



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



D IMPRENDO O N N A



trimestrale settembre 2011 numero 3

E-NEWSLETTER

STAMPA TUTTO
IL DOCUMENTO

Scopri tutte le Newsletters
della Camera di commercio
di Torino!

SOMMARIO		pag.
DAL COMITATO		2
IN AGENDA	Un autunno ricco di attività: in uscita due nuovi quaderni per l'imprenditoria	3
	Buon compleanno AIDDA	4
EMISFERO DONNA	La contessa di Castiglione	5
FOCUS	Profit e Nonprofit: le collaborazioni possibili (e i benefici che ne derivano)	7
LEGGI IN ROSA	L'agenda sociale rinnovata	9
CONTATTI		12



Dal Comitato

Cari lettori,

L'estate sta volgendo al termine, ed il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile si sta preparando ad un autunno ricco di appuntamenti e di attività che lo vedono in parte protagonista, in parte collaboratore e/o ospite.

Fra queste, meritano di essere ricordati i due quaderni per l'imprenditoria in uscita entro la fine dell'anno, il primo dedicato al settore dell'Arte e dell'Artigianato ed il secondo dedicato all'Agricoltura ed al Commercio enogastronomico.

Il 7-8-9 ottobre 2011 AIDDA festeggia a Torino il suo 50° anniversario di fondazione; la celebrazione, sarà occasione per riunire le socie provenienti da tutta Italia e per promuovere il volume "1961 - 2011 AIDDA Vita e Futuro", realizzato dalle socie Evelina Pensa, Maria Grazia Leonardi e Daniela Piazza.



Nella rubrica Emisfero Donna, leggerete la storia e la vita di Virginia Elisabetta Luisa Carlotta Antonietta Teresa Maria Oldoini, meglio conosciuta come "la contessa di Castiglione", vissuta tra il 1837 ed il 1899.

Anche in questo numero l'Osservatorio Economia Civile ci parla di nonprofit, sottolineando l'importanza di costruire partnership per uno sviluppo sostenibile per i nostri territori e per aiutare l'economia ad uscire da questo momento di crisi.

Da ultimo, uno sguardo all'Agenda Sociale Rinnovata, adottata il 2 luglio 2008, realizzata per far sì che le politiche dell'Unione europea diano una risposta efficace alle sfide sociali ed economiche della nostra epoca.

Nell'augurarvi una buona lettura, vi do appuntamento al prossimo numero.

Vi auguro una buona lettura

La Presidente
Silvana Neri



**UN AUTUNNO RICCO DI ATTIVITÀ: IN USCITA
DUE NUOVI QUADERNI PER L'IMPRENDITORIA**

L'estate sta volgendo al termine, ed il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile si sta preparando ad un autunno ricco di appuntamenti e di attività che lo vedono in parte protagonista, in parte collaboratore e/o ospite.

Fra le attività che Silvana Neri ed il suo gruppo hanno messo in pista per l'autunno spiccano la realizzazione di due volumi della collana "I quaderni per l'imprenditoria" dedicati il primo al settore dell'Arte e

dell'Artigianato ed il secondo al mondo dell'enogastronomia e della coltura agricola. Entrambi i quaderni saranno realizzati con la partecipazione della Dott.ssa Alessandra Marcellan e delle associazioni datoriali di riferimento per ciascun settore narrato.

Sul sito www.to.camcom.it è possibile scaricare gratuitamente i quaderni fino ad oggi pubblicati.





The banner features the AIDDA logo on the left, which includes a circular emblem with a caduceus and the text 'CENTRE D'ENTREPRISES FEMMES MONDIALES'. To the right of the logo, the text reads 'AIDDA ASSOCIAZIONE IMPRENDITRICI E DONNE DIRIGENTI DI AZIENDA' and 'Affiliata alle FEMMES CHIEFS D'ENTREPRISES MONDIALES'. A large '50' is displayed in a pink laurel wreath. The main title '50° Anniversario di Fondazione' is in large white letters on a blue background. Below it, the dates 'Torino, 7-8-9 ottobre 2011' are shown with a small Italian flag. On the far right, there is a red logo for 'ESPERIENZA ITALIA 150' with the text 'Nell'ambito di' above it.

