

Womenmade tra tradizione e innovazione
Creative economy in un'ottica di genere

Tavola rotonda

VI° Congresso Nazionale SIS
Aula Nievo - Palazzo BO, 15 febbraio 2013

Partecipano

Marina Bertoncin
geografa Università di Padova

Milvia Boselli
consigliere con delega P.O.
Comune di Padova

Marina Piazza
esperta in politiche di genere

Elisabetta Vezzosi
storica Università di Trieste

Con il contributo di





LA RICERCA

**Womenmade
tra tradizione e innovazione**

**Le imprese culturali
e creative femminili
a Padova e nel territorio**

di

Susanna Biadene

Alessandra Chiarcos

Daria Quatrida

Comitato scientifico

Marina Bertocin

geografa dell'Università di Padova

Saveria Chemotti

delegata per la cultura e gli studi di genere dell'Università di Padova

Roberta Gallana

past president Comitato per sviluppo dell'Imprenditoria femminile CCIAA Padova

Raffaella Massaro

Ufficio Studi Confindustria Padova

Silvia Oliva

Responsabile alla Ricerca Fondazione NordEst

Andrea Pase

geografo dell'Università di Padova

Con il patrocinio di



Comune di Padova



Provincia di Padova

Womenmade: il contesto

“ *Un punto di forza del nostro paese è la cultura della creatività.... e in questo nuovo esprimersi della creatività italiana, rivive la forza di una tradizione, di un patrimonio e di una sensibilità cui dobbiamo dedicare ben maggiore attenzione.*

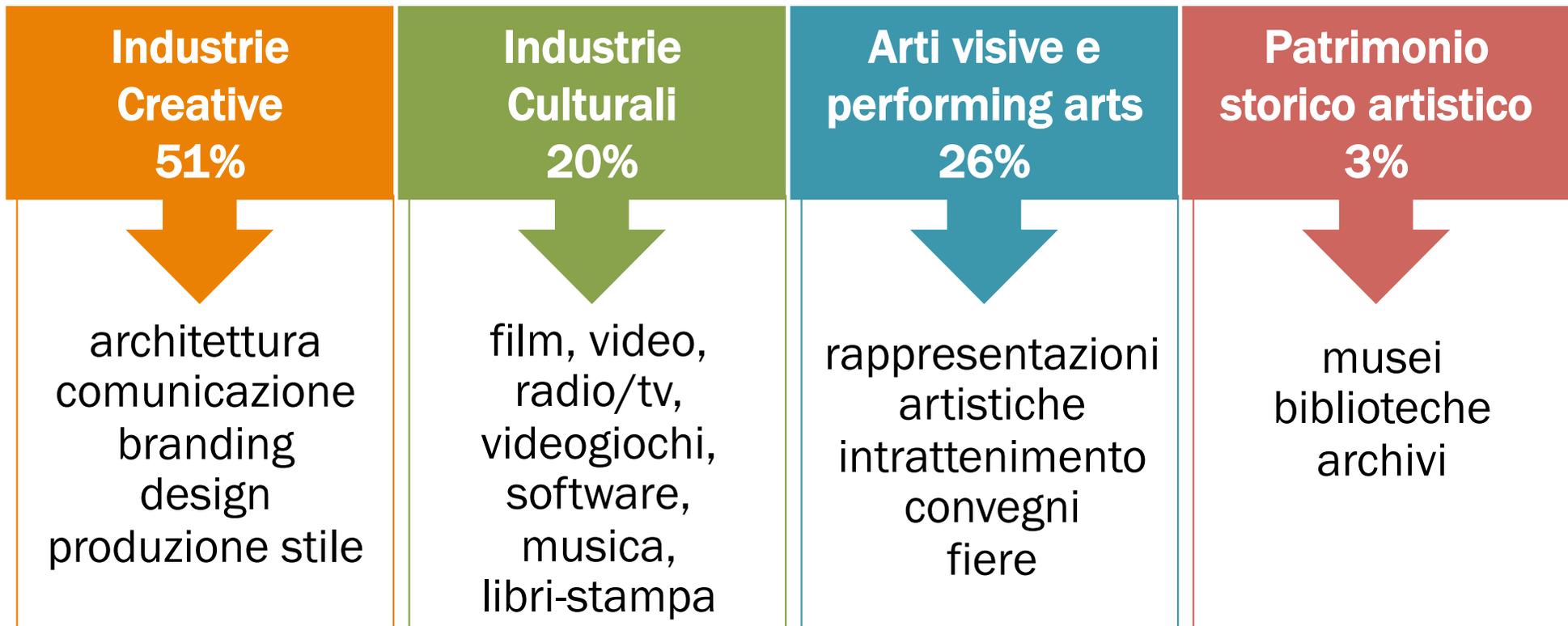
Giorgio Napolitano Presidente della Repubblica 31 dicembre 2007

**La rilevanza
dell'economia
creativa e culturale**
(Libro Verde UE,
Libro Bianco,
Symbola...)

**La rilevanza
del genere**
(imprenditoria
femminile un
fenomeno in crescita)

**La rilevanza
del territorio
Padovano**
(ricchezza di evidenze
storico-artistiche,
Università, centri
di ricerca...)

Focus della ricerca



Il campione



61 imprese intervistate



oltre il 15% delle ICCF operanti in provincia di Padova

Obiettivi della ricerca

tracciare una prima
fotografia del
settore ICCF a
Padova e Provincia

comprendere
quali condizioni
favoriscono o
ostacolano le ICCF
rispetto a differenze
di settore e alla
peculiarità
dell'essere donne
imprenditrici

formulare delle
indicazioni per i
diversi attori
coinvolti

creazione di una **rete**
e di una rinnovata **politica dell'innovazione e della qualità**
in una dimensione integrata (utilizzo strategico delle risorse)
creative economy



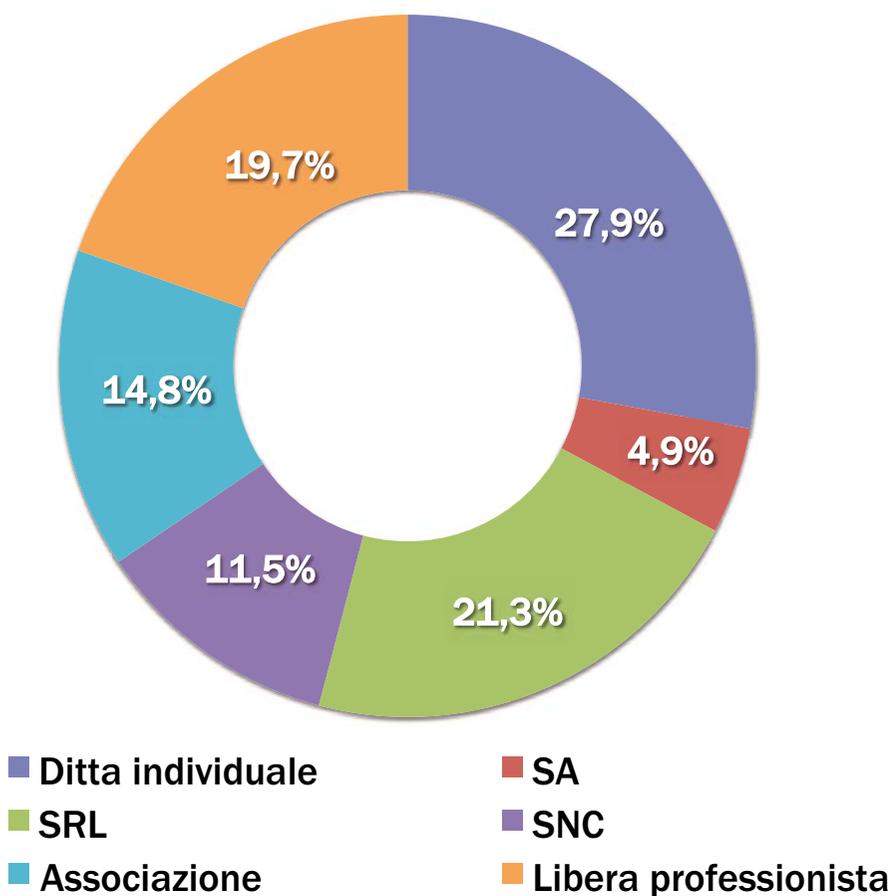
LE IMPRESE LE DONNE LA CULTURA

“ *La capacità creativa è il bene più prezioso della donna perché dona all'esterno e la nutre all'interno, ad ogni livello psichico e mentale, emotivo ed economico*

