenditoriali, hanno potuto pianificare e realizzare la promozione e la distribuzione di beni e servizi, condividere progetti, allo scopo di creare scambi che soddisfino realmente le esigenze delle Aziende che vi hanno preso parte.





Tra le attività caratterizzanti dell'anno 2008 invece si vogliono ricordare l'evento "la mia azienda, una grande impresa", rappresentazione teatrale destinata ad illustrare ad aspiranti imprenditori alcuni aspetti della vita di impresa.

*"Abbiamo scelto di rappresentare il mondo imprenditoriale sdrammatizzandone gli aspetti più "critici"; l'accesso al credito per esempio, spauracchio di molti, è stato in questa sede descritto come un momento sì difficile, ma non insormontabile, grazie anche alla costituzione di sportelli ad hoc per l'imprenditoria femminile presso le banche del territorio".*





Dal 23 ottobre scorso per 4 giorni siamo state presenti al 7° Salone del Gusto di Torino collaborando con Camera di commercio di Torino che partecipa a tutte le edizioni del Salone con degustazioni dei prodotti tipici e delle eccellenze del nostro territorio.

Alcune imprenditrici torinesi iscritte alle associazioni presenti nel nostro Comitato hanno preso parte al Salone offrendo appetitosi assaggi dei loro prodotti, aperitivi succulenti e profumatissime degustazioni.

*“Di sicuro è un’esperienza che vogliamo ripetere anche il prossimo anno; il Salone ha rappresentato una grande opportunità per le aziende del settore agroalimentare e per questa ragione si è deciso di sponsorizzare anche le imprese femminili che operano in tale ambito” aggiunge Silvana Neri “ha dato loro la possibilità di conoscere, di farsi conoscere e soprattutto di collaborare con altre realtà del territorio.”*

Questo solo un accenno agli eventi che hanno caratterizzato con una nota di originalità la nostra attività nel corso del triennio appena trascorso; ci sono stati moltissimi altri momenti importanti, eventi che hanno “lasciato il segno” e che ci hanno permesso di collaborare con enti ed istituzioni del nostro territorio e non solo...ma di questo leggerete in seguito.





### NUOVO COMITATO, NUOVO PROGRAMMA

In data 27 novembre u.s. si è proceduto alla nomina delle nuove componenti del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile, che si insedierà nel prossimo mese di gennaio e che darà il via al quarto mandato del Comitato torinese.

Molte sono le attività che il nuovo Comitato si troverà a svolgere nel corso del 2010, alcune delle quali si svilupperanno già nei prossimi mesi di febbraio e di marzo.

Il 23 febbraio sarà infatti realizzata la giornata dell'imprenditore, che vedrà coinvolti, oltre il Comitato stesso e le associazioni che ne fanno parte, anche diversi settori della Camera di commercio di Torino.

Un'intera giornata dedicata al "fare impresa" ed all'essere imprenditore in tutti i suoi aspetti.

A seguire un evento dedicato interamente alle donne ed al loro essere innovative: l'8 marzo infatti sarà una giornata interamente dedicata alla donna imprenditrice, o meglio alla donna che ha fatto dell'innovazione e della creatività il suo punto di forza.

Naturalmente queste sono solo alcune delle azioni che verranno sviluppate nell'anno a venire, molte altre accompagneranno l'attività del Comitato nel corso di tutto il 2010.

### I QUADERNI PER L'IMPRENDITORIA

È di prossima uscita la collana "I quaderni per l'imprenditoria", voluta dal Comitato per l'imprenditoria femminile al fine di sviluppare ed approfondire i diversi aspetti del fare impresa.

*"I quaderni saranno un pratico mezzo di comunicazione ed informazione attraverso le nostre imprenditrici"* sottolinea la Presidente Neri *"Hanno infatti lo scopo di esaminare alcuni aspetti della vita di impresa e/o relativi al mondo imprenditoriale. Proprio per garantire la facile consultazione, i quaderni avranno un formato molto maneggevole e tratteranno gli argomenti in modo chiaro e sintetico."*

Le tematiche affrontate vogliono essere tutte di estrema attualità, proprio per stimolare la curiosità del lettore e fargli così capire che "fare impresa" non significa solo business plan, finanziamenti, marketing, ma vuol dire anche e soprattutto, far conciliare il proprio tempo tra lavoro e vita privata, vuol dire rispettare l'ambiente, vuol dire fare attenzione alla parità di genere, vuol dire tante cose.