Il 7-8-9 ottobre 2011 AIDDA festeggia a Torino il suo 50° anniversario di fondazione. L'Associazione infatti nacque a Torino nel 1961 con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo dell'imprenditoria femminile favorendo lo spirito di iniziativa e la crescita di professionalità delle donne. AIDDA riunisce e valorizza tutte le donne che hanno un ruolo di responsabilità nelle imprese italiane (circa 3 mila aziende appartenenti ai principali settori produttivi).

Le manifestazioni, per le quali si attende la partecipazione di oltre 300 persone, prevedono un convegno cui faranno contorno momenti culturali e una cena di gala con la presenza delle massime Autorità.

In occasione delle Celebrazioni del 50° Anniversario di Fondazione, le Socie Libera Regis, Evelina Pensa, Maria Grazia Leonardi e Daniela Piazza hanno voluto fare un grosso "regalo" ad AIDDA, promuovendo e realizzando la pubblicazione del Volume: "1961 – 2011 AIDDA Vita e Futuro" Autrice Evelina Pensa, archivio a cura di Maria Grazia Leonardi, pubblicato da Daniela Piazza Editore.





LA CONTESSA DI CASTIGLIONE

a cura di Maria Alessandra Marcellan

Alta, bionda, dal corpo slanciato e perfetto come una statua antica, il volto dominato da occhi chiari che sfumavano nel viola, il naso all'insù, il sorriso seducente e sbarazzino. Ma anche scomoda, fraincesa, respinta da viva e da morta, nevrotica, narcisista fino al parossismo, dipendente dalla moda al punto da non riuscire a farsi una ragione del proprio declino dopo aver gustato l'ebbrezza del pieno successo mondano, era "la più bella donna del secolo", con una bellezza, che si vuole divina, assoluta, irripetibile.

A confutargliela si era levata solo la voce di un personaggio decisivo per la sua storia, Camillo Benso conte di Cavour, che il 3 novembre 1854 le aveva scritto non senza un segreto disegno: *"Illustrissima signora Contessa, la vostra collaudata beltà mi rese voglioso di vedervi, ma non vi trovai tanto di esimia bellezza da paragonarvi ad una Venere; nel numero delle belle certamente potete occupare il seggio primiero ma non più oltre. Lasciatevi pur vedere ovunque che nessuno vedendovi vi torrà i vostri pregi di rara bellezza e ve ne sono altrove delle migliori di voi di gran lunga"*.

Nonostante tutto, però, la voce di Cavour è restata isolata: la bellezza della Castiglione, che magari oggi può non soddisfare più i nostri gusti, contribuì non poco alla rovina personale e psichica di questa donna, completamente identificata con la propria apparenza esteriore.

Ma quale ruolo ebbe la contessa nel Risorgimento? Non quello di una combattente che trascinava con il suo esempio i concittadini, né quello di aver aperto il suo salotto per farne un centro di cultura, di ideali e di lotta.

Fu la ragione politica, in quel preciso momento storico, a chiederle di combattere con la sola arma a sua disposizione: l'arma della seduzione.

Virginia era nata a Firenze il 23 marzo 1837, ma lei stessa spostava questa data in avanti di sei anni quando ne aveva bisogno. Fu battezzata con i tradizionali sette nomi usati nell'aristocrazia (Virginia, Elisabetta, Luisa, Carlotta, Antonietta, Teresa e Maria). Suo padre, il marchese spezzino Filippo Oldoini Rapallini, e la madre, la marchesa fiorentina Isabella Lamporecchi, non si curarono molto di lei: il padre,



Un ritratto di Virginia Oldoini del pittore fiorentino Michele Gordigiani.

mondano e ambizioso, era sempre impegnato in viaggi e avventure galanti e la madre, molto bella, era amante del gioco d'azzardo e della vita salottiera.

Virginia, o Nicchia, trascorse la sua infanzia e la sua adolescenza vezzeggiata, adulata e appagata in tutti i suoi capricci, tra La Spezia e Firenze e imparò a parlare correttamente in italiano, francese,

inglese, tedesco.