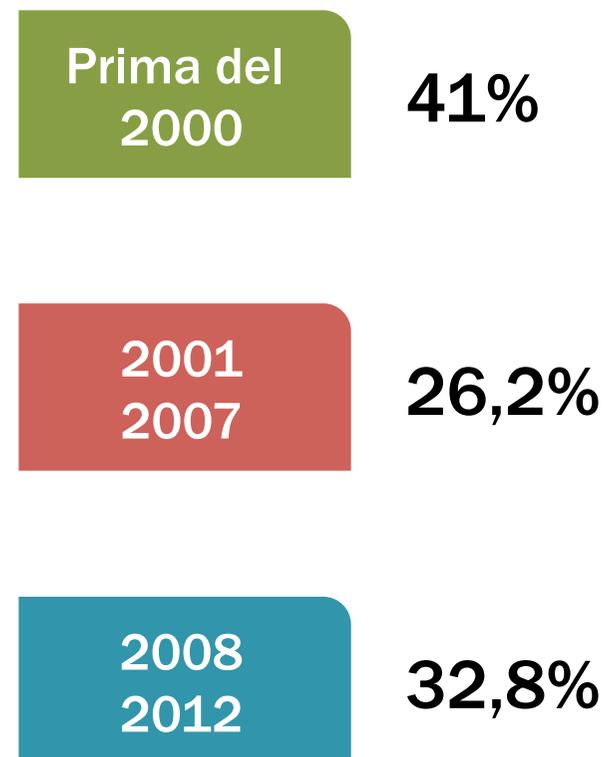
Clarissa Pinkola Estes,
Donne che corrono coi lupi

