

ALLEGATO

Modello di domanda

Da trasmettere in duplice copia

Al Ministro del Lavoro e della
Previdenza Sociale - Segreteria
Tecnica del Comitato Nazionale
Parità Lavoratori Lavoratrici
– ROMA –

OGGETTO: Progetto di azioni positive, ai sensi dell'art. 2 della legge 10 aprile 1991, n.125 e dell'art. 7, D.lgs. 23maggio 2000, n.196. Richiesta di rimborso totale o parziale degli oneri connessi alla sua realizzazione.

1. Dati relativi ai soggetti proponenti

Datore di lavoro pubblico **Provincia di Perugia**

Datore di lavoro privato (Impresa).....

(Cooperativa).....

(Consorzio).....

Organizzazione sindacale nazionale

Organizzazione sindacale territoriale.....

Centro di formazione professionale accreditato.....

Associazione.....

Iscritta ad albo regionale/nazionale.....SI...☐.....NO...☐

Altro.....

Sede Piazza Italia, 11 Tel. 075/36811

Fax 075/3681237

Partita IVA 00443770540 Cod. fisc. 00443770540

Settore di attività Pubblica amministrazione

Organico aziendale M 657 F 337 T 994

Il proponente ha ricevuto altri finanziamenti ai sensi delle norme citate in oggetto? SI ☐ NO ☒

Se sì

anno _____ contributo assegnato _____

titolo del progetto: _____

concluso.....SI ☐ NO ☐

Il proponente, se tenuto, ha compilato il modello ministeriale di cui all'art. 9 della Legge 10 aprile 1991, n. 125? SI ☐ NO ☒

Il soggetto non è tenuto in quanto Ente locale.

2. Dati relativi al progetto

Titolo

L.IN.F.A.

Laboratorio di INnovazione Femminile Aziendale

Priorità art. 2, comma 4, L. 125/91 SI ☒ NO ☐

Il progetto è sostenuto dalle rappresentanze sindacali operanti a livello regionale di CGIL, CISL e UIL.

Le parti sociali sopra indicate concordano:

- sulle finalità e sugli obiettivi del progetto;
- sulle strategie, le metodologie e i contenuti delle attività di consulenza e formazione;
- sulla congruità dei costi economici degli interventi previsti;
- sulla qualità delle risorse umane e materiali che si intendono attivare,

come da lettere di adesione al progetto allegate.

Finalità art.1, comma 2, L. 125/91

a) eliminare le disparità di fatto di cui le donne sono oggetto nella formazione scolastica e professionale, nell'accesso al lavoro, nella progressione di carriera, **nella vita lavorativa** e nei periodi di mobilità.

b) favorire la diversificazione delle scelte professionali delle donne, in particolare attraverso l'orientamento scolastico e professionale e gli strumenti della formazione; **favorire l'accesso al lavoro autonomo e alla formazione imprenditoriale e la qualificazione professionale delle lavoratrici autonome e delle imprenditrici.**

d) promuovere l'inserimento delle donne nelle attività, nei settori professionali e nei livelli nei quali esse sono sottorappresentate e in particolare nei settori tecnologicamente avanzati ed **ai livelli di responsabilità.**

L'iniziativa proposta intende rispondere efficacemente alle citate finalità, così come indicate dall'articolo 1 comma 2 della Legge 125/91.

In relazione alla finalità al punto **a)**, il presente progetto si propone di promuovere la partecipazione delle donne ad attività di formazione professionale (dalle quali esse sono spesso escluse) tramite la realizzazione di un percorso formativo altamente specialistico e professionalizzante destinato a 25 imprenditrici operanti sul territorio della Regione Umbria.

Relativamente alla finalità al punto **b)**, obiettivo del progetto è quello di promuovere l'accesso delle donne alla formazione imprenditoriale e di sviluppare

attività di formazione e qualificazione delle imprenditrici, attraverso la realizzazione di azioni di supporto consulenziale alle imprese e di formazione delle imprenditrici e attraverso il riconoscimento e la certificazione delle competenze così acquisite.

Con riferimento all'obiettivo indicato al punto **d)**, il progetto si propone di consolidare le imprese femminili presenti sul territorio regionale, promuovendo la continuità e il rafforzamento delle aziende guidate da donne, tramite un supporto e un accompagnamento concreti al ruolo di imprenditrice.

Il progetto risponde in maniera specifica al **punto 4 del Programma-obiettivo 2005** *"consolidare imprese femminili attive da almeno due anni attraverso: studi di fattibilità per lo sviluppo di nuovi prodotti, servizi e mercati; azioni di supervisione, supporto e accompagnamento al ruolo di imprenditrice; formazione altamente professionalizzante rivolta alla titolare o alla compagine societaria"*.

Considerato l'alto livello degli attori coinvolti nel partenariato per l'attuazione degli interventi progettuali e con specifico riferimento alla fase di Diffusione e trasferimento dei risultati del progetto, la presente proposta mira a rispondere efficacemente anche alla finalità inserita al **punto 5 del Programma-obiettivo**: *"promuovere le pari opportunità attraverso progetti integrati concordati e attuati da almeno tre soggetti, ognuno secondo le proprie specificità: un'associazione di genere, un'organizzazione sindacale o datoriale o ordine professionale, un ente pubblico"*.

Durata

20 mesi.

Fasi di articolazione

Il progetto proposto si presenta come progetto integrato, combinando in maniera sinergica attività diverse e complementari.

L'intervento si articola nelle seguenti fasi:

- 1. Management del progetto:**
 - coordinamento delle attività
 - sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale
 - monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati
- 2. Attività di consolidamento delle imprese femminili coinvolte:**
 - check-up delle aziende
 - supporto consulenziale e mentoring
 - formazione;
- 3. Diffusione e trasferimento dei risultati del progetto.**

Tali fasi sono descritte dettagliatamente alle pagine seguenti.

Numero destinatari

Destinatarie dirette degli interventi proposti saranno **25 imprenditrici** operanti sul territorio della Regione Umbria.

Tuttavia il progetto si propone di coinvolgere (tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione) fino a **500 ulteriori imprenditrici e/o parti di compagini societarie** di aziende femminili della Regione.

Ambito territoriale

Regione Umbria.

Costo complessivo € 281.500,00

Contributo richiesto € 281.500,00

Modalità di finanziamento prescelta

Non applicabile, in quanto il Soggetto proponente è una pubblica amministrazione (vedi Art. 2 comma 3 Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali 15 marzo 2001).

Referente

Lorena Pesaresi, Responsabile Ufficio Pari Opportunità della Provincia di Perugia

Destinatario del pagamento

Gianfranco Garritano – Direttore Area Servizi Finanziari

Indirizzo Via Palermo, 21/C – 06128 Perugia

Banca Unicredit Banca – Agenzia di Madonna Alta

C/C. n. 000000852576 CAB 03007 ABI 02008

Il proponente ha richiesto altri finanziamenti per il medesimo progetto?

SI ☐ NO ☒

Se sì, indicare la fonte:

3. Descrizione del Progetto

3.1. Il contesto

Descrivere il contesto in cui si situa il progetto

Sebbene il tasso di occupazione femminile sia in costante crescita, nell'Unione Europea è ancora inferiore a quello maschile di ben diciotto punti percentuali (55% contro 73%). Inoltre, sebbene le donne abbiano in media una preparazione migliore – studiano più a lungo, ottengono più titoli – esse non ricevono ancora lo stesso trattamento riservato ai loro colleghi maschi.

Il divario tra sessi risulta maggiore quando si prendono in considerazione i figli. La presenza di bambini all'interno di un nucleo familiare fa aumentare la probabilità di trovare un'occupazione per gli uomini e la fa diminuire per le donne: il tasso di occupazione delle donne con due o più figli è inferiore a quello degli uomini di ben il 27%.

Oltre a trovare lavoro con più difficoltà, le donne vengono inquadrare più spesso degli uomini con contratti atipici (stage, part-time, tempo determinato).