Il primo quaderno sarà infatti interamente dedicato alla conciliazione dei tempi di vita e di lavoro ed all'illustrazione di quali strumenti sono a disposizione delle imprenditrici per meglio riuscire a gestire il proprio tempo.





## IMPRESE FEMMINILI, NONOSTANTE LA CRISI UN ANNO IN ROSA

La crisi economica morde, ma non scoraggia le donne italiane con la vocazione di imprenditrici. Nei passati dodici mesi, la galassia delle imprese guidate da donne o con forte presenza femminile (circa un quarto del totale delle imprese italiane) ha infatti continuato a crescere, aggiungendo al 30 giugno scorso altre 21.342 unità a quelle esistenti un anno prima. Il bilancio positivo ha portato così il totale delle imprese registrate presso le Camere di commercio a 1.446.543 unità, corrispondente ad una variazione dello stock dell'1,5% a fronte di una sostanziale stabilità dello stock complessivo delle imprese italiane (diminuito dello 0,2% nel periodo).

Questi i dati più significativi che emergono dalla foto scattata dall'Osservatorio dell'Imprenditoria femminile, l'indagine semestrale realizzata da Unioncamere sulla base dei dati del Registro delle Imprese delle Camere di commercio presso cui operano, sulla base di un Protocollo di intesa siglato nel 1999 tra Ministero dell'Industria e Unioncamere - i Comitati per l'imprenditoria femminile. Composti da rappresentanti delle associazioni di categoria presenti sul territorio, i Comitati hanno il compito di realizzare e favorire azioni promozionali a 360 gradi per la valorizzazione dell'imprenditoria femminile, tra cui il concorso "Maglia rosa", ideato per scoprire nuovi talenti, premiare le imprese e valorizzare le attività dei soggetti che operano per favorire le pari opportunità, il rispetto dell'ambiente e del territorio, la qualità del lavoro e l'innovazione.

"In un'Italia dove il tasso di occupazione femminile è tra i più bassi in Europa e in cui, alla limitata partecipazione delle donne al mercato del lavoro, si associa una scarsa presenza ai posti di comando, la componente dell'imprenditoria in rosa si dimostra una preziosa risorsa per garantire un importante contributo al coinvolgimento delle donne nella vita economica del Paese". Così il commento del Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanella, ai dati illustrati nel corso della conferenza stampa.

"Purtroppo - ha proseguito il Presidente di Unioncamere - sono ancora molti gli ostacoli che limitano le donne nell'esprimere la propria creatività e professionalità nel mondo del lavoro. Alle istituzioni spetta di mettere in campo interventi mirati volti a sostenere le migliaia di donne che ogni anno rischiano in proprio, anche con

strumenti e risorse specifici. Il sistema camerale ha investito in questa direzione e continuerà a farlo, sia mantenendo accesi i fari sul fenomeno con la pubblicazione - all'inizio del 2010 - del Secondo Rapporto Nazionale dell'Imprenditoria Femminile; sia sostenendo il lavoro dei Comitati in tutto il territorio con il lancio della rete degli sportelli per l'imprenditoria femminile in 85 tra Camere di commercio provinciali e Unioni regionali".

### IL QUADRO GENERALE

La crescita delle imprese in rosa è avvenuta nel segno della maturità imprenditoriale: nei dodici mesi analizzati, infatti, a fronte delle quasi 7.500 iniziative individuali in meno, si sono rilevate poco meno di 29mila nuove società di capitali che, praticamente da sole, hanno più che determinato il saldo positivo del periodo.