Le ICCF di Padova e Provincia

Imprese per forma giuridica



Anno di avvio dell'attività



Come è nata l'impresa



78,6%

Nuova creazione



12,5%

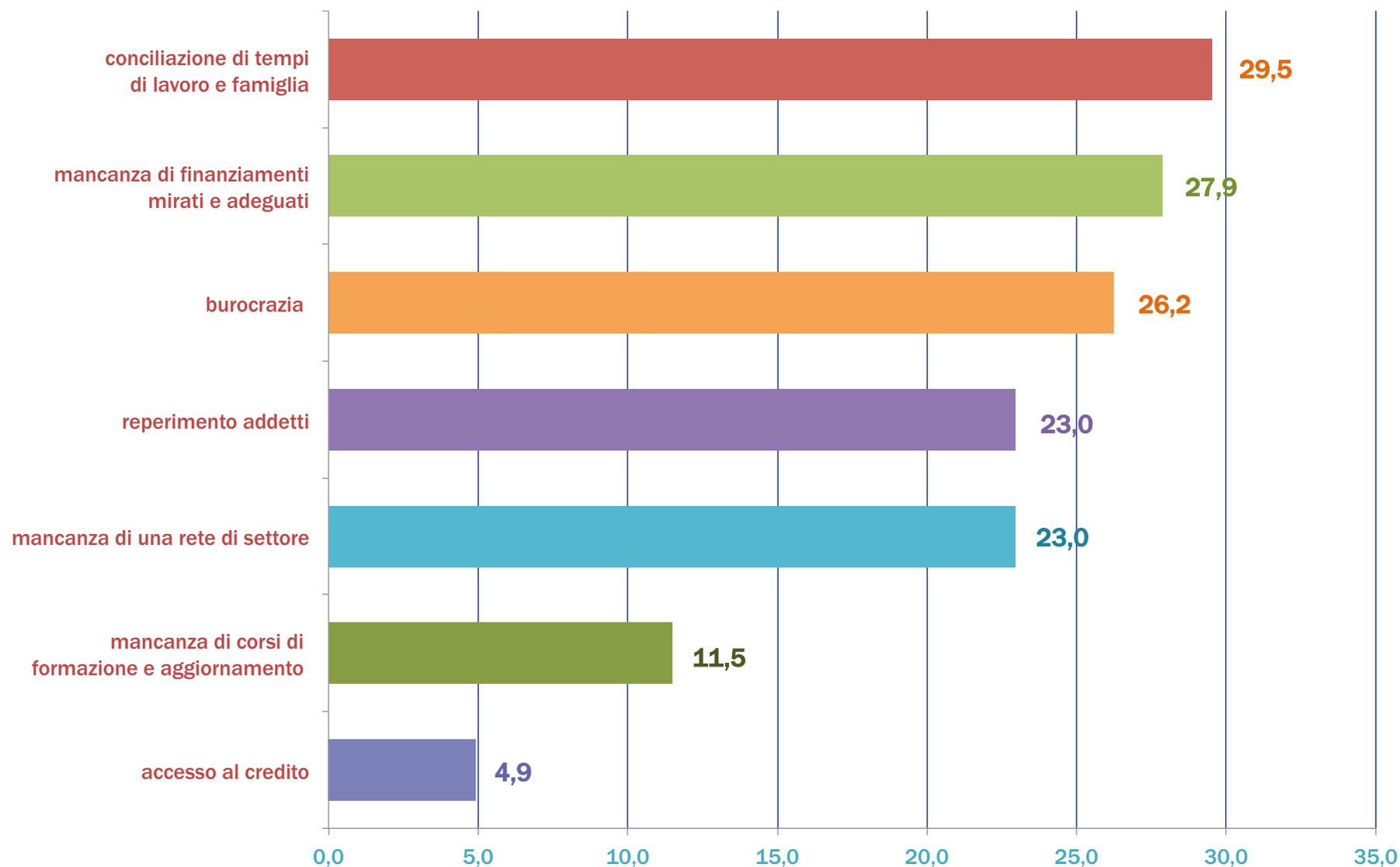
Trasformazione
attività
precedente



8,9%

Tradizione
di famiglia

Le difficoltà nell'avvio

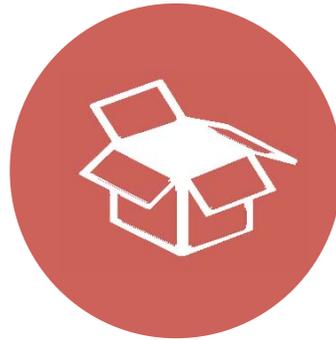


Cosa apprezzano i clienti



37%

Qualità servizio



35%

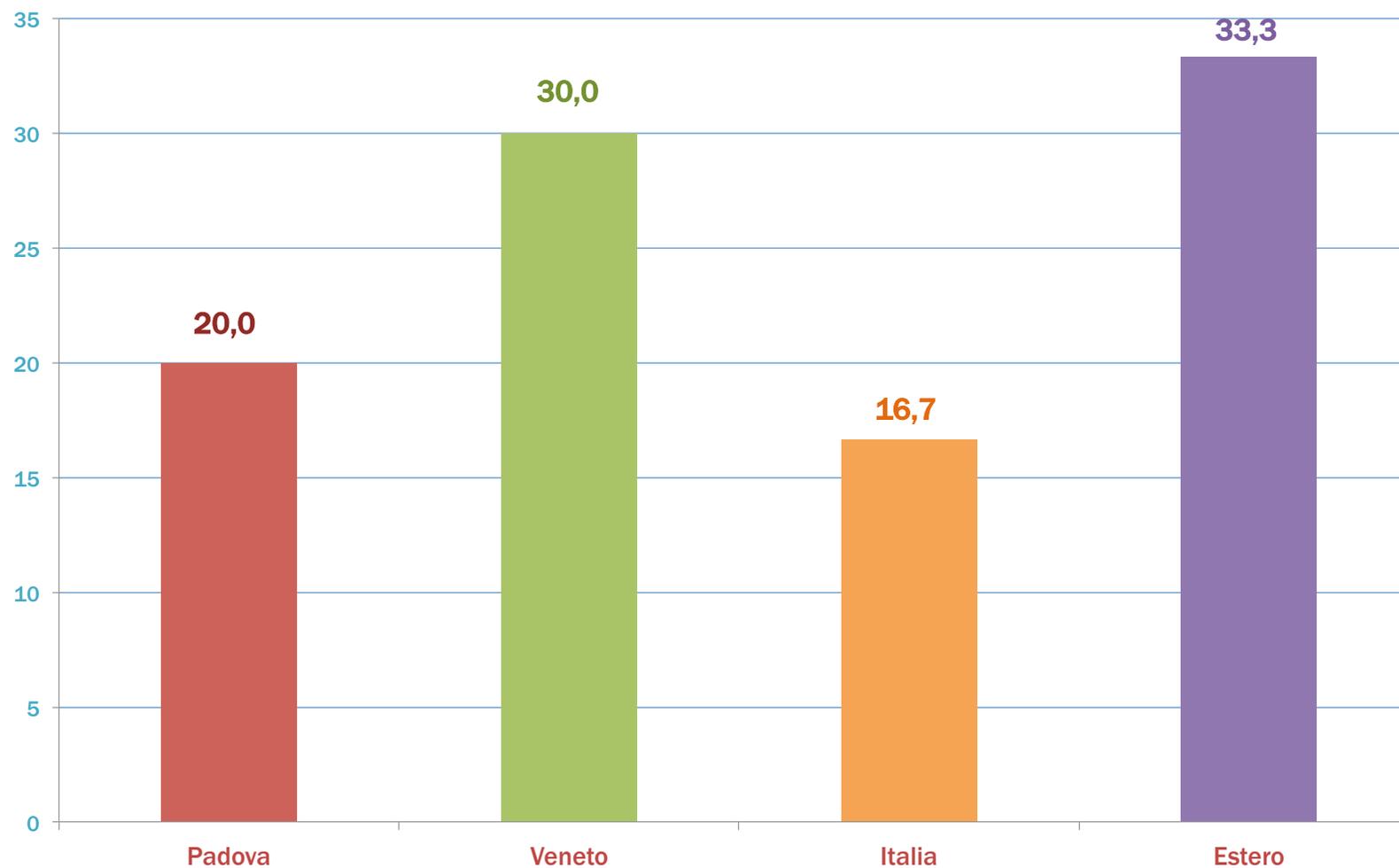
Qualità prodotto



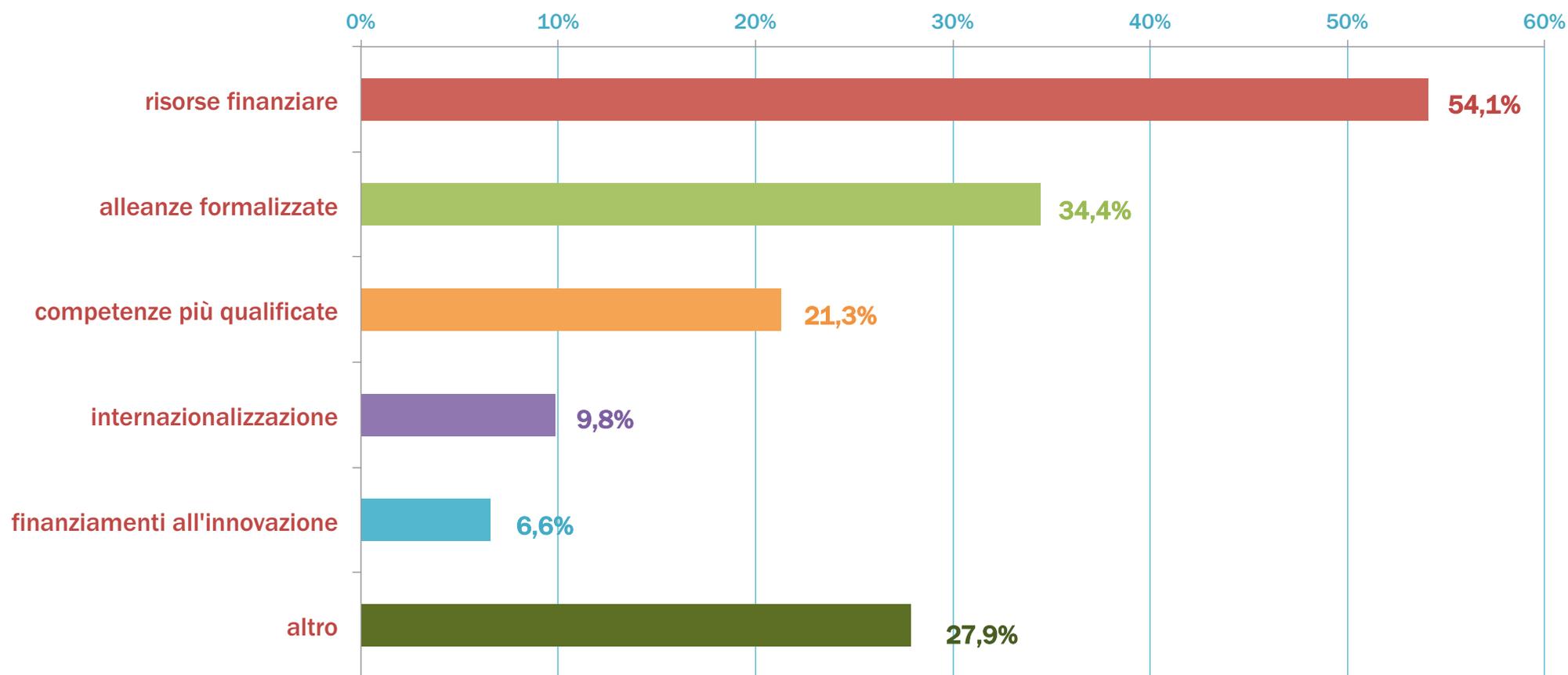
28%

Approccio
femminile

Presenza sui mercati



Di che cosa avrebbe bisogno oggi per potenziare l'attività?