Di lei si innamorò perdutamente il conte Francesco Verasis Asinari di Castiglione Tinella e Costigliole d'Asti, che volle sposarla nel 1854 e che poco dopo la presentò alla corte sabauda. La fama di straordinaria avvenenza di Nicchia l'aveva preceduta a Torino, creando una grande curiosità nel bel mondo. Costanza d'Azeglio scrisse: *"La contessa Castion (Castiglione) ha avuto un debutto mirabolante a Torino. Si correva per vederla, ci si affollava sotto il suo palco dove si andava in estasi, insomma era un grande evento (...)"*.

L'idea di arruolare nella diplomazia segreta piemontese Virginia Verasis di Castiglione per convincere Napoleone III, imperatore di Francia, ad aiutare militarmente il Regno di Sardegna fu una delle idee vincenti di Cavour, convinto dell'innegabile fascino e intelligenza della contessa. Le inviò il funzionario Bremontier per insegnarle l'uso del cifrario diplomatico e impegnò Costantino Nigra, a Parigi, a preparare il terreno di attesa, curiosità e ammirazione per la contessa che si accingeva a trasferirsi nella città.



“Riuscite, cara cugina. Usate tutti i mezzi che vi pare, ma riuscite”, le scriveva Cavour prima della partenza.

La contessa fece il suo primo ingresso alle Tuileries il 10 gennaio 1856, al ballo organizzato dalla principessa Matilde, quando la festa era al culmine e l'imperatrice, appesantita dalla gravidanza, si era ritirata. La sua entrata provocò un tumulto incredibile: tutti i presenti sgomitavano e si spingevano per poterla ammirare da vicino.

L'effetto di stupore e di ammirazione si ripeté anche nei giorni che seguirono, nelle feste date da Ministeri e Ambasciate e dalle varie delegazioni europee che cominciavano ad affluire a Parigi per l'apertura del Congresso di pace dopo la guerra di Crimea (25 febbraio – 16 aprile).

Alla fine di ottobre 1856, a Compiègne, Virginia raggiunse la vetta della sua carriera di grande seduttrice, quando Napoleone III la raggiunse per una notte d'intimità: la contessa aveva preparato una chemise de nuit leggera come una nuvola, di crespò di seta trasparente color verde acqua, un indumento vaporoso che poteva racchiudere in una mano e che custodì in seguito in un'urna di cristallo, esibendola spesso agli amici. Lasciò scritto nel testamento che quella camicia doveva essere sepolta con lei nella sua tomba.

La bella contessa si vantò molte volte di “aver fatto l'Italia”: non fu certo merito suo, ma la sua presenza ebbe un sicuro influsso sulla politica francese nei riguardi del Piemonte.

Virginia fu per un anno l'amante quasi ufficiale dell'imperatore, suscitando invidie, grande scandalo e la furia dell'imperatrice Eugenia finché il 2 aprile 1857 Napoleone dovette abbandonarla in seguito ad un attentato, mentre usciva dalla casa della contessa, attentato le cui origini e i cui mandanti non furono mai precisati fino in fondo. Nicchia fu espulsa dalla Francia e la sua stella cominciò a declinare.

Il marito chiese ed ottenne il divorzio, Vittorio Emanuele, diventato re d'Italia, non si dimostrò troppo riconoscente e la contessa non occupò più un ruolo di primo piano, nemmeno dopo il suo ritorno in Francia nel 1863.

La lotta con gli anni che passavano divenne patetica e dispera-

ta, tenace e umiliante. Non valse ad allontanare la sconfitta il velo nero con il quale fece coprire gli specchi di casa per non guardarsi: le rughe si addensarono ugualmente sul suo viso, il corpo perse la freschezza mentre la situazione economica continuò a peggiorare. Virginia visse la sua squallida e solitaria vecchiaia in modo triste e angosciato perché non seppe rassegnarsi al declino, ma continuò a rimpiangere disperatamente la giovinezza perduta. Fino al 28 novembre 1899, all'alba del nuovo secolo, quando la morte la colse all'improvviso in una stanza dell'albergo parigino Voisin, dove alloggiava.