La discriminazione tra sessi è marcata anche in termini di scarto salariale. A parità di posizione lavorativa, le donne europee percepiscono in media il 16% in meno dei loro colleghi. Lo scarto si riduce notevolmente ai livelli professionali più elevati, ma le donne che riescono ad accedervi sono poche. Nel corso della loro carriera, le donne sembrano imbattersi in una sorta di limite superiore, il cosiddetto "soffitto di vetro".

In tutti gli Stati europei la quota di donne ai livelli dirigenziali è molto inferiore alla quota di donne sul totale degli occupati. Il principale ostacolo alla carriera delle donne non appare essere – come spesso si ritiene – la famiglia, bensì i pregiudizi sulle loro capacità, la mancanza di modelli di riferimento e la scarsa esperienza nella gestione aziendale. La maggior parte delle dirigenti, infatti, è sposata con prole.

In Italia, sono oltre 1 milione le imprese guidate da donne e quasi 3 milioni le quote o le cariche amministrative ricoperte, all'interno delle aziende italiane attive, da "capitane" d'impresa. E' questa la fotografia delle imprese femminili che emerge dal primo monitoraggio su questo specifico universo, realizzato da Unioncamere, in collaborazione con Asseforcamere e Infocamere.

Alla fine del 2003, le donne imprenditrici erano quasi 1 milione e 191mila, vale a dire il 23,9% delle imprese italiane attive. La maggior parte di esse (866mila) erano titolari di ditte individuali. Più contenuta la quota di società di persone a prevalente componente femminile (228mila) e ancora più modesta la presenza in società di capitali (83mila) e cooperative (12mila). L'attività delle imprenditrici si concentra prevalentemente nel settore commerciale (378mila) e agricolo (282mila). Ma consistente è anche la presenza nel settore manifatturiero (129mila), nell'informatica e servizi (118mila) e nei servizi alle persone (104mila).

"Il quadro che emerge dall'indagine – sottolinea il presidente di Unioncamere – è quello di una realtà sempre più diffusa, che i finanziamenti della legge sull'imprenditorialità femminile stanno contribuendo a sviluppare".

Secondo l'ultima rilevazione nazionale, anche l'Umbria ha registrato una crescita importante per quanto riguarda l'imprenditoria femminile, conseguendo una posizione di rilievo con una crescita del 3,25% annuo rispetto al dato medio nazionale del 3,19%. Tutto questo grazie anche alla recente normativa nazionale e

regionale, che ha attivato un sistema incentivante di agevolazioni economiche, oltre che di supporti informativi e di assistenza tecnica alla creazione d'impresa a favore dell'occupazione giovanile con particolare riferimento all'imprenditorialità femminile. La risposta delle donne a queste opportunità ha superato ogni previsione e dimostrato l'esistenza di un forte potenziale di sviluppo.

Ad esempio, nella nostra regione con il IV Bando (anno 2001) del Ministero dell'industria, in base alla Legge 215/92, sono state presentate alla Regione Umbria (secondo i dati forniti dalla Direzione alle Attività Produttive – Servizio Politiche di sostegno alle imprese) ben 676 domande per l'accesso alle agevolazioni relative all'avvio di nuove attività imprenditoriali e/o a progetti aziendali innovativi per le imprese femminili già esistenti. Di queste domande sono risultate finanziabili, a fronte dei contributi concedibili, n. 129 progetti riguardanti i seguenti macrosettori di riferimento: agricoltura (n. 3), manifatturiero e artigianato (n. 24), commercio, turismo e servizi (n. 102).

Presenza di donne nelle imprese natura giuridica

	Socio di capitale (1)	Altre cariche	Amministra- tore	Socio	Titolare	TOTALE
Abruzzo	13.708	4.629	17.198	4.279	29.561	69.375
Basilicata	3.724	2.870	4.118	984	15.235	26.931
Calabria	12.580	5.860	13.361	3.334	31.676	66.811
Campania	59.692	25.441	56.844	26.961	88.220	257.158
Emilia-Romagna	62.134	22.665	94.078	16.862	60.196	255.935
Friuli V.-G	10.431	5.476	21.494	7.716	19.802	64.919
Lazio	47.988	30.157	70.904	25.446	72.989	247.484
Liguria	26.389	7.638	26.526	3.397	26.797	90.747
Lombardia	114.228	70.360	184.599	70.594	92.644	532.425
Marche	26.173	6.620	18.465	4.532	27.561	83.351
Molise	2.146	1.451	3.203	571	9.805	17.176
Piemonte	70.339	21.318	76.009	19.420	69.965	257.051
Puglia	20.885	15.195	30.072	15.422	69.921	151.495
Sardegna	15.555	7.458	22.292	3.528	26.295	75.128
Sicilia	29.457	23.848	45.995	12.074	82.403	193.777
Toscana	65.222	18.749	62.300	13.325	57.705	217.301
Trentino A.-A.	15.668	2.993	16.635	2.957	14.158	52.411
Umbria	15.525	3.758	12.630	2.364	15.542	49.819
Valle d'Aosta	3.296	632	3.647	504	2.585	10.664
Veneto	78.502	19.030	62.222	27.255	65.323	252.332
Totale	693.642	296.148	842.592	261.525	878.383	2.972.290

(1) partecipazioni azionarie detenute da donne in società di capitali

Fonte: Osservatorio per l'imprenditorialità femminile (imprese attive al 30 giugno 2003)

Il fenomeno dell'impresa femminile, in espansione, esprime la necessità della donna di affermare la propria personalità e autonomia non solo in ambito professionale ed economico, ma anche sul piano delle scelte di vita personali, con la matura consapevolezza di saper proiettare nell'impresa tutto l'impegno, le risorse intellettuali e le doti personali che la caratterizzano.

Numerosi studi compiuti anche nella Regione dell'Umbria hanno tuttavia messo in luce come le donne, nonostante le potenzialità, incontrino notevoli difficoltà nel processo di sviluppo di una propria impresa, difficoltà in primo luogo burocratiche e amministrative, ma anche organizzative e di management.

Nonostante i numeri dimostrino che numerose donne sono riuscite a costituire nuove aziende, spesso queste non trovano il giusto sostegno ed efficaci servizi in grado di guidarle lungo il percorso del consolidamento e dello sviluppo di delle conoscenze, delle abilità e degli stili comportamentali oggi necessari per riuscire nella propria impresa.

Numerosi documenti pubblicati sia a livello nazionale che a livello locale mostrano come le donne provengano più spesso degli uomini da situazioni occupazionali precarie e come le maggiori difficoltà incontrate le portino più spesso degli uomini a rinunciare o a rinviare il progetto di creazione d'impresa nell'attesa di condizioni più favorevoli e a porsi attese di reddito più modeste rispetto alle future attività.

Il fenomeno rilevato a livello nazionale e locale è che molto spesso le donne "scegliono" l'imprenditorialità come forma di *self employment* al fine di risolvere un loro problema occupazionale.

Tale approccio necessariamente conferisce un'impronta di approssimazione ed intrinseca debolezza ai loro progetti, in primo luogo nella definizione della business idea e, in secondo luogo, nel bagaglio di competenze necessarie per ricoprire con successo il ruolo imprenditoriale.

La carente cultura d'impresa, le difficoltà di accesso al credito, l'assenza di una adeguata assistenza non solo in fase di avvio ma anche in fase di consolidamento e sviluppo, insieme alla mancanza di efficaci azioni di accompagnamento e di specifici percorsi formativi sembrano essere alcune delle problematiche che si frappongono alla diffusione e al radicamento della cultura imprenditoriale femminile.

Si rende dunque sempre di più necessario sviluppare un modo femminile di fare impresa.

Nei percorsi proposti dal presente progetto si cercherà di valorizzare le abilità che le donne hanno sviluppato nella gestione dei loro ruoli più tradizionali nell'ambito "improduttivo" sia familiare che sociale e di trasformarlo in variabili da utilizzare per la loro affermazione nell'ambito "produttivo".

Quella dell'impresa "in rosa" appare nel nostro Paese come una realtà sempre più dinamica, come dimostrano gli elevati tassi di natalità; essa tuttavia continua a soffrire di una certa fragilità strutturale. La dimensione media delle imprese femminili risulta, infatti, inferiore a quella delle imprese maschili, il fatturato è mediamente pari ad un terzo della media ed il tasso di mortalità è ancora molto elevato.