In evoluzione anche il profilo settoriale in cui scelgono di operare le donne imprenditrici: alla continua - ormai da alcuni anni - riduzione del loro numero in agricoltura (oltre 4mila in meno tra giugno 2008 e giugno 2009), corrisponde un aumento altrettanto consistente nel settore dei servizi alle imprese (servizi immobiliari, attività professionali, informatica): 15mila imprese in più in dodici mesi. La regione che ha contribuito di più al bilancio positivo è la Lombardia, dove si concentra il 28,5% di tutto il saldo, seguita da Lazio e Toscana (rispettivamente con 4.747 e 2.242 imprese in più). Dal bilancio positivo restano escluse soltanto 5 regioni su 20 (Basilicata, Friuli Venezia-Giulia, Liguria, Molise e Valle D'Aosta). Al Centro (oltre 8mila imprese in più, pari ad una crescita del 2,7% su base annuale) l'incremento più consistente.

Significativo il contributo dell'imprenditoria immigrata al risultato positivo: quasi il 15% di tutto il saldo si deve infatti alle imprese individuali aperte da donne giunte da paesi al di fuori dell'Unione Europea (3.173 in più nel periodo considerato).

### IL TERRITORIO

Tutte le grandi aree del Paese hanno fatto registrare saldi positivi. In termini relativi, oltre al già citato Centro, al di sopra della media nazionale si colloca il solo Nord-Ovest (+1,8%), mentre il Nord-Est (+1,4%) si ferma leggermente al di sotto. Meno brillante la perfor-



mance del Mezzogiorno: le 3.335 imprese in più, infatti, corrispondono ad una crescita dello 0,65% dello stock.

Il forte contributo del Centro Italia è da attribuire a Lazio e Toscana che, insieme, hanno determinato un terzo (il 32,7%) dell'intero saldo nazionale. Il saldo del Nord-Ovest (6.308 imprese in più) si deve praticamente alla sola Lombardia (+6.085), mentre chiudono in rosso Liguria (-0,34%) e Valle d'Aosta (-2,93%). Il bilancio del Nord-Est (+3.626) è dovuto per il 54% all'Emilia-Romagna (quasi 2mila imprese rosa in più) e per un altro 42,7% al Veneto (+1.550 unità). In lieve contrazione (-0,46%) il solo Friuli Venezia-Giulia.

Al Sud, ad esclusione di Basilicata e Molise (uniche due regioni in cui il numero delle imprese rosa è diminuito negli ultimi dodici mesi), tutte le regioni fanno segnare una crescita al di sotto dell'1%, con l'unica eccezione dell'Abruzzo.

## LE FORME GIURIDICHE

Al momento di dare vita ad un'impresa, le donne fanno sempre più spesso scelte organizzative mature e si orientano verso le società di capitali. Nel periodo considerato, il saldo delle imprese individuali - la forma tradizionalmente più diffusa e semplice di attività imprenditoriale - è stato infatti negativo per 7.452 unità, mentre quelle che hanno adottato la forma giuridica della società di capitali (società per azioni o a responsabilità limitata) sono aumentate di oltre 28.921, per un tasso di crescita del 14,8% su base annua. Al 30 giugno scorso, le 224.601 società di capitale rappresentavano così il 15,5% di tutto lo stock di imprese femminili.

Pur essendo numericamente meno significative (insieme rappresentano il 2% di tutto l'universo imprenditoriale femminile), cooperative e consorzi hanno entrambe registrato variazioni significativamente positive nei dodici mesi esaminati (rispettivamente +2,9 e +6%).

## I SETTORI

Il settore che attira maggiormente le neo-imprenditrici si conferma quello dei servizi alle imprese, al cui interno sono inclusi - tra gli altri - i servizi immobiliari, le attività professionali, l'informatica e la ricerca: 15mila le imprese in più, il 70,2% di tutto il saldo dei do-

dici mesi. Seguono il settore delle Costruzioni (5.971 unità in più) e quello della ristorazione e della ricettività (+4.849). In positivo anche il più tradizionale settore dei servizi alla persona, nel quale vengono considerate - sempre tra le altre - le attività legate al benessere e alla cura della persona, allo sport, allo spettacolo, ai servizi di pulizia (+4.322 imprese). E' in questo macro-aggregato, peraltro, che si registra il tasso di femminilizzazione più alto tra tutti i settori della nostra economia: il 46,4%, poco meno di un'impresa ogni due. La presenza di imprese femminili è superiore al 40% anche nella sanità (41,4%), mentre sopra il 30% si collocano gli alberghi e ristoranti (32,8%) e l'istruzione (32%).