Aveva chiesto di essere sepolta a La Spezia, senza funzione religiosa e senza fiori, senza informare i giornali e le autorità, con la camicia verde acqua che stava in un pugno, la collana di perle e due braccialetti che aveva cari, sotto il capo il cuscino ricamato dal figlio Giorgio quando era bambino e ai piedi i due cagnolini imbalsamati.

Nessuno dei suoi desideri fu esaudito, anche la tomba fu a Parigi, nel cimitero di Père Lachaise. Subito dopo la sua morte la polizia e i servizi segreti sabaudi bruciarono i documenti compromettenti.

Di lei rimangono centinaia di ritratti ad olio, ad acquerello e in fotografia, soprattutto di Pierre Louise Pierson, ancora molte lettere, biglietti e un diario significativo con l'uso di un semplice linguaggio cifrato per i suoi rapporti con gli uomini.



P.L. Pierson-A. Schad, Ritrosetta, 1864, prova fotografica dipinta a guazzo della Contessa di Castiglione. Da: M. Corgnati, C. Ghibaudi (a cura di) La contessa di Castiglione e il suo tempo, Milano, Silvana Editore 2000, p. 64



a cura dell'Osservatorio Economia Civile
della Camera di commercio di Torino



PROFIT E NONPROFIT: LE COLLABORAZIONI POSSIBILI (E I BENEFICI CHE NE DERIVANO)

per uscire dallo stato attuale di crisi è necessario costruire lo sviluppo sostenibile dei territori in partnership (profit nonprofit) Numerose sono le possibili forme di collaborazione e sostegno diversi gli strumenti (da 5X1000 alla piùdaimenoversi)

Il momento storico attuale, con il suo carico di crisi economica e tensioni sociali in vari paesi d'Europa, impone un profondo ripensamento dei modelli di sviluppo economico e sociale che stiamo perseguendo. Sviluppo sostenibile sembra essere la parola cardine di questi anni. Ma: come si può essere competitivi, senza rinunciare al proprio radicamento territoriale? E come sviluppare la nostra impresa senza danneggiare l'ambiente? Infine, come perseguire l'obiettivo di sviluppare il nostro business e, nel contempo, contribuire allo sviluppo della comunità in cui operiamo?

Tutto il dibattito e la letteratura intorno al tema della CSR (corporate social responsibility) si è sviluppato proprio sulla base di questi interrogativi. Il punto centrale della CSR è l'assunto che le imprese si sviluppano laddove l'ambiente e il sistema sociale in cui sono inserite è florido e vitale. Quanto più è alto il benessere nei territori e la coesione sociale nelle comunità quanto più l'impresa (soprattutto la piccola e media impresa) riesce a sviluppare il proprio mercato e

a consolidare la propria presenza. L'impresa profit ha, dunque, *interesse* nel perseguire il benessere della comunità, perché questo si traduce anche in sviluppo per sé e il proprio business. E perseguire il benessere delle comunità locali è anche il fine istituzionale delle organizzazioni nonprofit, in alcuni casi, come quello della cooperazione sociale, sancito anche per legge.

Come abbiamo detto nella prima newsletter dell'anno, nate dall'autorganizzazione dei cittadini per rispondere ai bisogni delle comunità, le organizzazioni non profit si qualificano per la *qualità* delle relazioni umane che sono in grado di portare all'interno dei contesti in cui operano oltre che per i servizi che offrono. Una parte importante del valore da loro prodotto sono infatti i cosiddetti "beni relazionali". I beni relazionali, che l'azione volontaria e gratuita è in grado di generare, sviluppano fiducia, inclusione e coesione sociale, che, lo ripetiamo, sono fattori indispensabili per il buon funzionamento dei sistemi economici e sociali. Molti studiosi assegnano ai beni relazionali il valore di beni locali per la competitività, poiché individuano in essi un fattore importante di sostegno della competitività delle imprese che operano nei territori in cui sono maggiormente presenti. È proprio dall'importante circolo virtuoso che si stabilisce tra beni relazionali e competitività delle imprese che organizzazioni profit e nonprofit possono reciprocamente trarre grande beneficio (e, contemporaneamente produrre benefici per) dalla collaborazione e dall'azione sinergica.