E' necessario, quindi, aiutare le imprese "in rosa" a consolidarsi per contribuire sempre più allo sviluppo dei territori, anche in vista del raggiungimento degli obiettivi di Lisbona sull'occupazione femminile.

A quali problemi intende far fronte il progetto?

In Umbria, come d'altra parte in tutta Italia, l'accesso al ruolo imprenditoriale per le neo-imprenditrici ha tempi molto più lunghi rispetto a quelli maschili; le donne inoltre sembrano attraversare un percorso pieno di ostacoli, attribuibili ad una molteplicità di fattori quali:

- la scarsa autostima e la scarsa consapevolezza delle proprie capacità,
- la difficoltà di sentirsi leader o formare una leadership,
- la mancanza di *role model* con cui identificarsi,
- scarsa auto-valutazione del potenziale individuale.

Anche se il contesto umbro è complessivamente ricco di servizi reali, opportunità formative, incentivi allo sviluppo, non copre interamente la domanda delle donne imprenditrici, le quali impegnate nell'impresa, con la casa, i figli, la famiglia, non riescono ad usufruire di questi se non dichiaratamente mirati.

Occorre, dunque, formulare una risposta capace di valorizzare le specificità e le differenze delle persone e dell'essere impresa, al fine di incoraggiare e supportare la presenza "donna" nell'imprenditoria per segnare il mondo dei valori, delle conoscenze e delle competenze, degli obiettivi e delle scelte delle donne.

Questa strategia necessita non soltanto di fare proprie le consapevolezze di aver di fronte "persone/soggetti" che subiscono una tipologia di segregazione professionale, ma deve essere perseguita da più soggetti/attori dello sviluppo per avere risposte maggiormente coordinate al fine di:

- rafforzare le aree scoperte o inaccessibili del mercato dei servizi,
- integrare l'esistente con esperienze pilota ed innovative,
- favorire la comunicazione,
- moltiplicare le relazioni e gli scambi tra i soggetti istituzionali, associativi e imprese.

La concertazione raggiunta attraverso il partenariato del presente progetto vuole rispondere alla strategia indicata e alla costante interazione con il territorio, con la definizione di ambiti di complementarietà. con la diffusione di metodologie efficaci, l'attenzione a qualificare e rendere più accessibili alle donne imprenditrici i servizi offerti e la scelta determinante dell'accompagnamento e, in particolare, del mentoring.

3.2. Intervento proposto e soggetti destinatari

(nel caso di più interventi rivolti a destinatari diversi, ripetere)

Breve descrizione

Il progetto L.IN.F.A. si propone il raggiungimento dei seguenti **obiettivi**:

- favorire il potenziamento e la stabilizzazione di imprese femminili in Umbria che risultano essere il 26% del totale tessuto imprenditoriale;
- favorire il supporto e lo sviluppo di conoscenze e competenze manageriali specialistiche per le imprenditrici tramite la realizzazione di azioni di sistema integrate innovative;
- favorire e rafforzare la qualificazione professionale delle imprenditrici e potenziare l'accesso delle donne alla formazione specialistica imprenditoriale;
- promuovere e sostenere la presenza delle donne nei livelli di management e, per empowerment aumentare l'auto-valutazione alle donne che occupano livelli di responsabilità;
- creare, realizzare e sviluppare reti integrate:
 - di partenariato: enti pubblici, agenzia regionale di sviluppo, finanziaria regionale, associazioni imprenditoriali, associazioni di genere, OOSS, enti di formazione per la sensibilizzazione, la diffusione e lo scambio delle rispettive buone prassi a livello regionale, nazionale, internazionale;
 - di imprese femminili attive per la sperimentazione di benchmarking,
 - rete regionale permanente di soggetti e strumenti per il consolidamento delle imprese femminili;
- creare una banca dati delle metodologie e dei prodotti didattici sviluppati.

Per il raggiungimento degli obiettivi sopra esposti, il progetto svilupperà le seguenti attività, articolate nelle **3 macro-fasi** indicate:

Fase 1. Management del progetto

1.1. Coordinamento delle attività

Tale fase, trasversale all'intero progetto, è finalizzata alla corretta gestione organizzativa, amministrativa e finanziaria del progetto in termini di efficienza e di efficacia.

1.2. Sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale

Tale fase è finalizzata alla promozione degli interventi previsti e alla sensibilizzazione del tessuto economico-produttivo e sociale rispetto alle tematiche alla base del progetto, tramite l'attivazione delle reti dei soggetti partner, l'organizzazione di eventi promozionali, la pubblicazione di materiali informativi.

1.3. Monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati del progetto

Le attività di monitoraggio e valutazione dei risultati (trasversali alla realizzazione dell'intero progetto) hanno lo scopo di controllare e verificare i processi di attuazione delle azioni formative e delle azioni consulenziali, nonché di assicurare condizioni operative definite in funzione del grado di complessità e di articolazione delle attività.

Tale fase prevede inoltre il riconoscimento e la certificazione finale delle competenze acquisite da parte delle imprenditrici partecipanti alle attività del progetto, tramite il rilascio di un attestato di frequenza.

Fase 2. Attività di consolidamento delle imprese femminili coinvolte

2.1. Check-up delle aziende coinvolte nel progetto

La terza fase del progetto mira a realizzare un'indagine delle realtà aziendali coinvolte, per individuare i punti di forza e di debolezza rispetto al mercato, all'organizzazione aziendale, alle risorse umane, al business plan, rispetto al settore di riferimento.

Tale fase è propedeutica alle successive e fornirà i dati necessari alla programmazione delle attività di consulenza e accompagnamento e alle attività formative, affinché queste siano il più possibile aderenti alle specifiche esigenze delle aziende e ai fabbisogni delle imprenditrici partecipanti.

2.2. Supporto consulenziale e mentoring

La presente fase progettuale prevede lo sviluppo di attività di assistenza e affiancamento consulenziale finalizzate a fornire alle imprenditrici partecipanti competenze, metodologie, strumenti e supporto operativo per favorire lo sviluppo e il consolidamento delle proprie imprese in relazione ai quattro capisaldi dell'impresa:

- 1) il mercato di riferimento, a livello locale, regionale, nazionale ed internazionale. Tale fase si articolerà in particolare nelle seguenti azioni:
 - consulenze personalizzate per studi di fattibilità per lo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi;
 - consulenze personalizzate per studi di fattibilità per l'apertura a nuovi mercati e/o per l'internazionalizzazione.
- 2) l'organizzazione aziendale, attraverso una consulenza che vada a rafforzare la *role mission* dell'imprenditrice volta a: verificare quali sono i nuovi pubblici/clienti, i loro potenziali e quali priorità; come penetrare in ulteriori segmenti di fruibilità del prodotto/servizio; come aumentare i fruitori; come valutare i bisogni di chi non fruisce e comprenderne le motivazioni: vincoli e barriere fisiche e/o sociali; come eliminare, introdurre, migliorare i prodotti/servizi in funzione degli input di mercato.
- 3) le risorse umane e i ruoli all'interno dell'impresa: comprensione della psicologia, dei ruoli e delle sfide legate ai ruoli, finalizzate all'innovazione aziendale e personale; cultura dei confini di ruolo, valutazione del potenziale della persona, disegno delle mansioni.
- 4) il business plan, quale strumento di progettazione e riprogettazione degli interventi di innovazione e dei piani strategici dell'impresa: supporto alla progettazione e pianificazione di nuove linee imprenditoriali; trasferimento di cultura per l'analisi del piano patrimoniale economico e finanziario dell'impresa.

Tutte le attività si articoleranno sia attraverso percorsi collettivi (se collettivi risulteranno i bisogni) sia attraverso attività di accompagnamento personalizzato specialistico, anche con il supporto al ruolo di imprenditrice tramite lo sviluppo di attività di mentoring.

Le mentor saranno individuate da AIDDA (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti D'Azienda) e FIDAPA (Federazione Italiana Donne Arti Professioni Affari), partner del presente progetto, tra imprenditrici di successo operanti nella Regione Umbria. Ogni mentor seguirà 4/5 imprenditrici partecipanti al progetto. Mentor e gruppi di mentee si incontreranno regolarmente; la forma di tali incontri dipenderà poi dai gruppi e dalle circostanze concrete. Parallelamente a questi incontri personali, saranno realizzati scambi telefonici o via e-mail.

