

L'annuncio

Maiora scommette su Lecce nuovo Interspar con 70 addetti

Maiora conclude il piano 2023 di nuove aperture e riqualificazione della rete di negozi a insegna Despar con l'inaugurazione del nuovo Interspar a Lecce. Dopo Massafra nel 2022 e Ostuni e Crispiano nel 2023, Maiora intensifica il proprio presidio nell'area ionico-salentina investendo su un territorio della regione ritenuto strategico, forte degli oltre 160 punti vendita (tra diretti e franchising) distribuiti in tutta la Puglia. Sono 70 gli addetti nell'Interspar di Lecce, che è dotato di impianti di illuminazione a Led e di impianti del freddo ad anidride carbonica. Questi ultimi sfruttano una tecnologia di refrigerazione di ultima generazione, e permettono l'efficientamento energetico ed elevati standard di sicurezza e affidabilità. Lo store di via Lequille 123 rispetta i canoni dell'ormai collaudato Format 35, il nuovo concept proposto da Despar Centro-Sud, in collaborazione con l'Università di Parma e con gii esperti in Store Design di Spar International.
«Concludiamo il 2023 con questa importante apertura che - spiega Pippo
Cannillo, presidente e co di Maiora - ci consente di presentare alla
clientela di Lecce l'ampia scelta ci numerosi servizi, proposti e pensati per una spesa di qualità. Per noi questo nuovo store rappresenta un investimento strategico, ma anche e soprattutto per soddisfare le esigenze dei consumatori che ci scelgono ogni giorno»

Il caso

Le imprese femminili a quota 88mila "C'è divario da sanare"

«La capacità delle donne di autodeterminarsi nel lavoro attraverso la creazione di impresa è questione strategica, ancor più in questo mo-mento storico, segnato drammatica mente da diffusi episodi di violenza di genere. Laddove le donne possono istruirsi, inseguire i propri sogni, raggiungere l'autonomia economi ca, sono nella condizione di poter scongiurare ogni genere di abuso». Luciana Di Bisceglie, presidente del-la Camera di Commercio di Bari, torna su un tema a lei caro aprendo i la vori della tappa barese del "Giro d'Italia delle donne che fanno impresa", il roadshow promosso da Union camere nazionale con i Comitati per l'imprenditoria femminile degli enti camerali. L'appuntamento è stato organizzato dal Comitato barese, che si è insediato di recente e che resterà in carica per il prossimo quin-quennio con al vertice Marta De Roertis, in rappresentanza di Confar tigianato, «Da 14 anni attraverso i Co mitati per l'imprenditoria femminile - ha dichiarato Tiziana Pompei, vi segretaria generale di Unionca mere - si consente all'imprenditoria femminile di farsi portavoce di istanze e idee nell'ambito della programmazione delle attività camerali e nel dialogo con le altre istituzioni, di promuovere indagini conoscitive sui problemi che ostacolano l'accesso delle donne al mondo del lavoro e dell'imprenditoria e, più in genera-

le, iniziative per il loro sviluppo». «Oggi - ha ricordato Pompei - lo facciamo nella cornice nel "Piano na-zionale dell'imprenditoria femminile", progetto del ministero delle Im-prese finanziato dall'Unione europea con le risorse del Next Genera-tion EU, ma anche promuovendo la certificazione di genere. Stiamo rea-lizzando un'iniziativa nelle scuole per invogliare le studentesse a sce gliere percorsi di studio Stem (Scienze, tecnologia, ingegneria e matema-tica), molto richiesti sul mercato del lavoro e in cui l'impresa femminile ha una rappresentanza non diffusa». E difatti, come osservato da Alessandro Rinaldi, direttore Studi e statistiche del Centro Studi Taglia-carne «da elaborazioni su dati Istat il 14,4 per cento dei dipendenti di im-

La Puglia è la nona regione d'Italia per aziende guidate da donne. I progetti del Comitato rosa

di Paolo Viotti



La presidente Luciana Di Bisceglie

I punti

Sono 23mila le imprese agricole, 18 mila i negozi, 3mila le rivendite all'ingrosso, 7mila le aziende di servizi alla persona, mentre 5mila operano nella ristorazione e 3mila nel turismo

In Puglia il 14,4 per cento dei dipendenti di imprese femminili possiede una laurea (la media nazionale è a quota 14,5 per cento) contro il 17,6 per cento delle aziende guidate da vomini