LE IMPRESE E IL TERRITORIO



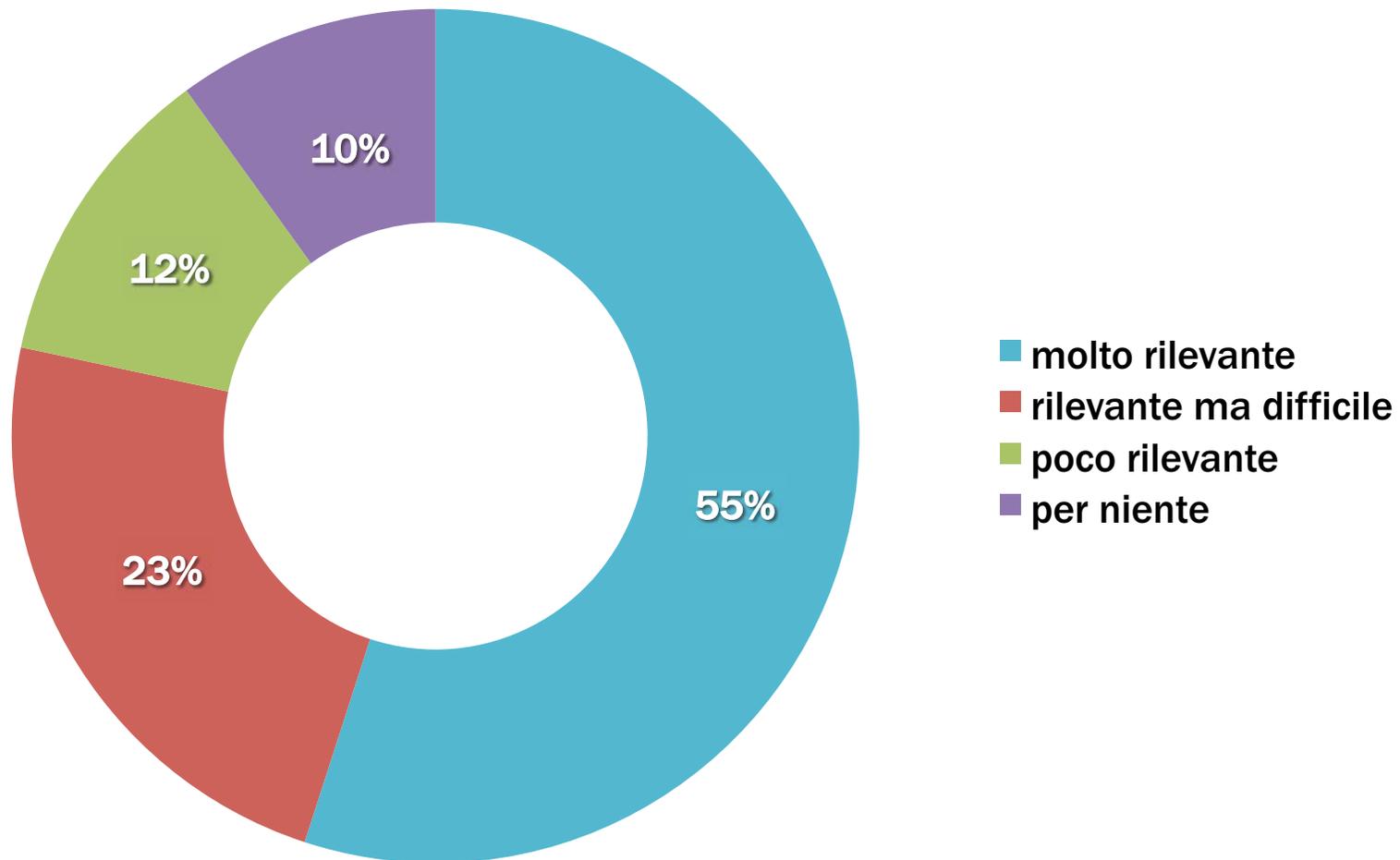
*Un patrimonio di eccellenze ricco
di creatività e spirito imprenditoriale*

*L'area del mondo con la più alta densità
imprevista di episodi eccellenti*

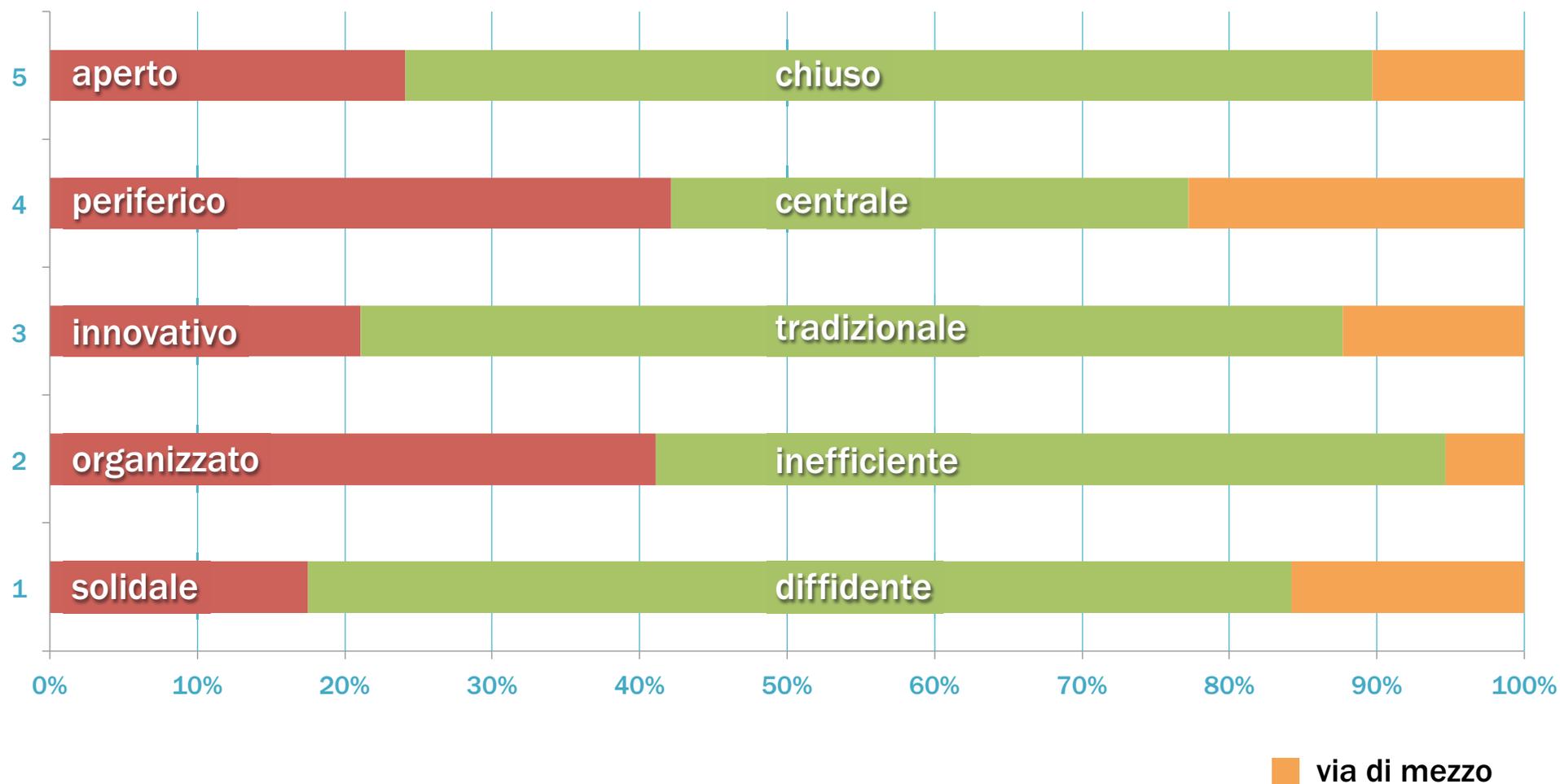
*Una parcellizzata incapacità di trasformare
la somma di migliaia di storie di successi
in una storia da raccontare al mondo*

Seganfredo - innovetionvalley.com

Il rapporto con il territorio



Come definirebbe il territorio padovano-veneto?