In ogni tappa del percorso consulenziale, le imprenditrici saranno affiancate da un tutor.

2.3. Formazione

Questa fase mira a trasferire alle imprenditrici partecipanti al progetto conoscenze, competenze e abilità relative alle tematiche che sono alla base del progetto formativo. Tale fase si articolerà in particolare nelle seguenti azioni:

- progettazione di dettaglio delle attività formative in relazione ai fabbisogni individuati nella fase di check-up;
- erogazione di moduli formativi professionalizzanti in aula nelle aree strategiche della gestione d'impresa (management, organizzazione, marketing, ottimizzazione del piano di impresa e della strategia aziendale ecc.); tale attività coinvolgerà tutte le imprenditrici, indipendentemente dal settore di appartenenza;
- erogazione di moduli formativi specialistici in FAD, che le imprenditrici potranno scegliere tra quelli disponibili "a catalogo", in relazione al proprio settore di appartenenza e alle proprie specifiche esigenze;
- attività di follow up in azienda, con la presentazione di casi aziendali afferenti agli specifici settori di riferimento delle imprese coinvolte; in tali attività sarà coinvolto un più ampio numero di destinatari, tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNet;
- tutoraggio mirato in ogni fase di svolgimento del percorso formativo.

Fase 3. Diffusione e trasferimento dei risultati del progetto

La presente fase è finalizzata a dare la maggiore visibilità possibile ai risultati ottenuti dalla realizzazione del progetto e a garantire al progetto stesso importanti effetti moltiplicatori.

Il proponente e i partner assegnano una particolare rilevanza a tale fase del progetto, in quanto strumento di sviluppo per l'intero territorio regionale.

Le attività previste in questa fase, infatti, si rivolgono ad un numero di destinatari ben più ampio delle 25 imprese coinvolte in modo diretto nell'intervento proposto: esse sono indirizzate in primo luogo a tutte le imprese femminili presenti in Umbria, e poi, più in generale, a tutti gli operatori socio-economici attivi sul territorio e interessati alle tematiche delle pari opportunità di genere e dell'imprenditoria femminile (enti pubblici, associazioni datoriali e associazioni sindacali, centri per l'impiego, sportelli del lavoro, agenzie formative, associazioni di supporto alle donne, ecc.).

Tale fase prevede nello specifico:

- il coinvolgimento di circa 500 imprese nelle attività di follow up in azienda (previste al termine del percorso formativo), tramite il collegamento con i telecentri presenti negli 82 Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNet; le 500 imprese non sono ipotetiche, ma già effettivamente individuate dalle associazioni partner in fase di progettazione tra aziende che, già in passato, hanno dimostrato la propria sensibilità alle tematiche affrontate e il proprio interesse allo svolgimento di attività di formazione/informazione e che hanno manifestato l'esigenza di un supporto ai propri processi di consolidamento;
- il coinvolgimento nelle attività di follow up di tutti i soggetti operanti a livello regionale a vario titolo interessati alle tematiche relative alle pari opportunità di genere e all'imprenditoria femminile; tali soggetti saranno coinvolti nelle attività di follow up grazie all'attivazione delle reti di contatti dei partner;
- la realizzazione di un convegno conclusivo di disseminazione dei risultati con valenza nazionale;

- la costituzione di una rete regionale di imprese femminili attive per la sperimentazione e l'attivazione di attività di benchmarking finalizzate allo scambio di buone prassi di gestione aziendale, per promuovere lo sviluppo e la cultura del confronto con aziende dello stesso settore e/o della stessa dimensione;
- l'implementazione e lo sviluppo di una rete di soggetti (rappresentati dagli stessi partner del progetto) e/o strumenti quali Incubatore ImpresaDonna di Sviluppo Umbria, Terziario Donna di Confcommercio, Sportelli Informativi dei CIF Provinciali della CCIAA e i Centri per l'Impiego delle Province di Perugia e di Terni, finalizzata a sostenere il consolidamento e la crescita delle imprese femminili in Umbria.
Tale Rete non cesserà la propria attività col termine del progetto, ma continuerà ad essere attiva e a progettare/sviluppare nuove iniziative attivando tutte le opportunità (regionali, nazionali e comunitarie) a disposizione, promuovendo sul territorio regionale, nazionale e comunitario le tematiche legate alle pari opportunità di genere e volte a favorire l'accesso delle donne alla formazione, l'inserimento nel mercato del lavoro e il trasferimento di cultura d'impresa per lo sviluppo di attività imprenditoriali e contribuendo all'implementazione dell'ottica di genere in tutte le politiche e in tutti i livelli della società (*gender mainstreaming*);
- l'attivazione delle reti dei soggetti partner, ognuno in relazione alla propria specificità (enti pubblici, agenzie di sviluppo, finanziarie, associazioni di categoria, agenzie formative, ecc.), a livello locale, nazionale ed internazionale, finalizzata al trasferimento dell'esperienza e delle buone pratiche scaturite dal progetto in altri contesti;
- diffusione e utilizzo dei materiali e degli strumenti didattici realizzati nell'ambito del progetto in altri interventi formativi;
- creazione di una Banca Dati delle metodologie e dei prodotti didattici sviluppati, a disposizione di tutti i soggetti parte della rete, aggiornabile periodicamente da ognuno dei partner; a tale banca dati potranno anche accedere (tramite ID e password) le aziende femminili interessate.

Soggetti destinatari (chi sono e quanti sono):

Il progetto si rivolge a **25 imprenditrici** operanti nella Regione Umbria in aziende femminili (con titolarità e/o prevalenza femminile nella compagine societaria) attive da almeno due anni nei seguenti settori:

- artigianato,
- commercio,
- turismo,
- agriturismo,
- attività agricole,
- attività manifatturiera,
- servizi.

Le imprese, individuate in fase di progettazione dell'intervento dalle Associazioni partecipanti, hanno manifestato il proprio interesse nei confronti dell'offerta consulenziale e formativa, in quanto caratterizzate da esigenze di consolidamento e crescita e sviluppo aziendale, come da lettere di adesione allegate.

Nelle fasi di follow up e di diffusione dei risultati sarà coinvolto un più ampio numero di destinatarie, attraverso lo svolgimento di attività in videoconferenza tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNet.

Le associazioni di categoria partner del progetto coinvolgeranno un totale di circa 500 imprese, già individuate in fase di progettazione tra aziende che, anche in passato, hanno dimostrato la propria sensibilità alle tematiche affrontate e il proprio interesse allo svolgimento di attività di formazione/informazione e che hanno manifestato l'esigenza di un supporto ai propri processi di consolidamento.

