

COMUNICATO STAMPA

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole presenta DonnAzienda, il progetto a sostegno dell'imprenditoria femminile

Plafond da 28 milioni di euro, prodotti di finanziamento e servizi extra-bancari dedicati ad imprenditrici e lavoratrici autonome

La Spezia, 4 novembre 2014 - Scommettere sulle imprese guidate da donne, motore e modello di sviluppo vincente per il nostro Paese. Così nasce **DonnAzienda**, il progetto avviato dal Gruppo Cariparma Crédit Agricole, **di cui Carispezia fa parte**, per conoscere e sostenere il mondo dell'imprenditoria femminile, rappresentato in Italia da 1,3 milioni di aziende in crescita dello 0,73% tra aprile e giugno contro una variazione media complessiva dello 0,42% (dati Unioncamere).

Partendo da questa consapevolezza, e per valorizzare i talenti femminili dentro e fuori dalla banca, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha realizzato un **progetto di sistema** che, attraverso un'accurata fase di ascolto di colleghi, imprenditrici e associazioni di categoria, ha intercettato le specifiche esigenze del settore e ne ha identificato i principali ambiti d'intervento. Lo ha fatto in sinergia con due partner, **Università Cattolica** (team di ricerca coordinato dalla professoressa Vanna Iori) e associazione **Valore D**, con cui è attiva una collaborazione per diffondere politiche gender oriented all'interno dell'azienda.

Oggi, con l'adesione al Protocollo Abi per lo sviluppo e la crescita delle imprese a prevalente partecipazione femminile e delle lavoratrici autonome, **DonnAzienda** raccoglie i primi frutti del percorso intrapreso e lo fa non solo tramite lo stanziamento di un **plafond di 28 milioni di euro** a livello di Gruppo, ma anche lanciando un prodotto di finanziamento con **finalità e opzioni di flessibilità aggiuntive** rispetto a quanto previsto dal Protocollo stesso e una **rete di servizi all'impresa e alla famiglia**, vera novità per il mercato, per favorire la conciliazione tra tempi di vita e di lavoro.

Secondo le stime di Unioncamere, il 94,2% delle imprese a conduzione femminile non supera la soglia dei cinque addetti, testimonianza di come per le donne "impresa" faccia spesso rima con "autoimpiego". Proprio per questo il progetto non prevede solo investimenti e sostegno start-up, ma anche una **linea famiglia e salute** per finanziare le spese di riorganizzazione aziendale in caso di maternità o malattia grave dell'imprenditrice. In più **tre opzioni di flessibilità**, attivabili al verificarsi di accadimenti personali o familiari (nascita o adozione figli, malattia imprenditrice o familiari): sospensione totale rata fino a un massimo di 12 mesi, sospensione quota capitale fino a 18 mesi oppure variazione in aumento o in diminuzione della rata nella misura massima del 30%.

Infine, **un network di servizi di welfare e di advisory** in grado di fornire progressivamente alle clienti degli **"agenti di alleggerimento"** per conquistare tempo da dedicare all'attività d'impresa senza trascurare la vita privata.

COMUNICATO STAMPA

“Carispezia, per definizione “Banca rosa“ per l’alta percentuale di presenza femminile in azienda, è da sempre attenta alle esigenze delle donne considerate come un determinante punto di forza, una vera opportunità per il business – **afferma Stefano Bertolini, Responsabile Area Marketing Territoriale Carispezia** - Questo modo di essere è perfettamente in linea con le scelte attuate dalla nostra Capogruppo Cariparma e in particolare con il progetto DonnAzienda: un’iniziativa che si distingue per un’approfondita fase di ascolto seguita da una celere risposta a “misura di vita” rivolta alle donne imprenditrici e alle loro esigenze di lavoratrici indipendenti ma anche di madri e mogli all’interno del contesto familiare”.