Le relazioni e le reti



più della metà delle imprese partecipa ad **associazioni di categoria**



difficoltà ad accedere alle informazioni

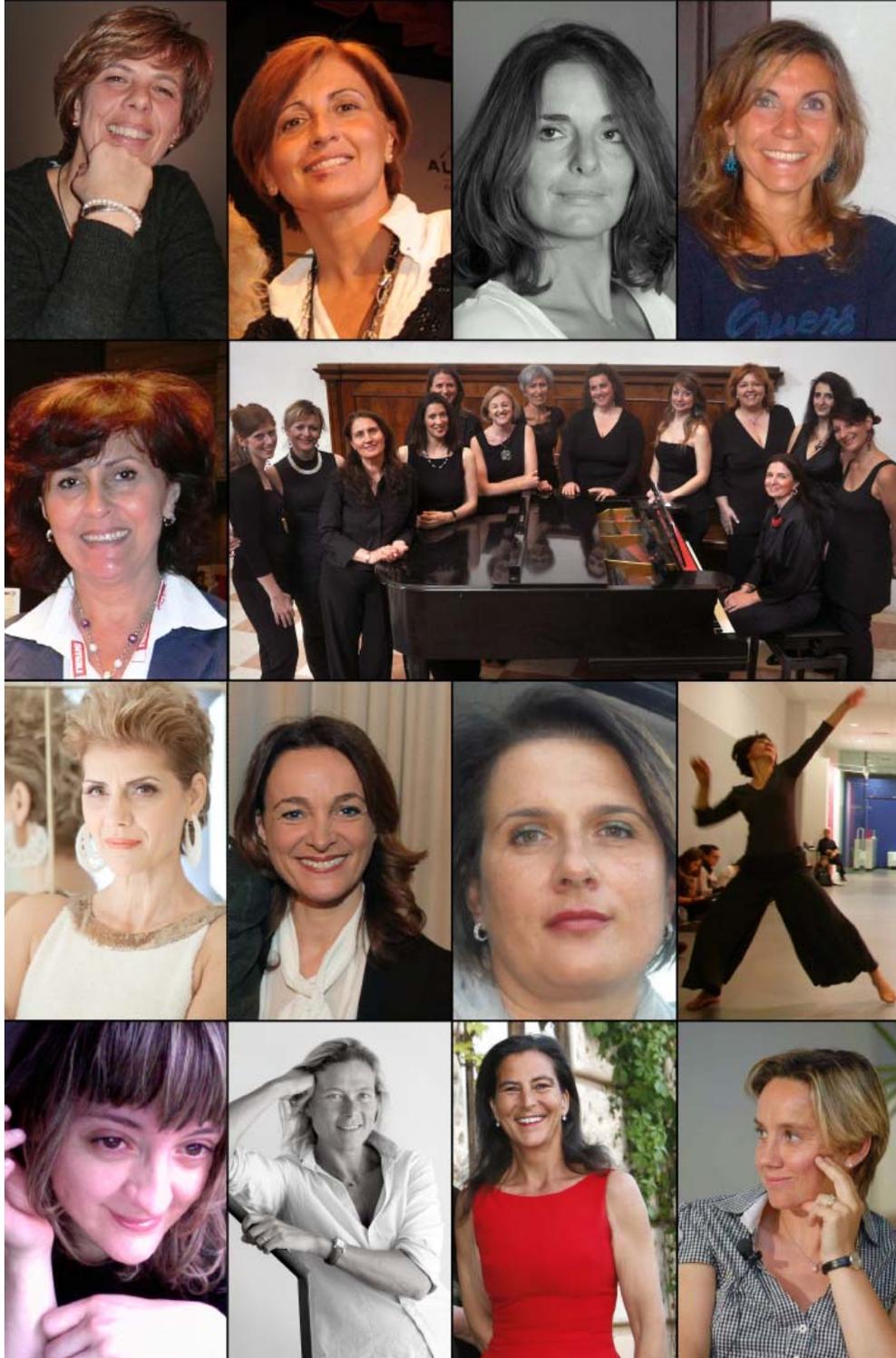
necessità di maggiore coordinamento e capacità ad interpretare al femminile i bisogni di consulenza, formazione, credito...



meno frequenti le relazioni con gli **organismi scientifici** (università e centri di ricerca), le **scuole** e gli **enti di formazione**



ruolo importante nel trasmettere competenze e veicolare una certa cultura dell'innovazione e della creatività