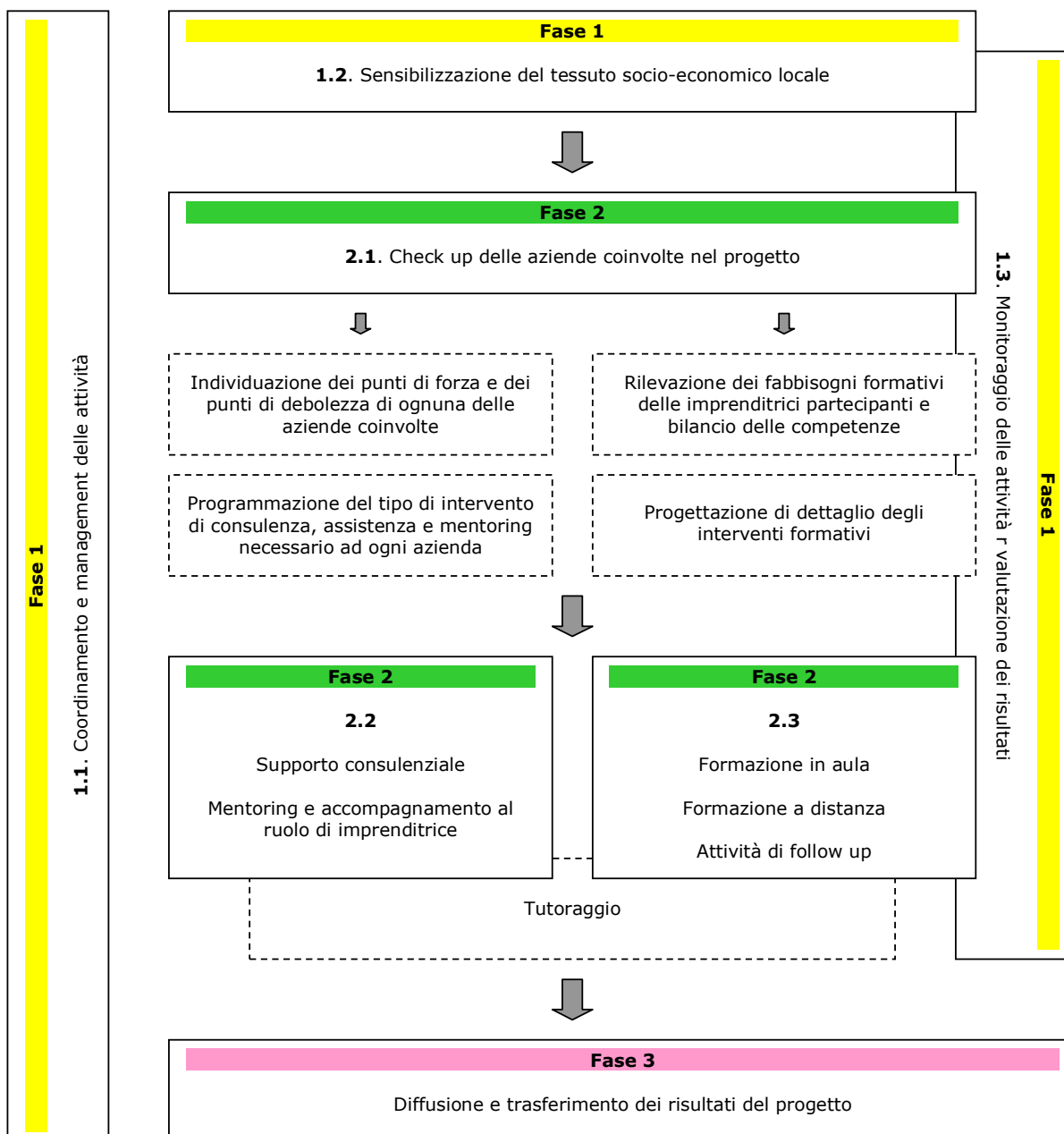
Nelle attività in videoconferenza saranno inoltre coinvolti tutti i soggetti che possano essere interessati alle tematiche affrontate; essi saranno invitati da tutti coloro che sostengono il progetto: naturalmente i partner, le Camere di Commercio di Perugia e di Terni, la Regione Umbria, la Consigliera Regionale di Parità, il Comitato Regionale per l'Imprenditorialità Femminile, il Comitato Provinciale di Perugia per l'Imprenditorialità Femminile, le associazioni sindacali.

3.3 Gestione del progetto

Descrivere le diverse fasi e i tempi del progetto

Il progetto proposto prevede la realizzazione di fasi diverse e complementari, connesse da precisi legami logici e finalizzate al raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

L'articolazione delle diverse fasi ed attività previste dal progetto, insieme ai legami logici ad esse sottesi, sono illustrati sinteticamente dal diagramma che segue.



Fase 1. Management del progetto

1.1. Coordinamento e management delle attività

Obiettivi

Una prima fase dell'intervento sarà finalizzata ad una puntuale definizione di tempi, metodologie, contenuti di dettaglio delle diverse successive fasi e attività previste, in relazione agli obiettivi fissati.

La realizzazione delle attività di coordinamento e management è poi finalizzata alla corretta gestione organizzativa, amministrativa e finanziaria del progetto in termini di efficienza e di efficacia, affinché i finanziamenti ottenuti non vengano dispersi, ma amministrati e gestiti regolarmente e con proprietà.

La presente fase è inoltre finalizzata a garantire il corretto svolgimento delle attività consulenziali, delle attività didattiche e di quelle amministrative previste in fase di progettazione.

Attività

- Coordinamento e management delle attività consulenziali, delle attività didattiche e delle attività logistico-amministrative, svolti da un Tavolo di Pilotaggio appositamente costituito;
- Compilazione e registrazione delle note spese e dei report;
- Raccolta e catalogazione dei documenti;
- Controllo di gestione;
- Riunioni periodiche del Tavolo di Pilotaggio finalizzate a:
 - organizzare le attività consulenziali;
 - organizzare le attività didattiche;
 - organizzare le attività di coordinamento e gestione amministrativa;
 - organizzare le attività di tutoraggio;
- Organizzazione e distribuzione del lavoro e dei compiti alle diverse professionalità coinvolte nel progetto;
- Realizzazione dei supporti didattici necessari al corretto svolgimento delle attività consulenziali e formative (dispense, test di autoverifica, altri materiali segnalati in ognuno dei moduli didattici).

Durata

20 mesi (fase trasversale).

1.2. Sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale

Obiettivi

La presente fase è finalizzata a promuovere il percorso formativo e consulenziale proposto al maggior numero possibile di strutture interessate e a sensibilizzare l'intero tessuto economico e sociale della Regione Umbria.

A tal fine, si sceglieranno specifici mezzi e canali di promozione e pubblicizzazione dell'intervento.

Attività

- Attivazione dei canali e delle reti (istituzionali e non) degli enti e delle strutture partner del progetto;
- Promozione delle finalità e degli interventi proposti presso le imprese aderenti alle associazioni di categoria partner;
- Promozione del progetto presso punti strategici del territorio Regione Umbria: Centri per l'Impiego, Informagiovani, Uffici Orientamento, ecc.;
- Promozione particolare dell'intervento attraverso il Centro per le Pari Opportunità della Regione Umbria, presso i C.O.F. (Centri Occupabilità Femminile) e attraverso altri enti o associazioni di supporto alle donne e all'occupazione e all'imprenditorialità femminile;
- Promozione dell'intervento sul sito ufficiale della Provincia di Perugia e di tutti i soggetti partner;
- Organizzazione di una conferenza stampa di presentazione del progetto.

In tutte le attività di promozione sviluppate sarà citato il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale quale ente finanziatore del progetto.

Durata

2 mesi.

1.3. Monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati del progetto

Obiettivi

Il costante monitoraggio delle attività realizzate nell'ambito del presente progetto è finalizzato a garantire un continuo e corretto svolgimento delle diverse attività previste, in relazione al raggiungimento degli obiettivi fissati in fase di progettazione in termini quantitativi (rispetto dei tempi di realizzazione) e qualitativi (gradimento delle imprenditrici, effettiva acquisizione di conoscenze e competenze da parte delle partecipanti, ecc.);

Obiettivi specifici dell'attività di valutazione dei risultati sono:

- garantire un continuo e corretto svolgimento dell'attività consulenziale e dell'attività formativa;
- accertare le competenze in uscita;
- certificare le competenze in uscita;
- assegnare un attestato di frequenza alle corsiste che abbiano svolto l'attività formativa con successo;
- analizzare e valutare gli scostamenti rispetto agli obiettivi fissati nel progetto.

Attività

La fase di monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati sarà svolta da un Tavolo appositamente costituito e consisterà nelle seguenti attività:

- meeting periodici del Tavolo di Monitoraggio e tra tutte le professionalità coinvolte nello sviluppo, nella gestione e nel coordinamento del progetto;
- verifiche in itinere e verifica di fine modulo delle conoscenze e delle competenze acquisite dalle partecipanti al percorso formativo;
- monitoraggio del gradimento delle imprenditrici partecipanti;
- screening e monitoraggio dell'andamento del percorso formativo e delle attività di consulenza;
- monitoraggio sulla corretta gestione degli aspetti amministrativi e finanziari;
- analisi ed elaborazione dei dati raccolti nella fase di monitoraggio delle attività;
- analisi degli scostamenti dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi fissati;
- verifica finale delle conoscenze e delle competenze acquisite dalle partecipanti al percorso;
- certificazione delle competenze in uscita;
- assegnazione di un attestato di frequenza alle corsiste che abbiano svolto l'attività formativa con successo.