Per le imprese nonprofit, la collaborazione con le imprese profit può contribuire non solo ad aumentare le risorse a disposizione per l'esercizio della propria attività e a sviluppare le aree di intervento ma anche a migliorare la propria struttura imprenditoriale.

Guardando, invece, la collaborazione dal lato dell'impresa profit, ci sono alcuni benefici che riguardano il miglioramento della loro capacità competitiva. Si tratta non solo della qualificazione della propria immagine presso clienti e collaboratori, con la conseguente crescita del legame di fiducia che ne deriva, la cui rilevanza economica è evidente, ma anche di vere e proprie economie esterne riguardanti la qualità dell'ambiente, dei servizi, del clima sociale, ecc. dei contesti in cui operano che hanno dirette connessioni con la produttività delle imprese stesse.



Sul fronte dei benefici materiali, diverse sono le possibilità offerte dalla legislazione italiana rivolte alle imprese profit che proviamo, di seguito, a riassumere suddividendole per tipologia di onp.

Nel caso in cui il beneficiario sia una *onlus*⁽¹⁾, l'impresa profit può dedurre dal proprio reddito complessivo o d'impresa (secondo percentuali e importi variabili stabiliti nel D.L. 35/2005 e successive modificazioni e nel TUIR) l'importo in denaro erogato o il controvalore della donazione in natura. Può, inoltre, dedurre l'intero controvalore (senza alcun limite) in caso di cessione di prodotti alimentari e di farmaci oppure cedere alla onlus altri beni prodotti e scambiati (con limitazione di valore complessivo). Infine, l'impresa profit può dedurre dal reddito di impresa, nel limite del cinque per mille del costo totale del lavoro dipendente dichiarato, le spese per l'impiego di lavoratori dipendenti utilizzati per prestazioni di servizio erogate alle onlus. Quest'ultima agevolazione è particolarmente interessante perché l'impresa profit può, attraverso il *prestito* di proprie professionalità, trasferire *know how* e contribuire, così, al processo di innovazione della onp.

Deducibilità delle erogazioni in denaro e natura (nel limite del 10% del reddito complessivo fino a un massimo di 70.000 euro) anche nel caso in cui il beneficiario sia una *fondazione con attività di tutela, promozione e valorizzazione dei beni di interesse artistico, storico e paesaggistico, mentre per le onp con attività umanitarie* in paesi non OCSE la deducibilità è possibile solo per le erogazioni in denaro. Deducibilità della donazione (ma con percentuali diverse), sia che venga fatta in denaro sia in natura, nel caso in cui i beneficiari siano *Associazioni di Promozione Sociale (APS), ONG, fondazioni e associazioni riconosciute operanti nel campo della ricerca scientifica*. La deducibilità, parziale o totale, delle sole erogazioni in denaro è prevista quando vengono effettuate a favore di *organizzazioni* che

operano nel campo *artistico, culturale e dello spettacolo, partiti e movimenti politici, istituti scolastici, organizzazioni (anche pubbliche) di ricerca*. Nel caso in cui l'impresa ceda prodotti editoriali e dotazioni informatiche a istituti scolastici, enti religiosi o altri enti assistenziali, la donazione è totalmente deducibile dal reddito d'impresa ed è considerata fuori dal regime IVA. In ultimo rileva sottolineare che le erogazioni in denaro a favore delle *popolazioni colpite da eventi di calamità pubblica o altri eventi straordinari* sono totalmente deducibili (a patto che siano effettuate tramite una onp) così come la cessione di beni a favore delle stesse non costituiscono ricavi o plusvalenze.

Un'altra forma di collaborazione possibile, oltre alla cd beneficenza diretta, è quella della sponsorizzazione delle attività delle onp (beneficenza indiretta) che ha un ritorno per le imprese profit in termini di immagine e maggiore visibilità.

In conclusione, non si deve dimenticare che molte organizzazioni nonprofit producono beni e servizi che possono essere acquistati dalle imprese profit sia perché economicamente vantaggiose sia per sperimentare nuove forme di welfare aziendale a favore dei propri dipendenti (come, ad esempio, gli asili nido aziendali e il *progetto maggiordomo* presentato in occasione del convegno Impresa 360° organizzato dalla Camera di commercio di Torino, il 5 maggio scorso). Dalla collaborazione progettuale possono nascere grandi opportunità di sviluppo e nuovi sbocchi imprenditoriali che possono accrescere il business delle imprese profit e non profit coinvolte, con grande beneficio, sia delle imprese sia della comunità in cui queste operano.