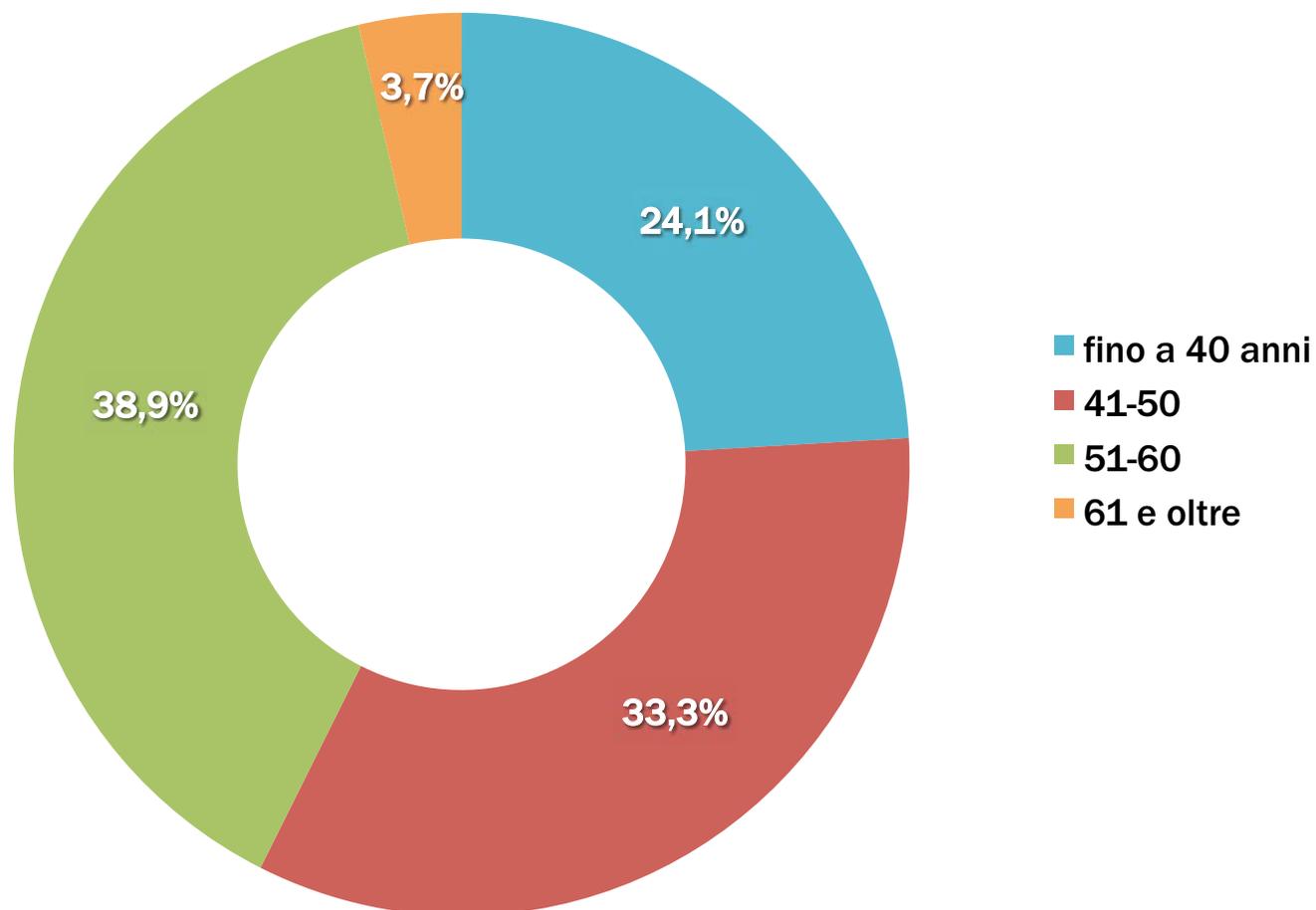


ESSERE DONNE E IMPRENDITRICI

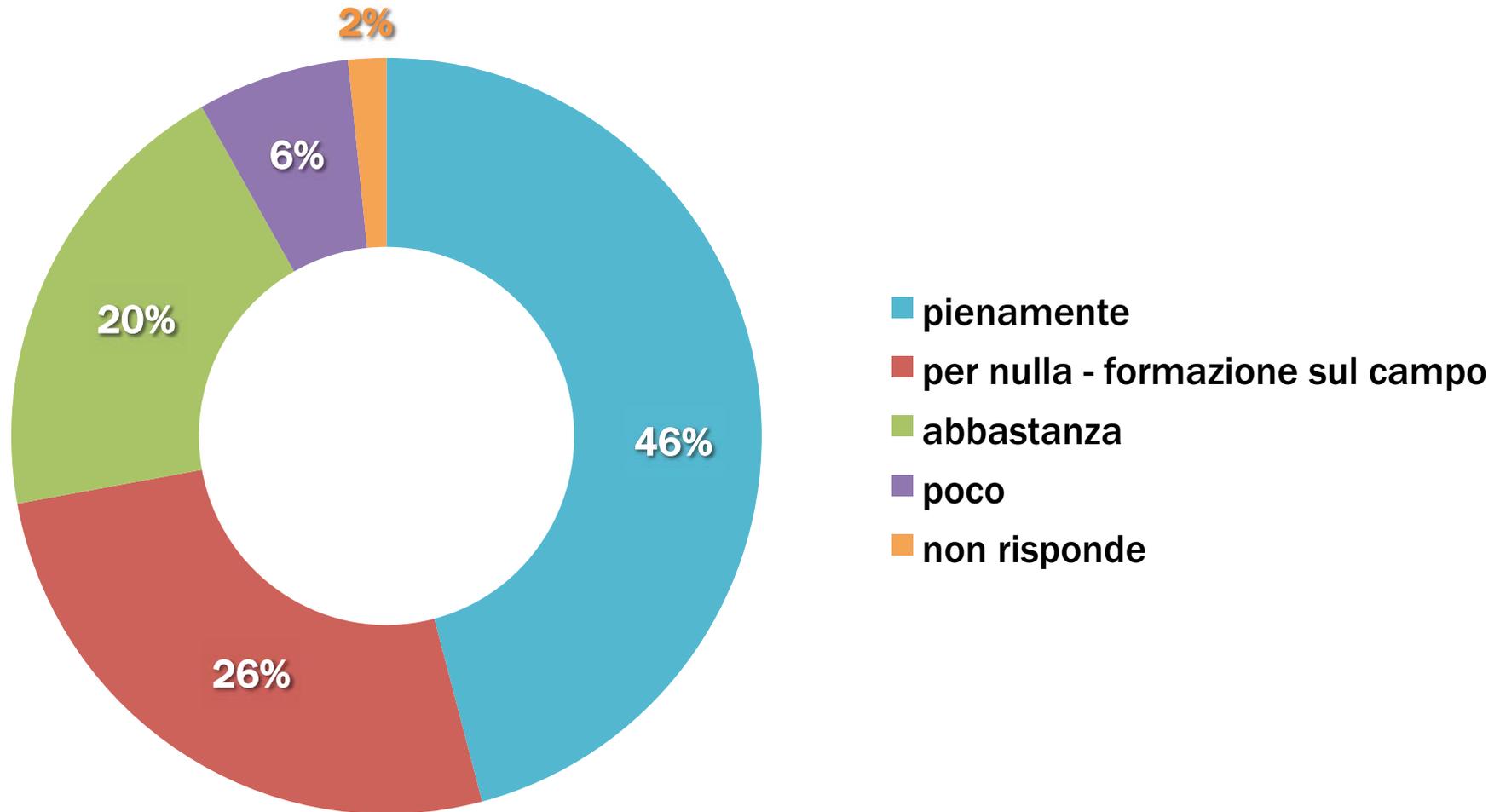
“ *le donne sono brave a rendere possibile
ciò che è necessario*