Durata

20 mesi (fase trasversale).

Fase 2. Attività di consolidamento delle imprese femminili coinvolte

2.1. Check-up delle aziende coinvolte nel progetto

Obiettivi

La fase di check-up è finalizzata a realizzare un'accurata analisi delle aziende coinvolte nel progetto, identificandone con precisione i punti di forza e i punti di debolezza in relazione al mercato locale, nazionale e internazionale e in rapporto allo specifico settore di riferimento e alle tendenze in atto all'interno dello stesso.

Per ciascuna azienda saranno sviluppate:

- la mappatura dei processi,
- la valutazione delle performances,
- la definizione delle azioni di miglioramento e di definizione ed implementazione delle azioni correttive da apportare (definizione dei piani di consulenza-accompagnamento mirata a gruppi di aziende con problematiche comuni e pianificazione e progettazione della consulenza specialistica personalizzata con sperimentazione e attivazione delle mentori, progettazione di corsi di formazione per colmare il gap di competenze).

Attività

Questa fase prevede la realizzazione di un'analisi accurata delle esigenze e dei fabbisogni delle imprese femminili partecipanti al progetto. Tale attività si fonderà sui dati quantitativi e qualitativi già esistenti e frutto di precedenti studi compiuti sia a livello nazionale che a livello regionale.

a. costruzione dello strumento di rilevazione dei dati aziendali

L'attività di check-up inizierà con l'elaborazione di un adeguato strumento di rilevazione dei dati aziendali (presumibilmente un questionario semi-strutturato sulla base del quale realizzare un colloquio approfondito con le singole imprenditrici).

Saranno dunque definiti congiuntamente i contenuti e la struttura della griglia di rilevazione dei dati e di valutazione dei punti di forza e di debolezza aziendali.

E' fondamentale, infatti, che tutti i professionisti che si occuperanno dello studio della "situazione" delle aziende partecipanti dispongano di uno strumento condiviso, affinché gli esiti dei singoli check-up siano confrontabili tra loro.

b. analisi del check-up: individuazione dei punti di forza e dei punti di debolezza di ognuna delle aziende coinvolte

Per la rilevazione della situazione delle aziende partecipanti si procederà allo svolgimento di incontri collettivi ed individuali in azienda e alla somministrazione di moduli/questionari semi-strutturati alle imprenditrici coinvolte.

Tali strumenti consentiranno di formulare una mappatura di processo che sarà utile ad individuare con precisione punti di forza e punti di debolezza delle imprese coinvolte nel progetto, in relazione alle opportunità e alle minacce presenti sui quattro punti di management indicati.

c. programmazione del tipo di intervento di consulenza, assistenza e mentoring necessario ad ogni singola azienda

In questa sotto-fase, sulla base dei dati raccolti e analizzati nelle due precedenti, sarà previsto il tipo di intervento di consulenza, assistenza e mentoring necessario ad ogni azienda partecipante e, contestualmente, sarà definito il soggetto professionale in grado di soddisfare questa necessità. Tali figure professionali saranno scelte dalle associazioni di categoria partner e potranno essere individuate all'interno delle competenze esistenti in seno alle associazioni stesse. Se tuttavia, l'associazione che svolge il check-up non dispone della professionalità interna per soddisfare una determinato gap evidenziato dalla impresa, allora potrà:

- a. chiedere al Tavolo di Pilotaggio la disponibilità ad attingere a professionalità presenti all'interno del Tavolo stesso;
- b. oppure chiedere la disponibilità di risorse umane esistenti in seno alle altre associazioni;
- c. oppure, infine, proporre direttamente un professionista esterno, previa selezione sulla base delle competenze specifiche e del rapporto costo-beneficio.

La proposta complessiva scaturente dal check-up di ogni singola azienda sarà portata all'attenzione del Tavolo di Pilotaggio, che ratificherà oppure proporrà integrazioni o suggerimenti tecnici.

d. rilevazione dei fabbisogni formativi delle imprenditrici partecipanti e bilancio delle competenze

Preliminarmente alla progettazione di dettaglio dell'intervento formativo, tale attività servirà ad individuare le esigenze di formazione delle imprenditrici partecipanti, in relazione alla domanda di competenze professionali espressa dal mercato sia a livello generale e di settore sia a livello di bacini locali.

L'analisi dei fabbisogni formativi consisterà nell'individuazione della distanza esistente tra le competenze professionali già possedute e le competenze professionali necessarie alle partecipanti per un efficace svolgimento della propria funzione in azienda. Tale analisi permetterà di stabilire una scala di priorità dei fabbisogni delle partecipanti e di verificare se tali fabbisogni sono adeguati rispetto ai cambiamenti organizzativi o tecnologici previsti o in atto. Al termine dell'analisi e della definizione dei fabbisogni formativi, sarà redatta una relazione di analisi.

Tale relazione descriverà gli obiettivi dell'attività ed indicherà gli strumenti di rilevazione impiegati per acquisire le informazioni. Essa conterrà i risultati delle indagini e gli aspetti ritenuti maggiormente significativi per individuare correttamente i fabbisogni formativi.

La relazione di analisi dei fabbisogni formativi sarà la base sulla quale si svolgerà il lavoro di progettazione di dettaglio delle attività di formazione.

Le partecipanti saranno inoltre coinvolte in attività di bilancio delle proprie competenze, durante le quali esse saranno stimolate a:

- ricostruire la propria storia lavorativa;
- approfondire il contenuto della professionalità posseduta;
- valorizzare le esperienze lavorative precedenti;
- conoscere le caratteristiche del contesto economico-produttivo del territorio;
- chiarire e definire quali sono gli elementi di forza sui quali fare leva per lo svolgimento del proprio lavoro e della propria funzione imprenditoriale, in relazione anche alle abilità professionali possedute o da potenziare;

Un requisito essenziale per collocarsi con successo nel mondo del lavoro (in particolare riguardo del lavoro autonomo) è infatti la consapevolezza delle proprie capacità e dei propri obiettivi.

In questa prospettiva emerge l'importanza di uno strumento il bilancio delle competenze: esso, attraverso un percorso ben definito, permetterà di definire le abilità e le possibilità di crescita professionale delle imprenditrici partecipanti al progetto.

e. progettazione di dettaglio degli interventi formativi

Sulla base dei contenuti di massima elaborati in fase preliminare ed in stretta relazione ai risultati dell'analisi dei fabbisogni precedentemente sviluppata, si procederà ad una progettazione di dettaglio delle attività formative, affinché esse siano (in termini di contenuti, metodologie, organizzazione) quanto più rispondenti possibile alle esigenze e alle necessità delle imprenditrici partecipanti. Tale attività prevede lo svolgimento delle seguenti azioni:

- confronto dei risultati ottenuti dalle indagini compiute;
- individuazione degli specifici fabbisogni formativi e di competenze a cui rispondere;
- modulazione di un percorso formativo specifico per ogni partecipante.

Durata

5 mesi.

2.2. Supporto consulenziale e mentoring

Obiettivi

La presente fase progettuale prevede lo sviluppo di attività di assistenza e affiancamento consulenziale finalizzate a fornire alle imprenditrici partecipanti competenze, metodologie, strumenti e supporto operativo per favorire lo sviluppo e il consolidamento delle proprie imprese in relazione ai mercati di riferimento a livello locale, regionale, nazionale ed eventualmente internazionale.

Attività

In questa fase saranno realizzate nello specifico le seguenti attività:

a. supporto consulenziale

La presente attività è finalizzata a realizzare, a favore delle imprese femminili coinvolte nel progetto, studi di fattibilità per lo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi e/o per l'apertura a nuovi mercati. Gli studi di fattibilità realizzati saranno destinati alla promozione di iniziative imprenditoriali relative allo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi e/o all'apertura delle imprese a nuovi mercati. Tali studi daranno luogo a piani operativi necessari ad un corretto avvio delle iniziative proposte.