Per approfondire:

<http://www.agenziaterzosettore.it>

<https://www.ilmiodono.it/it/informazioni/vantaggiprivati>

<http://www.handylex.org/cgi-bin/hl3/cat.pl?v=b&d=2900&c=9205>

⁽¹⁾ definizione valida ai fini tributari di organizzazione non lucrativa di utilità sociale di cui al d.lgs. 4 dicembre 1997, n. 460



L'AGENDA SOCIALE RINNOVATA

I PRESUPPOSTI...

Nel 2007 la Commissione ha avviato una consultazione pubblica per tracciare un bilancio della realtà sociale in Europa; questo ha portato, il 2 luglio 2008, all'adozione di un'ambiziosa "agenda" che mira a far sì che le politiche dell'Unione europea diano una risposta efficace alle sfide sociali ed economiche della nostra epoca.

I progressi tecnologici, la globalizzazione, l'invecchiamento della popolazione, così come le mutazioni climatiche e l'immigrazione stanno trasformando le società europee, ed è quindi necessario che le politiche dell'UE tengano il passo di questa evoluzione ed aiutino i cittadini ad adattarsi al mutamento della situazione.

L'agenda sociale rinnovata intende quindi creare maggiori opportunità per i cittadini europei, migliorare l'accesso a servizi di qualità ed esprimere solidarietà nei confronti delle persone che subiscono le conseguenze negative di questi cambiamenti.

Proprio in virtù delle diverse trasformazioni in atto, e dal momento che le politiche economiche e sociali a livello europeo e nazionale si rafforzano reciprocamente e sono fra loro complementari, l'agenda non può essere limitata alle questioni tradizionali della politica sociale; deve essere trasversale e multidimensionale, estendersi a una vasta gamma di settori, dalle politiche del mercato del lavoro all'istruzione, alla salute, all'immigrazione e al dialogo interculturale.

Questa agenda sociale rinnovata è perciò pienamente coerente con la strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione, e la consolida.

GLI OBIETTIVI...

Per rispondere più adeguatamente alle sfide socioeconomiche del XXI secolo, l'agenda sociale rinnovata estende il suo ambito di applicazione a nuovi settori di azione politica, strutturati intorno a tre obiettivi:

- creare nuove opportunità nel mercato del lavoro
- facilitare l'accesso all'istruzione, alla protezione sociale, all'assistenza sanitaria e a servizi di qualità per tutti
- sviluppare la solidarietà all'interno della società europea, in modo da favorire l'inclusione sociale e pari opportunità per tutti

Creare opportunità significa impegnarsi a garantire un'occupazione di migliore qualità e ad accrescere il benessere; significa eliminare le barriere, facilitare la mobilità, combattere la discriminazione, favorire l'eguaglianza tra donne e uomini, sostenere le famiglie e affrontare nuove forme di esclusione sociale.

D'altro lato, per sfruttare le opportunità, le persone devono vedersi garantito l'accesso all'istruzione, all'assistenza sanitaria, ai servizi sociali e poter partecipare attivamente alla società in cui vivono, sentendosi integrati.

Poiché non tutte le persone ed i territori sono in grado di seguire il rapido ritmo del cambiamento, l'agenda sociale rinnovata s'ispira anche all'idea di solidarietà e propone un'azione più incisiva per combattere la povertà e l'esclusione sociale e nuovi modi per aiutare le persone ad adattarsi alla globalizzazione e ai cambiamenti tecnologici.

Per far questo, l'UE deve innovare: nel modo in cui definisce le linee della sua azione, nella sua legislazione, negli strumenti che permettono la diffusione delle pratiche migliori e favoriscono lo sviluppo di nuovi approcci.

GLI AMBITI PRIORITARI...

Gli ambiti prioritari su cui l'agenda sociale rinnovata si prefigge di intervenire sono i seguenti:

● Infanzia e gioventù

Sistemi d'istruzione di qualità adatti alle esigenze del mercato del lavoro devono contribuire all'inclusione dei giovani nella società.