Un'imprenditrice

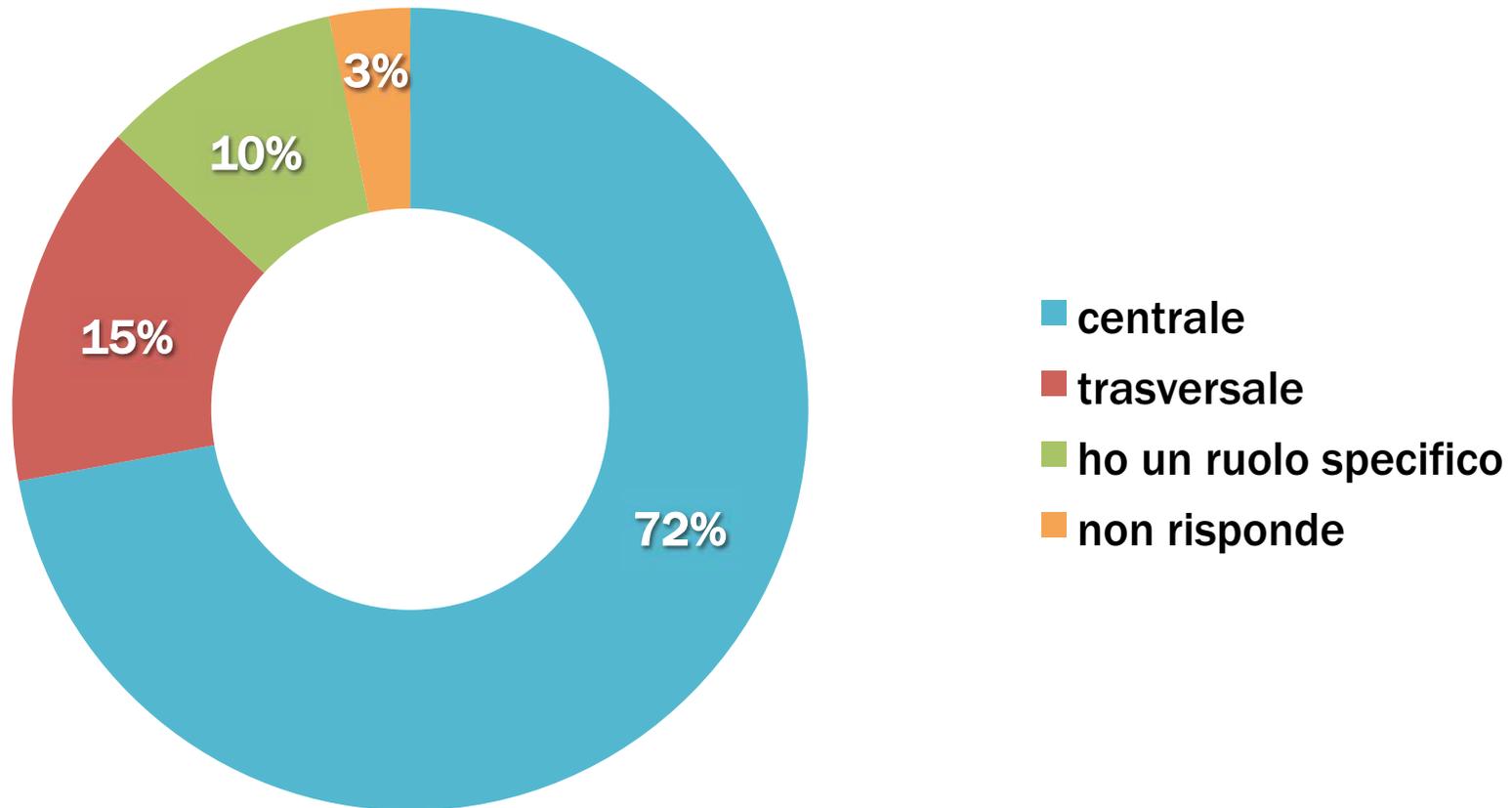
Le imprenditrici per classe d'età



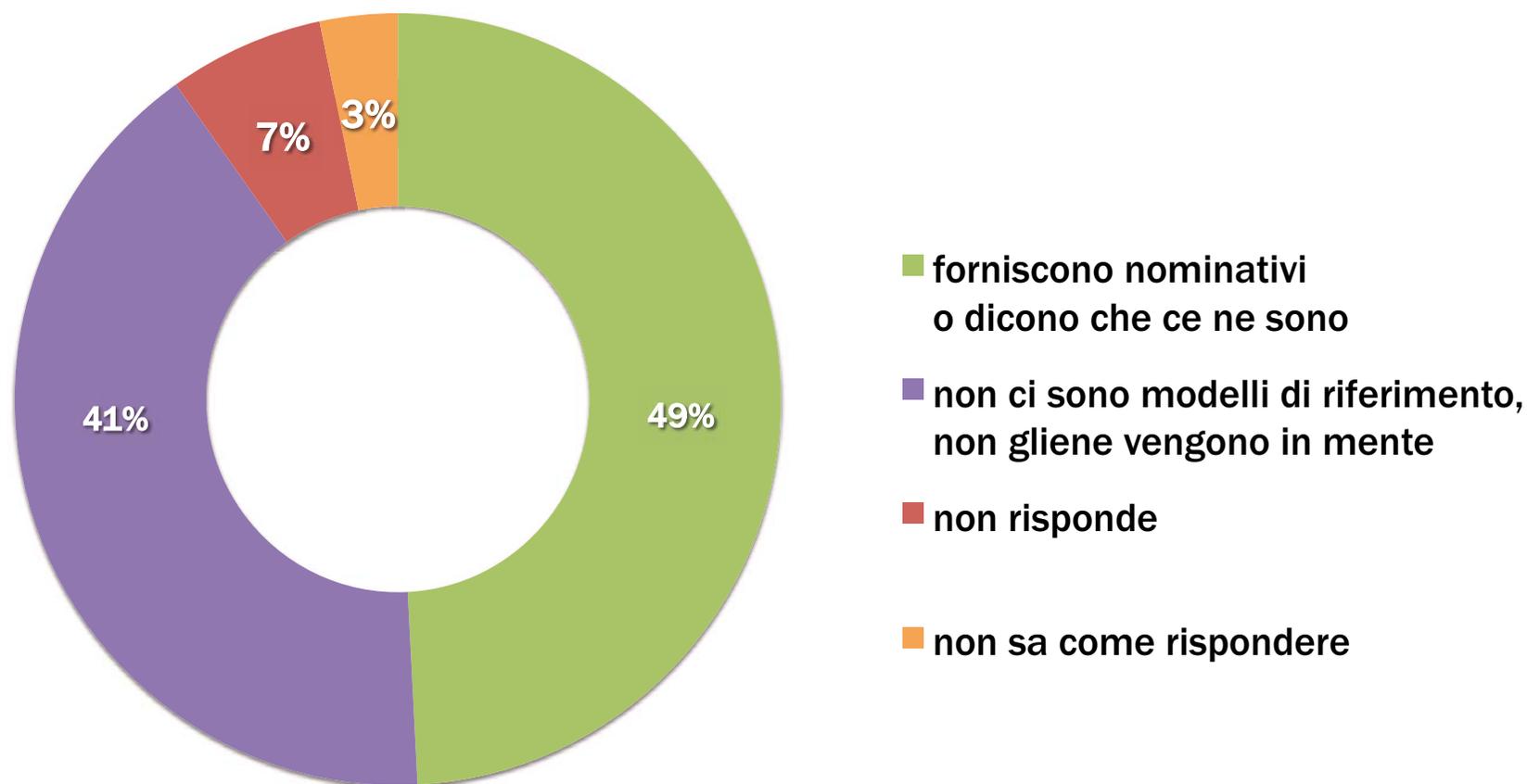
La coerenza del percorso scolastico



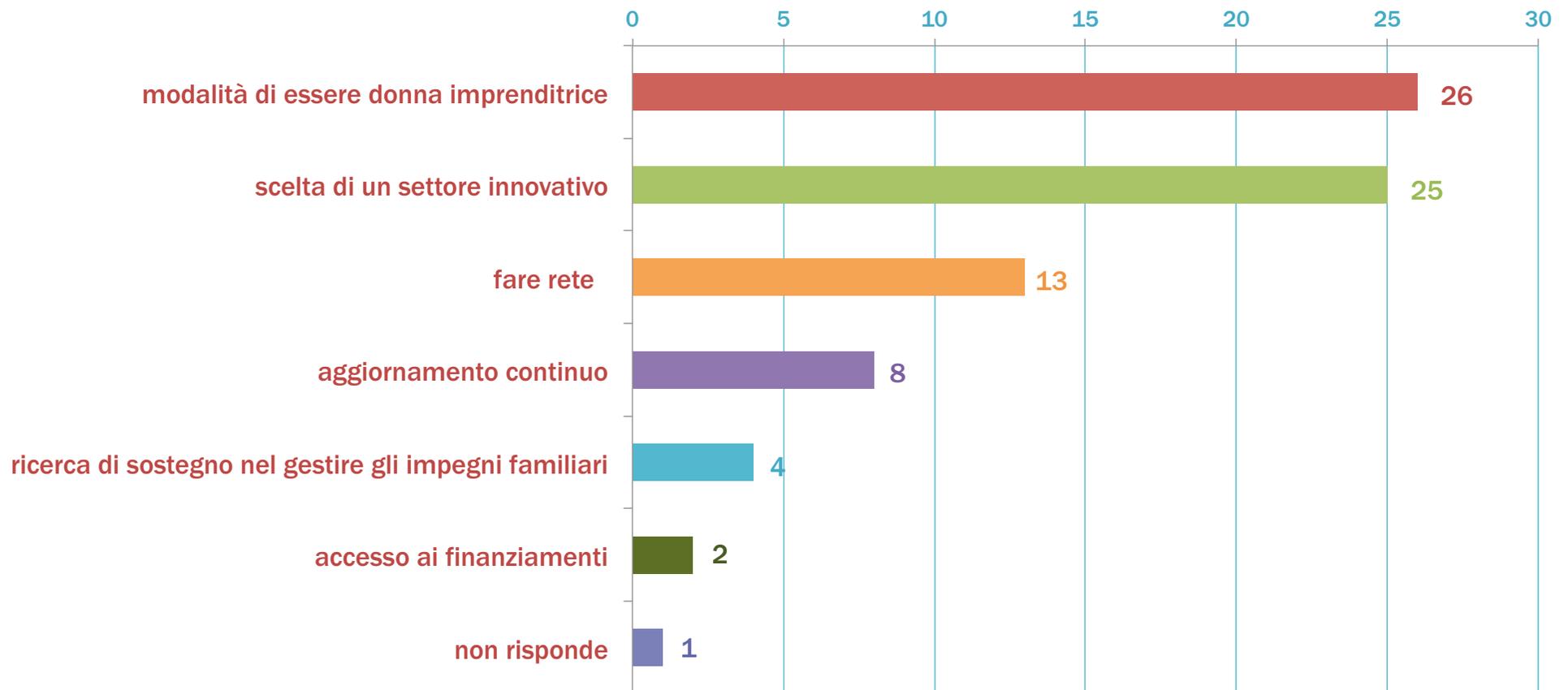
Come definirebbe il suo ruolo nell'azienda?