Potranno essere realizzate in particolare le seguenti attività:

- raccolta e sistemazione delle informazioni relative ai mercati di interesse;
- valutazione dell'impatto economico attuale e potenziale derivante dalla eventuale attivazione dei prodotti e/o servizi individuati e/o dall'apertura dell'azienda a nuovi mercati;
- analisi delle opportunità e dei fattori critici e di successo delle iniziative;
- valutazione delle potenzialità di mercato e del bacino di utenza degli eventuali nuovi servizi nuovi servizi e/o prodotti;
- valutazione degli investimenti richiesti;
- analisi delle possibili fonti di finanziamento a disposizione;
- predisposizione di piani operativi.

In questa stessa fase saranno fornite alle imprese coinvolte consulenze specifiche relative agli aspetti che (alla fase di check-up) saranno risultati "deboli" e da sviluppare.

b. mentoring e accompagnamento al ruolo di imprenditrice

Le attività di mentoring previste dal presente progetto si incentreranno sul rapporto personale tra donne professionalmente "sperimentate" (mentor), che desiderino trasmettere il proprio know-how, e persone professionalmente "più giovani" (mentee), che abbiano la necessità di aumentare il proprio potenziale.

Le mentor che saranno selezionate per lo sviluppo delle attività programmate saranno imprenditrici, donne che occupano una posizione dirigenziale e dispongono di una lunga esperienza, di influenza e di molteplici contatti.

Le mentor saranno individuate da AIDDA (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti D'Azienda) e FIDAPA (Federazione Italiana Donne Arti Professioni Affari), partner del presente progetto, tra imprenditrici di successo operanti nella Regione Umbria. Ogni mentor seguirà 4/5 imprenditrici partecipanti al progetto.

Le attività di mentoring saranno finalizzate a:

- *rafforzare i network femminili* (le reti relazionali sono molto importanti per progredire ed essere efficaci in campo lavorativo; in confronto agli uomini le donne hanno infatti di solito una rete di relazioni più limitata a loro disposizione: il mentoring farà proprio leva su questo aspetto, rafforzando la messa in rete delle giovani imprenditrici e delle loro mentor, rendendole consapevoli della sua fondamentale importanza);
- *promuovere il dialogo intergenerazionale* (le attività proposte vogliono contribuire al dialogo tra le generazioni, in quanto sostengono la comunicazione e lo scambio intergenerazionale in cui le esperienze possono essere condivise e discusse tra donne);
- *sensibilizzazione delle partecipanti a tematiche strategicamente rilevanti.*

Mentor e gruppi di mentee si incontreranno regolarmente; la forma di tali incontri dipenderà poi dai gruppi e dalle circostanze concrete. Parallelamente a questi incontri personali, saranno realizzati scambi telefonici o via e-mail. Indipendentemente dalle forme che il mentoring assumerà, la regolarità degli scambi sarà decisiva per l'ottenimento di buoni risultati.

Grazie alle attività di mentoring, le imprenditrici partecipanti avranno la possibilità di conoscere persone con molta esperienza, nonché il loro background e la loro cerchia di conoscenze. Esse potranno allacciare contatti interessanti ed accedere a vari network. Potranno inoltre ricevere consigli utili per la propria attività professionale, nonché, grazie all'aiuto delle mentor, riconoscere e sviluppare le proprie qualità e competenze personali e professionali.

Le mentor guideranno le mentee durante il loro approccio a particolari temi e contenuti; le assisteranno dando loro consigli pratici; trasmetteranno loro conoscenze, competenze e fiducia in se stesse, aiutandole così a raggiungere i propri obiettivi.

c. *tutoraggio*

L'attività di tutoraggio è finalizzata a dare supporto alle partecipanti al percorso nello svolgimento delle attività consulenziali, affinché possano essere affrontati e superati eventuali problemi o difficoltà e possa essere garantito il corretto svolgimento delle attività, a vantaggio di tutte le parti coinvolte (imprenditrici, coordinamento del progetto, consulenti e mentor, ecc.).

Tale attività prevede in particolare lo svolgimento delle seguenti azioni:

- attività di supporto e affiancamento alle imprenditrici in ogni fase del percorso consulenziale;
- attività di raccordo tra partecipanti, consulenti/mentor e organizzazione del percorso, affinché i rapporti tra tutte le parti coinvolte siano il meno problematici e il più proficui possibili;
- gestione della documentazione tecnico-amministrativa relativa al percorso consulenziale (registri di svolgimento delle attività, registri di distribuzione dei materiali, ecc.).

Durata

10 mesi.

2.3. Formazione

Obiettivi

Le attività formative previste nell'ambito del progetto sono finalizzate a trasferire alle imprenditrici partecipanti conoscenze, competenze e stili comportamentali che possano supportarle nello svolgimento della propria funzione dirigenziale in azienda.

Attività

La presente fase si articolerà nelle attività descritte di seguito.

a. formazione in aula

Questa attività progettuale mira a trasferire alle imprenditrici partecipanti al percorso conoscenze, competenze e abilità relative alle tematiche che sono alla base del progetto formativo, organizzate nelle seguenti aree tematiche:

- management;
- organizzazione;
- marketing e comunicazione.

Tale attività, della durata di complessive 40 ore, consisterà nell'erogazione dei moduli didattici descritti in seguito.

Modulo 1 – Management

Obiettivi didattici

Il modulo intende sviluppare nelle imprenditrici partecipanti la consapevolezza della natura del proprio ruolo, tramite l'individuazione delle competenze specifiche necessarie e la loro contestualizzazione nell'ambiente di lavoro.

Il modulo è finalizzato a fornire le conoscenze e gli strumenti tecnici di base indispensabili per chi detiene un ruolo dirigenziale in azienda. Tutte le tematiche alla base del modulo saranno trattate secondo un'ottica di genere.

Principali contenuti

- La struttura organizzativa;
- Il gruppo organizzato;
- Il ruolo del leader come protagonista della scena organizzativa;
- Gestire risorse umane: aree e strumenti di intervento;
- La leadership per lo sviluppo delle performance;
- Principi di team building;
- Condurre meeting di lavoro;
- Le riunioni: progettazione, preparazione e gestione;
- Parlare in pubblico;
- Tecniche di gestione dello stress;
- Comunicare con i colleghi e le colleghe;
- Problem solving: "efficienza ed efficacia nella soluzione dei problemi";
- Decision making: "rischi e responsabilità";
- Il ruolo e le pratiche manageriali;
- Sviluppo delle competenze di Leadership;
- Coaching e sviluppo dei collaboratori;
- Motivazione delle persone al raggiungimento di obiettivi comuni.

- Principi di comunicazione aziendale;
- Redazione e revisione del business plan come strumento di gestione aziendale.

Durata

12 ore.

Modulo 2 – Organizzazione

Obiettivi didattici

Il modulo ha lo scopo di potenziare le capacità manageriali delle imprenditrici partecipanti in relazione all'organizzazione interna dell'azienda e al contesto di riferimento, fornendo e valorizzando operativamente i più efficaci modelli organizzativi, centrati su una logica di processo, su una visione strategica, sulla valorizzazione delle competenze e sulla capacità di guidare il cambiamento.

Contenuti

- L'impresa e l'ambiente in cui opera;
- Le principali istituzioni operanti nel contesto e il loro ruolo;
- La definizione del mercato: domanda, offerta e prezzo;
- I mercati di tipo concorrenziale;
- La formulazione dell'offerta;
- Offerta di breve e di lungo periodo;
- Le scelte produttive e i costi;
- La formulazione della curva di domanda;
- L'approccio sistemico all'organizzazione d'impresa;
- L'ambiente esterno e le principali variabili;
- La strategia come strumento per l'adattamento dell'impresa all'ambiente esterno;
- Strumenti di supporto all'elaborazione della strategia;
- L'evoluzione degli studi e delle pratiche organizzative;
- Le strutture organizzative e la loro progettazione;
- I principali processi dell'impresa;
- Il ciclo di pianificazione e controllo;
- Tipi e livelli di pianificazione;
- L'organizzazione d'impresa come struttura di costi;
- Natura e classificazione dei costi aziendali;
- Il controllo di gestione;
- Il conto profitti e perdite;
- Il budget e la sua utilizzazione;
- La valutazione degli investimenti;
- L'impatto organizzativo delle nuove tecnologie;
- Metodologie di riorganizzazione dei processi;
- Implementare e guidare il cambiamento organizzativo;
- La qualità nei processi e il total quality management.