Le nuove iniziative della Commissione devono riguardare soprattutto la tutela dei diritti dell'infanzia e la lotta alla povertà infantile.

● Investire nelle persone, in più e migliori posti di lavoro, in nuove competenze

Conformemente alla strategia di Lisbona e alla strategia europea a favore dello sviluppo sostenibile, l'agenda sociale incoraggia la modernizzazione del mercato del lavoro. A tal fine gli Stati membri devono applicare principi comuni in materia di flessicurezza e promuovere l'istruzione e la formazione permanente.

La Commissione, oltre che proporre il miglioramento del funzionamento dei comitati aziendali europei, promuove l'imprenditorialità e l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC).



- **Mobilità**

La Commissione deve proseguire la sua azione a favore dei lavoratori mobili, a protezione dei loro diritti sociali e delle loro condizioni di lavoro, eliminando completamente gli ostacoli alla loro libera circolazione all'interno dell'Unione europea (UE).

Le parti sociali devono partecipare attivamente al raggiungimento degli obiettivi del piano d'azione europeo per la mobilità del lavoro.

- **Miglioramento della qualità della vita e integrazione delle persone anziane**

Per rispondere ai problemi posti dall'invecchiamento della società europea, gli Stati membri devono poter garantire sistemi sanitari di qualità, sostenibili e accessibili.

La Commissione propone in particolare lo sviluppo dell'assistenza sanitaria e dei diritti dei pazienti a livello transfrontaliero. Essa sostiene lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel settore dell'assistenza sanitaria, dei servizi alla persona e della ricerca.

- **Lotta contro la povertà e l'esclusione sociale**

L'agenda sociale prevede una strategia integrata sull'inclusione attiva delle persone più svantaggiate come i disoccupati, i disabili, le persone anziane e le donne.

L'obiettivo è favorire il sostegno al reddito, l'accesso al mondo del lavoro, ai servizi, alla società dell'informazione, all'istruzione e alla formazione.

- **Lotta contro la discriminazione**

La Commissione prosegue il rafforzamento del quadro giuridico relativo alla lotta contro le discriminazioni all'interno e al di fuori del settore dell'occupazione.

Le politiche comunitarie puntano soprattutto alla parità di trattamento tra uomini e donne, in particolare attraverso la promozione dell'accesso delle donne al mercato del lavoro e della parità di retribuzione.

- **Promozione dei diritti sociali sulla scena mondiale**

L'UE svolge un ruolo a livello internazionale per l'innalzamento delle norme

sociali a favore dei lavoratori, dei consumatori e dell'ambiente. Tale azione è condotta nel quadro di accordi di cooperazione esterna, di politiche commerciali, di aiuti allo sviluppo e di negoziati di adesione all'UE.

La Commissione incoraggia inoltre gli Stati membri ad applicare le convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL).

GLI STRUMENTI...

La Commissione intende utilizzare una pluralità di strumenti per raggiungere gli obiettivi fissati nell'agenda sociale rinnovata:

- **la legislazione**

L'UE ha realizzato un solido quadro normativo in grado di garantire il benessere degli europei, stabilendo e rafforzando i loro diritti di cittadini, lavoratori e consumatori per tutto ciò che concerne la sicurezza, la salute, la protezione sociale, l'uguaglianza fra i sessi, la non discriminazione, le condizioni di lavoro e la mobilità. Tali norme, che dovranno essere applicate e fatte rispettare in modo rigoroso, dovranno essere sempre aggiornate in relazione ai cambiamenti sociali e del mondo del lavoro che possano realizzarsi.

- **il dialogo sociale**

Il dialogo sociale europeo ha un ruolo fondamentale nell'elaborazione delle politiche comunitarie ed ha sempre prodotto risultati positivi, quali ad esempio gli accordi riguardanti il congedo parentale, la violenza e lo stress sul lavoro, il telelavoro.

Le parti sociali, grazie alla loro esperienza sono nella condizione migliore per individuare i cambiamenti delle realtà sociali ed hanno un ruolo specifico nella ricerca di risposte da dare a questi cambiamenti.

