



Hi-tech
L'intelligenza artificiale generativa è la nuova frontiera dell'economia

L'annuncio

Maiora scommette su Lecce nuovo Interspar con 70 addetti

di **Riccardo Fanizza**

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'efficiamento energetico ed elevati standard di sicurezza e affidabilità. Lo store di via Lequile 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 gli esperti in Store Design di Spar International. «Concludiamo il 2023 con questa importante apertura che - spiega Pippo Camillo, presidente e cco di Maiora - ci consente di presentare alla clientela di Lecce l'ampia scelta di 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».

ORGANIZZAZIONE BUSINESS

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

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

1 I settori
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

2 I titoli
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 uomini

3 Il progetto
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 Stm è del 2,5 per cento (media nazionale 2,7). Nelle imprese non femminili, invece, la media nazionale di dipendenti con laurea Stm è 4,7 per cento. Lo si spiega con un "effetto settore", ossia con il fatto che le imprese femminili operino solitamente in settori tecnologicamente poco avanzati.

L'aspetto della formazione si conferma dunque strategico per lo sviluppo e la qualificazione dell'imprenditoria femminile, ma più in generale per una percezione della donna 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 donne imprenditrici che alle dipendenti e sarà incentrato su alcuni punteggi economici, maternità e wellbeing, finanza e bandi, certificazione di genere», ha detto la presidente Marta De Robertis.

L'incontro moderato dal segretario generale della Camera di Commercio di Bari, Angela Patrizia Partipilo, è stato anche occasione per fare il punto dell'imprenditoria femminile in Puglia, con un focus sulla transizione digitale e le azioni predisposte 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). Ventimilatre sono imprese agricole, 18 mila operano nel commercio al dettaglio, 3mila 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 capitale sociale delle aziende e in generale fanno impresa, ma c'è ancora un divario di genere nei livelli manageriali. Che va sanato».

ORGANIZZAZIONE BUSINESS

La nomina a Taranto

Rossella Ninfolle nuova presidente della torrefazione

Rossella Ninfolle è la nuova presidente della torrefazione di famiglia. In 102 anni di storia è la prima donna a guidare Caffè Ninfolle. Prima di lei è toccato al padre Renato, e prima ancora 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, Ninfolle 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 intendo 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 fornitori fino ai consumatori è destinato a caratterizzare la conduzione dell'a-



▲ **Al vertice** Rossella Ninfolle

zienda tarantina. «È chiaro che si tratta di uno schema che avrà bisogno dei suoi tempi - sottolinea Ninfolle - 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 promotori di azioni che abbiano un impatto sociale, economico, culturale e ambientale in grado di accompagnare le nuove generazioni verso un nuovo modello di sviluppo».

Un modello di radicamento, quel-

lo di Ninfolle, 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 sviluppo sociale e culturale.

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

— **red.eco.**

ORGANIZZAZIONE BUSINESS