C'è un percorso di formazione diretto sia alle donne imprenditrici che alle dipendenti e sarà incentrato su violenza economica, maternità e wellbeing, fra l'altro prese femminili in Puglia possiede una laurea (media nazionale 14,5 per cento) contro il 17,6 di quelle non femminili. Fra questi la quota di chi è in possesso di una laurea Stem è del 2,5 per cento (media nazionale 2.7). Nelle imprese non femminili, invece, la media nazionale di dipendenti con laurea Stem è 4.7 per cento. Lo si spiega con un "effetto setto re", ossia con il fatto che le imprese femminili operino solitamente in settori tecnologicamente poco avan-

L'aspetto della formazione si conferma dunque strategico per lo sviluppo e la qualificazione dell'imprenditoria femminile, ma più in ge nerale per una percezione della don-na nel mondo del lavoro che dall'economia si sposti nella società. Non a caso il primo progetto messo in cantiere dal neocostituito Comitato barese riguarderà un percorso di formazione: «Sarà diretto sia alle don ne imprenditrici che alle dipenden ti e sarà incentrato su alcuni pun-ti:violenza economica, maternità e wellbeing, finanza e bandi, certifica zione di genere», ha detto la presi-dente Marta De Robertis.

L'incontro moderato dal segreta-rio generale della Camera di Commercio di Bari, Angela Patrizia Partipilo, è stato anche occasione per fa re il punto dell'imprenditoria femminile in Puglia, con un focus sulla transizione digitale e le azioni predi-sposte dal sistema camerale per incentivare la parità di genere in azienda. Le imprese femminili in Puglia sono 88mila (la Puglia è la nona regione d'Italia, terza al Sud dopo Campania e Sicilia). Ventitremila so-no imprese agricole, 18 mila operano nel commercio al dettaglio, 3mi-la all'ingrosso, 7mila nei servizi alla persona, 5mila nella ristorazione e 3mila nel turismo, 3mila 400 nell'edilizia, 1.200 nella moda. «Non sono poche, però - ricordano dalla Camera di commercio, ci raccontano una cosa precisa: le donne in Puglia hanno fatto progressi nell'accesso al ca-pitale sociale delle aziende e in generale fanno impresa, ma c'è ancora un divario di genere nei livelli manageriali. Che va sanato

La nomina a Taranto

Rossella Ninfole nuova presidente della torrefazione

Rossella Ninfole è la nuova presidente della torrefazione di famiglia. In 102 anni di storia è la prima donna a guidare Caffè Ninfole. Prima di lei è toccato al padre Renato, e prima an-cora nonno Ciro, che nel 1921, nella sua drogheria nel cuore di Taranto. comprò la prima partita di caffè dal Brasile e coltivò il sogno di farlo diventare il caffè dei tarantini.

Classe 1968, laureata in lingue e letterature straniere, una vita passata tra sacchi del caffè e miscele. Ninfole incarna la storia di una imprenditoria sana che vince la sfida della crisi e la tentazione della delocalizzazione, rimanendo legata alla città della sua origine.

«Per me è un onore ricoprire questo incarico. È un impegno che in-tendo portare a mio modo, creando attorno all'azienda una stretta connessione con il territorio», commenta la neopresidente, L

'idea del nuovo corso si chiama azienda-comunità e si fonda sulla partecipazione. Un modello di impresa che dal rapporto con i fornito ri fino ai consumatori è destinato a caratterizzare la conduzione dell'a-



Al vertice Rossella Ninfole

zienda tarantina, «È chiaro che si tratta di uno schema che avrà bisogno dei suoi tempi - sottolinea Ninfole - ma credo che anche le aziende, in special modo in realtà come quella di Taranto, debbano cominciare a sostenere il cambiamento, a consolidare e promuovere l'etica dei valori facendosi promotrici di azioni che abbiamo un impatto sociale, economico, culturale e ambientale in grado di accompagnare le nuove generazioni verso un nuo-

vo modello di sviluppo». Un modello di radicamento, quel-

lo di Ninfole, che per la nuova presidente è destinato a diventare anche un capitale di fiducia e di scambio continuo con il territorio, a cominciare dal sostegno a progetti di svi-luppo sociale e culturale.

«Siamo tarantini - annota l'im-prenditrice tarantina - e resteremo in questa città. Sembra una banalità, ma in realtà è la cifra di un legame che crediamo non sia ininfluente per noi, per i consumatori, ma anche per il futuro di questa città».