- **la cooperazione tra Stati membri**

I metodi aperti di coordinamento (MAC) hanno permesso agli Stati membri di sviluppare una visione comune dei problemi sociali favorendo la volontà di cooperare e di ispirarsi alle reciproche realizzazioni, dando impulso alle riforme e promuovendo politiche basate principalmente sulla



conoscenza, ed orientate ai principi di apertura, trasparenza e partecipazione.

- **i finanziamenti comunitari**

I Fondi strutturali e la politica di coesione contribuiscono in modo essenziale alla promozione delle opportunità, dell'accesso e della solidarietà rafforzando la competitività e la coesione sociale.

La Commissione coopera da sempre con gli Stati membri perché questi investimenti siano utilizzati nel modo più efficace possibile e per sostenere in particolare le priorità della strategia di Lisbona.

- **la collaborazione, il dialogo e la comunicazione**

Le opportunità, l'accesso e la solidarietà per tutti possono essere realizzati soltanto mediante la cooperazione tra le istituzioni europee, gli Stati membri, gli enti locali e regionali, le parti sociali, la società civile e le altre parti in causa, compresi eventualmente partner esterni.

Le imprese, in stretta collaborazione con le altre parti interessate, possono anch'esse contribuire attivamente al raggiungimento degli obiettivi dell'agenda sociale rinnovata, ad esempio in settori come l'inclusione sociale e lo sviluppo delle competenze.

- **fare in modo che tutte le politiche europee favoriscano le opportunità, l'accesso e la solidarietà**

L'UE deve tener conto degli obiettivi della politica sociale e della necessità di combattere tutte le forme di discriminazione nel definire e nell'attuare tutte le altre politiche.

Per questa ragione, la Commissione continuerà a sottoporre tutte le sue principali nuove iniziative ad un'analisi rigorosa, nel quadro della valutazione d'impatto, dei loro effetti sul piano sociale.





Numeri utili e contatti:

Segreteria Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile

via San Francesco da Paola, 24 - 10123 Torino

tel. 011 571 6354

comitatoimprenditoriafemminile@to.camcom.it

www.to.camcom.it/comitatoimprenditoriafemminile

Ufficio della Camera di Commercio di Torino per informazioni sull'avvio di impresa:

Settore Nuove Imprese

via San Francesco da Paola, 24 - 10123 Torino

tel. 011 571 6351/2/3/5

fax 011 571 6356

nuove.impres@to.camcom.it

Settore Europa e Documenti Estero

via San Francesco da Paola, 24 - 10123 Torino

tel. 011 571 6341/2/3

Anagrafe economica

via San Francesco da Paola, 24 - 10123 Torino

tel. 011 571 6424/6

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

Laura Agatone - Ascom Torino, Vicepresidente

Licia Mattioli - Unione Industriale, Vicepresidente

Daniele Vaccarino - Camera di commercio di Torino

Livia Damilano - 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

Marcella Boccignone - CIDA (Confederazione Italiana dei Dirigenti e delle Alte Professionalità)

Gabriella Fantolino - Confagricoltura

Daniela Borgna - Confartigianato Torino

Alessandra Brogliatto - Confcooperative

Graziella Arnaud - CIA (Confederazione Italiana Agricoltori)

Roberta Baima Poma - Confesercenti

Daniela Bruno - Coldiretti

Caterina Fioritti - Federalberghi

Anna Di Domenico Lamarca - FIDAPA (Federazione Italiana Donne Arti Professione Affari)

Valentina Gusella - Legacoop Piemonte

Roberta Zagaria - UGL (Unione Generale del Lavoro)

Maria Teresa Cianciotta - UIL (Unione Italiana del Lavoro)





Imprendo Donna
trimestrale settembre 2011 numero 3
Testata registrata presso il Tribunale di Torino
con provvedimento n. 44 del 22 luglio 2009

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

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

Impaginazione: Fantinel Graphic Designers, Torino

Imprendo donna è scaricabile dal sito www.to.camcom.it/imprendodonna

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

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

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

TOP TECH & TRADE 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 & TRADE prevede anche approfondimenti tematici (ambiente, risparmio energetico, agroalimentare, nuovi materiali, bioedilizia, etc.)

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/toptech