## LE IMPRENDITRICI IMMIGRATE

Il contributo dell'immigrazione alla crescita dell'imprenditoria femminile continua ad essere significativo anche in tempo di crisi e di riduzione complessiva delle attività costituite in forma di imprese individuali (le sole per le quali è possibile individuare la titolarità di persone extra comunitarie). Delle 21.342 imprese femminili in più rilevate tra la fine di giugno 2008 e la fine di giugno 2009, il 14,9% (pari a 3.173 unità) è costituito da iniziative imprenditoriali che hanno a capo una donna di nazionalità extracomunitaria.

Escludendo la Svizzera, le nazionalità più rappresentate sono quella cinese (13.365 attività), la marocchina (4.162) e la nigeriana (3.094). Tra le prime dieci comunità per numero di presenze, le più dinamiche, nei dodici mesi considerati, sono state le albanesi (cresciute del 15,8%) e le ucraine (+12,6%).

Infine, le regioni in cui si registra la concentrazione maggiore di donne immigrate titolari d'impresa sono la Lombardia (7.738 imprese, pari al 16% del totale), la Toscana (5.323 imprese, equivalenti ad una quota dell'11%) e il Lazio (4.669 unità, il 9,7% del totale).

Unioncamere, Ufficio stampa, tel. 06 4704370/264/287,

e-mail: ufficio.stampa@unioncamere.it

Fonte: *Unioncamere*



## I COMITATI PER LA PROMOZIONE DELL'IMPRESARIA FEMMINILE

I Comitati per l'Impresaria Femminile presso le Camere di commercio nascono dalla sottoscrizione di un protocollo di intesa avvenuta il 20 maggio 1999 tra il Ministero delle Attività Produttive (MAP) e l'Unioncamere Nazionale con l'intento di dare vita, a livello provinciale, ai Comitati previsti dalla legge 215/92 sull'impresaria femminile. Tale protocollo, rinnovato nel 2003, stabilisce gli obiettivi che i Comitati si prefiggono di raggiungere. Fra questi, il più importante è sicuramente quello di condurre un'azione di sensibilizzazione destinata e favorire la nascita ed il consolidamento di imprese in rosa.

Promotori di azioni a supporto dell'impresaria femminile, i Comitati sono composti da rappresentanti del Consiglio camerale e delle Associazioni di categoria ed organizzazioni sindacali impegnate nella promozione delle pari opportunità.

Le componenti dei Comitati durano in carica tre anni e sono nominati dalla Giunta camerale.

I compiti che sono chiamate a svolgere in virtù della carica ricoperta, sono tutti indicati nel protocollo d'intesa e specificatamente riguardano:

- a) La proposizione di suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'impresaria;
- b) La partecipazione alle attività delle Camere proponendo tematiche di genere in relazione allo sviluppo dell'impresaria locale;
- c) La promozione di indagini conoscitive sulla realtà imprenditoriale locale, anche con studi di settore, per individuare le opportunità di accesso e di promozione delle donne nel mondo del lavoro e dell'impresaria in particolare;
- d) La promozione di iniziative per lo sviluppo dell'impresaria femminile, anche tramite specifiche attività di informazione, formazione imprenditoriale e professionale e servizi di assistenza manageriale mirata;
- e) L'attivazione di iniziative volte a facilitare l'accesso al credito anche promuovendo la stipula delle convenzioni previste nell'ambito del Progetto per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento
- f) La divulgazione nel territorio delle iniziative e delle attività di ricerca e studio sullo sviluppo locale promosse dalle Camere di commercio;
- g) La proposizione di iniziative per attivare un sistema di collaborazioni sinergiche con gli enti pubblici e privati che sul territorio svolgono attività di promozione e sostegno all'impresaria femminile in generale.





## IL COMITATO PER LA PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE DI TORINO

A Torino il Comitato per l'Imprenditoria Femminile nasce nel 2001, a seguito del recepimento del protocollo d'intesa del 1999, stabilendo con un apposito regolamento gli obiettivi, le finalità e le iniziative che si intendono perseguire.