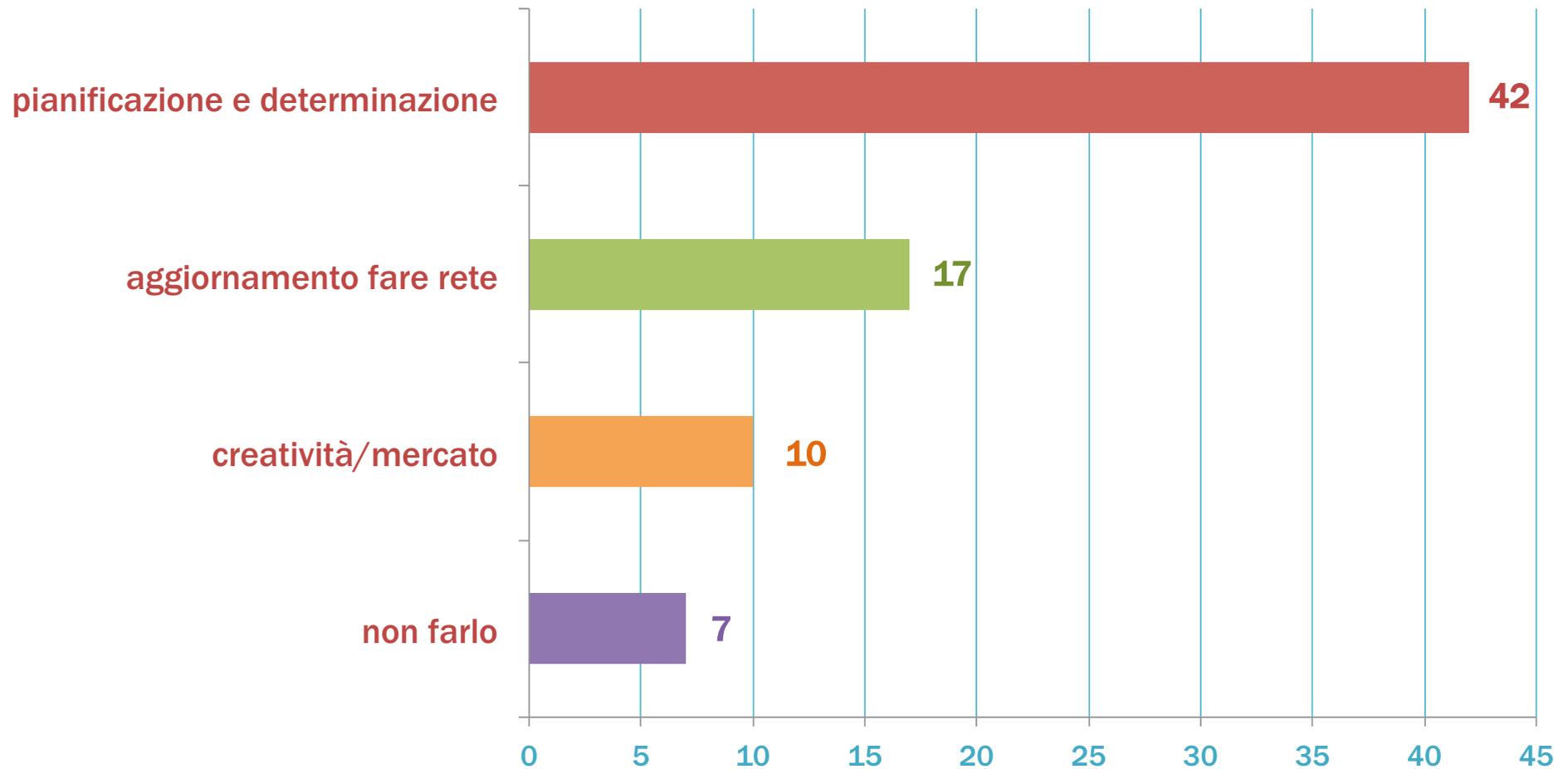
Chi sono le donne di riferimento nel territorio?



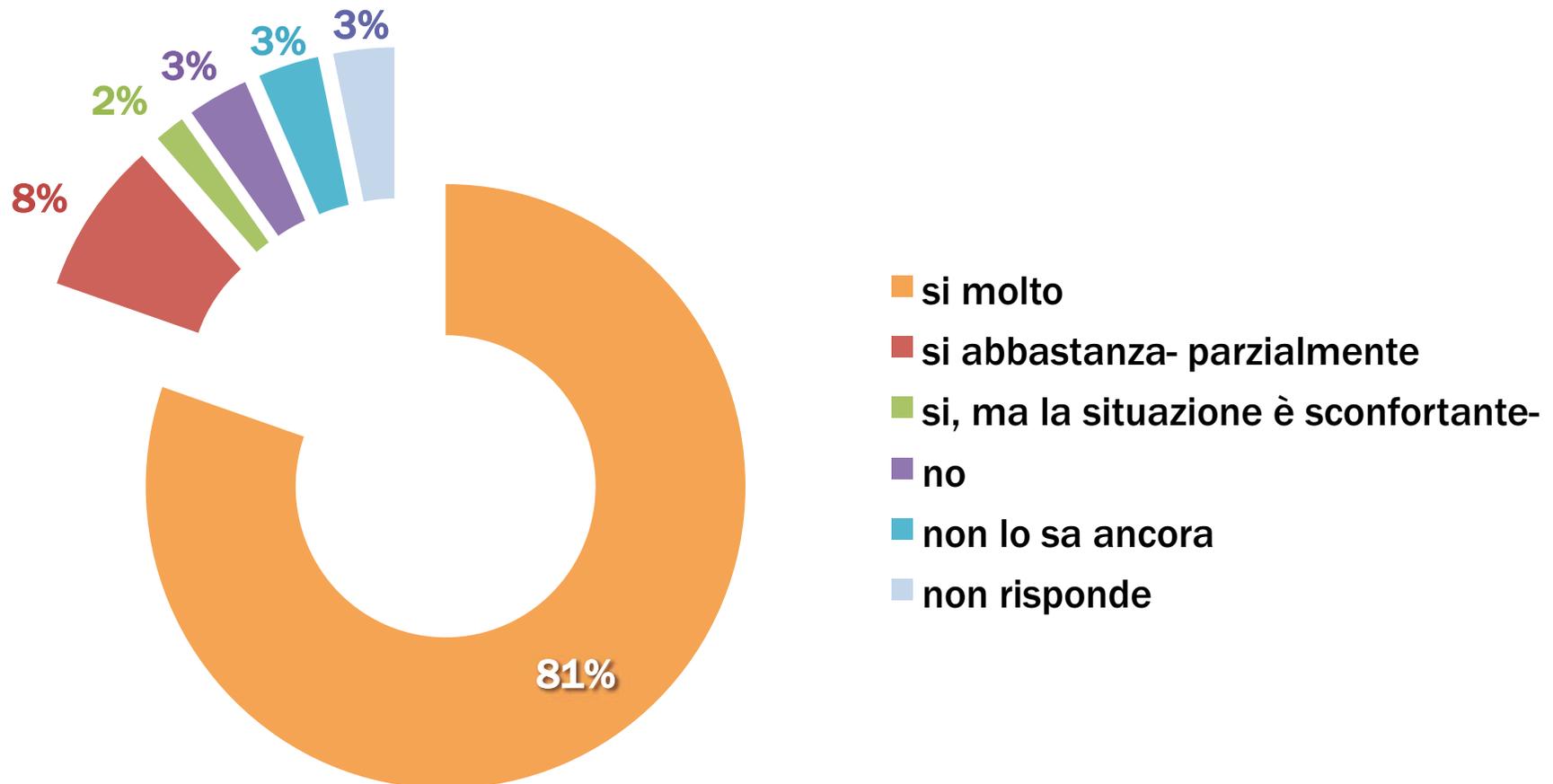
Su che cosa ha puntato di più nella sua carriera?



Consigli da dare a una donna che vuole avviare un'attività nel settore



È soddisfatta della scelta che ha fatto?



Conclusioni

“ *la creatività non è immobile e non si eredita, ma va costruita, coltivata e rinnovata ogni giorno*
(LIBRO BIANCO, 2011)

L'ottica di genere potenzia:



la specializzazione che
deriva da percorsi di
informazione e conoscenza

il legame con il territorio

**Womenmade:
un modello creativo per Padova e il suo territorio?**

