**Imprese femminili a Piacenza.**

Sono **6.275 le imprese femminili** piacentine a fine settembre 2022, ultimo dato disponibile. La loro incidenza rispetto al totale delle imprese (29.070) è pari al **21,6%.** Dato che si mantiene piuttosto in linea con i precedenti.

I comuni che hanno una presenza di imprese femminili superiore al 20% sono: Agazzano, Bettola, Bobbio, Borgonovo, Cadeo, Caorso, Carpaneto, Castell’Arquato, Castelsangiovanni, Castelvetro, Cerignale, Corte Brugnatella, Farini, Fiorenzuola, Gazzola, Gropparello, Lugagnano, Morfasso, Piacenza, Pianello, Piozzano, Ponte dell’Olio, Rivergaro, Rottofreno, Travo, Vigolzone, Villanova, Ziano e Alta Val Tidone.

Se consideriamo la **serie storica da settembre 2020 a settembre 2022** riscontriamo una flessione nell’ambito del settore del commercio (-36)e in quello dell’agricoltura (-32) mentre appare in aumento la presenza di imprese femminili nelle attività di servizi alle imprese (+7), nelle attività professionali (+16) e nelle attività immobiliari (+9) oltre che nelle attività manifatturiere (+9).

Sul totale delle imprese femminili piacentine 6.275 , quelle **artigiane** sono 1.233 (operanti in prevalenza nel settore manifatturiero, nei servizi alle imprese e soprattutto nelle attività dei servizi) mentre quelle **giovanili** raggiungono le 587 ed infine quelle **guidate da straniere** sono 867. Per queste ultime due tipologie in prevalenza si tratta di imprese attive nei settori del commercio, dei servizi di alloggio e ristorazione e nelle attività dei servizi. Per le imprese femminili straniere buona è anche la presenza nelle costruzioni e nelle manifatturiere.

*Fonte: Elaborazioni CCIAA di Piacenza su dati Infocamere*

*Dati al 30 settembre 2022*

**Progetto**

**UNA MONTAGNA DI TALENTO**

I progetti di sviluppo delle imprese sono correlati anche allo sviluppo del territorio dove sono insediate.

La connotazione territoriale di un progetto imprenditoriale e la interazione con le realtà presenti sullo stesso appaiono, in questo momento storico, una chiave di successo e un fattore di competitività tutt’altro che trascurabile. Tali elementi divengono ancora più rilevanti se pensiamo alle aree interne e montane dove il legame e la connessione tra imprenditore e abitante assumono una rilevanza essenziale, raggiungendo un duplice scopo: quello di leva di sviluppo economico e di riduzione del fenomeno dello spopolamento. Questa tematica già da alcuni anni costituisce una priorità di numerose istituzioni, pensiamo ai finanziamenti regionali per i giovani che si trasferiscono presso comuni di montagna, ai finanziamenti gestiti dal Gal del Ducato per i comuni dell’area Leader, solo per citarne alcuni.

Anche il Comitato per la Promozione dell’Imprenditorialità Femminile, accogliendo con entusiasmo uno spunto offerto dal Commissario Straordinario della Camera di commercio Filippo Cella, ha saputo creare un progetto che si muove in questa direzione. Potenziare le imprese femminili delle aree interne e raggrupparle per vallata, in funzione della creazione di gruppi di lavoro proiettati allo sviluppo concreto.

Partendo da una analisi delle imprese femminili, il Comitato ha individuato un percorso che vedrà impegnate le imprenditrici o libere professioniste dei 26 comuni interessati. Il progetto è stato inoltre preceduto da un ampio confronto con gli amministratori dei comuni stessi e con le associazioni di categoria che hanno apprezzato il valore del progetto, collaborando attivamente alla sua diffusione presso le imprese del territorio e cogliendo il potenziale emergente.

**Una prima parte del percorso** è legata alla conoscenza e scoperta delle realtà esistenti, dei loro valori, del loro sapere e anche delle antiche tradizioni.

**Una seconda parte** sarà invece destinata ad allenare e rinsaldare lo spirito di gruppo e le pratiche della cooperazione attiva, vero motore dei processi di sviluppo imprenditoriale e territoriale.

**Il risultato finale** sarà quello di avere valorizzato le ricchezze territoriali, adottato un medesimo linguaggio e una metodologia operativa comune, finalizzata alla realizzazione di progetti condivisi. Inoltre con l’utilizzo di strumenti di analisi e progettazione (es.business social canvas) verranno valutate le potenzialità ed identificate le linee guida per lo sviluppo delle nuove iniziative imprenditoriali. Successivamente verranno illustrati ed approfonditi strumenti finanziari e bandi da utilizzare per dare seguito e sviluppo ai progetti ideati dai partecipanti.

Non si tratta pertanto di un mero percorso formativo ma di uno strumento di creazione di reali progetti imprenditoriali comuni.

La **medologia del percorso** sarà di carattere “ludico-esperienziale”, basata sui principi dell’educazione attiva che valorizza il gruppo come luogo di apprendimento e di sviluppo di capacità collaborative. Le competenze delle partecipanti saranno rigenerate e condivise. I formatori saranno “facilitatori dell’apprendimento”, alternando attività pratiche e di ‘gioco’ a momenti di riflessione