Costituitosi all'interno della Camera di commercio industria artigianato e agricoltura della città, con l'obiettivo di promuovere azioni per lo sviluppo delle imprese femminili presenti sul territorio provinciale. Il Comitato è costituito da soggetti che rappresentano il Consiglio camerale, le istituzioni bancarie, le associazioni di categoria e le organizzazioni sindacali più significative del territorio.

Le finalità e gli obiettivi che il Comitato di Torino si è posto sono tutti annoverati nell'articolo 5 del proprio regolamento: si tratta in particolare dell'individuazione di azioni di supporto allo sviluppo delle imprese femminili, della realizzazione di studi territoriali che permettano di conoscere il numero e la tipologia di imprese femminili presenti sul territorio provinciale, della promozione ed organizzazione di iniziative, percorsi informativi e convegni diretti a diffondere la cultura d'impresa. Il Comitato si propone inoltre l'obiettivo di sottoscrivere convenzioni per l'accesso al credito a favore dell'imprenditorialità femminile e la promozione di azioni positive a sostegno della conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, ai sensi della legge 53/2000.

Beneficiarie delle iniziative e delle attività del Comitato sono le oltre 47.000 imprese femminili presenti sul territorio provinciale (dato estratto dalla banca dati camerale Stock View), a cui viene garantita una rappresentanza a 360° ed un'analisi completa di ogni aspetto e problematica che potrebbe emergere durante il loro percorso. Inoltre il Comitato si pone come punto di riferimento per tutte le donne che intendano avviare un'attività nella provincia torinese, le quali potranno usufruire in modo concreto di percorsi informativi, di convenzioni per l'accesso al credito e della creazione di reti strategiche con altre istituzioni (per esempio scuole superiori, università, comuni) al fine di sensibilizzare gli enti nei confronti dell'imprenditoria femminile.





*Numeri utili e contatti:*

**Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile**

**Camera di commercio di Torino**

via San Francesco da Paola 24 - 10123 Torino  
tel. 011 571 6354

[comitatoimpreditoriafemminile@to.camcom.it](mailto:comitatoimpreditoriafemminile@to.camcom.it)  
[www.to.camcom.it/comitatoimpreditoriafemminile](http://www.to.camcom.it/comitatoimpreditoriafemminile)

**Settore Nuove imprese**

**Camera di commercio di Torino**

via San Francesco da Paola 24 - 10123 Torino  
tel. 011 571 6351/2/3/5  
fax 011 571 6356

[nuove.imprese@to.camcom.it](mailto:nuove.imprese@to.camcom.it)

**Settore Europa e Documenti Estero**

**Camera di commercio di Torino**

via San Francesco da Paola 24 - 10123 Torino  
tel. 011 571 6341/2/3

**Anagrafe economica**

**Camera di commercio di Torino**

via San Francesco da Paola 24 - 10123 Torino  
tel. 011 571 6424

Il Comitato per la promozione dell'Imprenditoria femminile è un organismo costituito in seno alla Camera di commercio di Torino allo scopo di promuovere azioni per lo sviluppo delle imprese femminili presenti sul territorio della provincia.

Il Comitato è costituito da rappresentanti del Consiglio camerale, delle associazioni datoriali e di categoria, delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative sul territorio e del mondo bancario, presenta oggi la seguente costituzione:

*Silvana Neri*, CNA – Confederazione nazionale dell'artigianato –  
Presidente

*Paola Buggia*, Confartigianato Torino – Vicepresidente

*Licia Mattioli*, Unione Industriale – Vicepresidente

*Daniele Vaccarino*, Camera di commercio di Torino

*Marina Tabacco*, ABI – Associazione Bancaria Italiana

*Evelina Pensa Dapuzo*, AIDDA – Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti d'Azienda

*Giovanna Boschis Politano*, API – Associazione Piccole e Medie Imprese

*Barbara Chiavarino*, CasArtigiani

*Ersilia Marengo*, Assisat

*Marcella Boccignone*, CIDA – Confederazione Italiana dei Dirigenti e delle Alte Professionalità