“I tavoli di ascolto che abbiamo realizzato ci hanno permesso di raccogliere le voci e le esperienze di realtà sia esterne (le imprenditrici femminili) che interne alla banca (i dipendenti e le dipendenti del Gruppo Cariparma) – spiega **Vanna Iori, professore ordinario dell’Università Cattolica del Sacro Cuore**. Il personale di banca, che da sempre si rapporta alla clientela femminile, si è rivelato depositario di informazioni preziose, che, una volta raccolte e analizzate, hanno fornito indicazioni importanti per individuare strategie e prodotti espressamente dedicati alle donne, soggetto economico emergente. Il confronto con le imprenditrici, invece, ha consentito di mettere a fuoco diversi profili di clienti femminili che si rivolgono alla banca avanzando richieste specifiche e mostrando caratteristiche particolari. Quanto emerso ha messo in luce la necessità di attivarsi per offrire alle donne imprenditrici indipendenza, solidità e tutela finanziaria. Corrispondere a questo interlocutore sempre più esigente e competente, è una sfida che acquista appeal anche per gli uomini, in tempi di sfiducia verso le banche e i promotori finanziari”.

“In Italia negli ultimi anni sempre più realtà virtuose hanno scelto di valorizzare il talento femminile e creare ambienti di lavoro che favoriscano l’equilibrio e la conciliazione tra vita privata e lavoro, e si sono fatte promotrici di un nuovo modello culturale che prevede una piena partecipazione delle donne alla vita economica e sociale del Paese – spiega **Claudia Parzani, Presidente di Valore D e Partner Linklaters**. Oggi più che mai è importante sostenere con passione e determinazione questo cambiamento culturale, economico e sociale, condividendo criteri e obiettivi tra diverse aziende, mettendo a fattor comune le buone pratiche, favorendo lo scambio di informazioni e la creazione di reti per lo sviluppo di servizi di welfare su una scala più ampia o per un utilizzo più efficiente. Valore D, associazione che ad oggi riunisce 115 aziende impegnate a promuovere modelli di lavoro e di leadership sostenibili, sostiene questa nuova concezione di business, in cui le aziende siano guidate dalla consapevolezza della centralità della persona e, grazie a validi strumenti come il Progetto Artemisia e il Libro Bianco, aprano a donne e uomini le medesime possibilità di affermazione e di riconoscimento professionale”.



COMUNICATO STAMPA

Profilo Carispezia – Gruppo Cariparma Crédit Agricole:

Carispezia, fondata nel 1842, è una tra le Casse di Risparmio più antiche d'Italia. Presieduta da Andrea Corradino e diretta da Roberto Ghisellini, Carispezia ha sede a Palazzo Biassa, edificio storico proprio nel cuore della città. Da sempre attenta alle esigenze del tessuto economico locale, fa della prossimità con il territorio il punto di forza della sua attività.

Dal 3 gennaio 2011, Carispezia è entrata a far parte del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, presente sul territorio nazionale con 847 filiali in 10 regioni (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Lombardia, Piemonte, Liguria, Toscana, Lazio, Campania, Umbria), tra i primi otto player nel panorama bancario per presenza territoriale, con oltre 9000 dipendenti e 1.700.000 clienti.

Carispezia oggi vanta 93 punti vendita distribuiti nelle province di La Spezia, Massa Carrara, Genova, Savona e Imperia per un totale di oltre 700 dipendenti .

Contatti:

Cassa di Risparmio della Spezia SpA - Ufficio Comunicazione

Patrizia Ghisleri Tel. +39 0187 773.464 e-mail: patriziaghisleri@carispezia.it

Flavia Palmieri Tel +39 0187 773.520 e-mail: flaviapalmieri@carispezia.it

Ilaria Zappelli Tel. +39 0187 773.624 e-mail: ilariazappelli@carispezia.it

Profilo Gruppo Cariparma Crédit Agricole

Cariparma fa parte del gruppo francese Crédit Agricole, leader europeo nel settore bancario e assicurativo, presente con 11.000 filiali in oltre 70 Paesi nel mondo. Dal 2011, il Gruppo italiano è presente sul territorio nazionale con circa 900 punti vendita in 10 regioni (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Lombardia, Piemonte, Liguria, Toscana, Lazio, Campania, Umbria), tra i primi otto player nel panorama bancario per presenza territoriale, con oltre 9000 dipendenti e 1.700.000 clienti.

www.gruppocariparma.it - www.cariparma.it - www.friuladria.it - www.carispezia.it