*Adriana Celotto*, CISL – Confederazione Italiana Sindacati Lavoratori

*Stefania Fumagalli*, Coldiretti

*Gabriella Fantolino*, Confagricoltura

*Adriana Trinch*, Confesercenti

*Alessandra Brogliatto*, Confcooperative

*Gabriella Cristiani*, Federalberghi

*Anna Di Domenico Lamarca*, FIDAPA – Federazione Italiana Donne Arti Professione Affari

*Anna di Mascio*, Legacoop Piemonte

*Roberta Zagaria*, UGL – Unione Generale del Lavoro





Imprendo Donna  
trimestrale dicembre 2009 numero 4

Redazione: Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria femminile,  
Camera di commercio di Torino

Coordinamento editoriale: Settore Comunicazione esterna, Camera di commercio  
di Torino

Impaginazione: Nonsolografica - Immagini: Camera di commercio di Torino - Ingram  
Publishing

Imprendo donna è scaricabile dal sito [www.to.camcom.it/impredodonna](http://www.to.camcom.it/impredodonna)

## LE NEWSLETTER DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO

**TORINO AMBIENTE** è la newsletter, in uscita ogni trimestre, dedicata all'ambiente. Obiettivo dello strumento è informare, formare e aggiornare gli operatori del settore su norme spesso complesse e articolate, che cambiano frequentemente. Dall'Albo Gestori Rifiuti alle risposte a dubbi e domande: sono tante le rubriche e gli approfondimenti previsti della pubblicazione per orientare e sensibilizzare le imprese. Con una particolare e sempre maggiore attenzione allo sviluppo sostenibile e alle energie rinnovabili.

Per maggiori informazioni: [www.to.camcom.it/torinoambiente](http://www.to.camcom.it/torinoambiente)

**TORINO CONGIUNTURA** è una pubblicazione trimestrale che riporta i dati a consuntivo dell'andamento economico nella provincia di Torino, nucleo centrale dell'analisi è rappresentato dall'indagine congiunturale sull'industria manifatturiera. La pubblicazione presenta inoltre risultati di indagini, studi, ricerche e approfondimenti economici, passando in rassegna lo scenario internazionale e nazionale, per arrivare alla dimensione della provincia e ai singoli settori produttivi.

Per maggiori informazioni: [www.to.camcom.it/torinocongiuntura](http://www.to.camcom.it/torinocongiuntura)

**NEWSMERCATI** è la newsletter del Gruppo delle Strutture Camerali per l'internazionalizzazione, cui collabora anche la Camera di commercio di Torino. Fornisce, ogni quindici giorni, informazioni su dogane, pagamenti, trasporti, contrattualistica, fiscalità, marchi e brevetti, oltre alla segnalazione di iniziative a supporto del business internazionale. Alla sua redazione collaborano professionisti nel campo del commercio internazionale, per accompagnare l'attività delle imprese italiane nei mercati europei ed extraeuropei.

Per maggiori informazioni: [www.newsmercati.com](http://www.newsmercati.com)

**TOP TECH** è la pubblicazione mensile online che presenta le offerte e richieste di tecnologia e le ricerche di partner trasmesse dalla rete Enterprise Europe Network. Le richieste riguardano prodotti o servizi innovativi, risultati di ricerca, progetti nell'ambito dei programmi europei di R&S ed eventi di brokeraggio. TOP TECH prevede anche approfondimenti tematici (ambiente, risparmio energetico, agroalimentare, nuovi materiali, bioedilizia etc.)

Per maggiori informazioni: [www.to.camcom.it/topotech](http://www.to.camcom.it/topotech)

**EUROFLASH** è la pubblicazione mensile online che informa le imprese piemontesi sulle opportunità offerte dall'Europa. Strutturata in quattro sezioni (Bandi di gara comunitari, Eventi, Notizie e Normativa), Euroflash racchiude informazioni di fonte comunitaria sia di carattere generale, sia dedicate in modo specifico ai temi della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Per maggiori informazioni: [www.to.camcom.it/euroflash](http://www.to.camcom.it/euroflash)