Durata

16 ore.

Modulo 3 – Marketing e comunicazione

Obiettivi didattici

Il modulo intende fornire alle imprenditrici partecipanti le strumentazioni teoriche per comprendere la funzione del marketing e della comunicazione

nell'economia dell'impresa moderna. A livello d'impresa il corso approfondisce il ruolo del marketing nei processi di formulazione delle strategie aziendali e le principali leve operative.

Contenuti

- La strategia aziendale e il marketing;
- I modelli di analisi del portafoglio di attività;
- La SWOT analysis;
- Il sistema delle forze competitive e la matrice delle strategie di base;
- Settori, mercati e loro confini;
- La qualità totale e il marketing;
- Mercati e strategie di marketing;
- La segmentazione come rappresentazione della varietà dei consumatori;
- La segmentazione come processo strategico;
- Le strategie di copertura del mercato;
- Marketing e strategia nella competizione globale;
- Globalizzazione dei mercati e crescita della varietà;
- La dimensione temporale dei prodotti;
- Il processo di sviluppo di nuovi prodotti;
- La gestione nel tempo dei prodotti;
- Dal prodotto al portafoglio-prodotti;
- Le dimensioni della gamma: ampiezza, lunghezza, profondità;
- Estensione della gamma e product manager;
- Il controllo della gamma e delle linee di prodotto/servizio;
- Le strategie di sviluppo della gamma;
- La comunicazione di marketing;
- Gli effetti economici della pubblicità;
- Il processo di comunicazione: decodifica, rumore e feedback;
- Obiettivi e pubblici della comunicazione di marketing;
- Gli strumenti del communication mix e la comunicazione aziendale integrata;
- I mezzi della comunicazione di marketing;
- I canali di marketing;
- Varietà delle forme distributive e strategia di copertura;
- Varietà e selezione dei canali distributivi;
- La configurazione della forza di vendita;
- Concorrenza, conflitto e cooperazione nei canali di marketing;
- Marketing in evoluzione;
- Cooperazione tra imprese e relationship marketing;
- L'interazione con il consumatore nel marketing dei servizi;
- Marketing one to one e Internet marketing.

Durata

12 ore.

b. formazione a distanza

Questa attività progettuale mira a trasferire alle imprenditrici partecipanti al percorso conoscenze, competenze e abilità specialistiche relative alle tematiche di maggiore interesse in rapporto allo specifico settore di riferimento. Ognuna delle partecipanti al corso potrà scegliere (con il supporto del consulente e della mentor che l'hanno accompagnata nel percorso consulenziale) tre moduli specialistici in relazione ai propri particolari fabbisogni formativi, tra quelli messi a disposizione "a catalogo". Le imprenditrici potranno scegliere tra i seguenti moduli didattici specialistici:

- Internazionalizzazione d'impresa
- Controllo di gestione
- Gestione delle risorse umane
- Gestione e amministrazione della piccola e media impresa
- Gestione e amministrazione dell'impresa commerciale
- Gestione e amministrazione dell'impresa artigianale
- Gestione e amministrazione dell'impresa agricola
- Finanza d'impresa
- Rapporti con il credito e Basilea 2
- Finanza agevolata e opportunità per le imprese
- Informatica gestionale
- Logistica
- Pianificazione strategica d'impresa
- Altri moduli specialistici, individuati in relazione alle esigenze emerse.

I moduli prescelti potranno essere fruiti dalle imprenditrici in FAD, tramite la rete internet, direttamente a casa o sul luogo di lavoro: attraverso l'accesso ad una apposita piattaforma, le partecipanti potranno scaricare materiali didattici, interagire con docenti, tutor, corsiste, consultare testi e vedere filmati.

Ogni corsista sceglierà 3 dei moduli disponibili, ognuno della durata di 16 ore, per un totale di 48 ore.

c. attività di follow up

L'ultima parte dell'attività formativa sarà rappresentata da azioni di follow up, che consisteranno nella presentazione di casi aziendali in videoconferenza.

Le 25 imprenditrici coinvolte nel progetto potranno partecipare alle attività direttamente da casa o dal proprio posto di lavoro.

Tali attività interesseranno tuttavia un numero molto più ampio di destinatari: tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria e con la rete ComNet Umbria, si auspica infatti di raggiungere circa 500 imprenditrici interessate alle tematiche affrontate, garantendo in questo modo al progetto un'amplissima diffusione a livello regionale ed accrescendone gli effetti moltiplicatori.

L'attività di follow up sarà articolata in una serie di 6 incontri di 2 ore ciascuno, per un totale di 12 ore.

d. tutoraggio

L'attività di tutoraggio è finalizzata a dare supporto alle partecipanti al percorso nello svolgimento delle attività didattiche, affinché possano essere affrontati e superati eventuali problemi o difficoltà delle corsiste e possa essere garantito il corretto svolgimento delle attività, a vantaggio di tutte le parti coinvolte (corsiste, coordinamento del percorso, ecc.).

Tale attività prevede in particolare lo svolgimento delle seguenti azioni:

- attività di supporto e affiancamento alle corsiste in ogni fase del percorso formativo, sia in presenza che a distanza;
- attività di raccordo tra corsiste, docenti e organizzazione del percorso, affinché i rapporti tra tutte le parti coinvolte siano il meno problematici e il più proficui possibili;
- gestione della documentazione tecnico-amministrativa relativa al percorso formativo (registri di presenza, registri di distribuzione dei materiali didattici, ecc.).

Durata

5 mesi.

Fase 3. Diffusione e trasferimento dei risultati del progetto

Obiettivi

Scopo di questa attività è quello di diffondere i risultati ottenuti attraverso la realizzazione delle diverse attività progettuali e di presentare agli operatori economici del territorio le competenze professionali formate.

La presente fase intende dare la maggiore visibilità possibile ai risultati ottenuti dalla realizzazione del progetto e a garantire al progetto stesso importanti effetti moltiplicatori.

Attività

Per diffondere i risultati e per facilitare il trasferimento e la diffusione delle buone pratiche scaturite dal progetto, saranno realizzate in particolare le seguenti attività:

1) attività di follow up

Le attività di follow up in azienda (previste al termine del percorso formativo) coinvolgeranno, tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNet:

- circa 500 imprese, già individuate in fase di progettazione dalle associazioni datoriali tra aziende che, anche in passato, hanno dimostrato la propria sensibilità alle tematiche affrontate e il proprio interesse allo svolgimento di attività di formazione/informazione e che hanno manifestato l'esigenza di un supporto ai propri processi di consolidamento;
- tutti i soggetti che possano essere interessati alle tematiche affrontate, invitati dalle strutture che sostengono il progetto: naturalmente i partner, le Camere di Commercio di Perugia e di Terni, la Regione Umbria, la Provincia di Terni, la Consigliera Regionale di Parità, il Comitato Regionale per l'Imprenditorialità Femminile, il Comitato Provinciale di Perugia per l'Imprenditorialità Femminile, le associazioni sindacali.

In questo modo sarà possibile trasferire conoscenze e competenze oggetto del percorso formativo proposto ad un numero ben più elevato delle 25 destinatarie dirette dell'intervento, contribuendo alla crescita e allo sviluppo del tessuto socio-economico regionale.

2) realizzazione di un evento conclusivo di disseminazione dei risultati

Al termine delle attività progettuali, sarà organizzato un Convegno Nazionale conclusivo per il report finale dei risultati del progetto. Tale evento sarà promosso sia in Umbria sia in altre regioni italiane, affinché la diffusione di informazioni e il trasferimento di buone prassi possa essere quanto più ampio ed efficace possibile. All'organizzazione e alla promozione dell'evento parteciperanno tutti i soggetti partner e tutte le strutture aderenti al progetto.

3) implementazione di una rete di imprese femminili

Le diverse azioni progettuali intendono favorire lo sviluppo di una rete di imprese femminili attive per sperimentare il benchmarking, finalizzato allo scambio di buone prassi, per promuovere, in primis, la cultura del confronto e dello scambio di opinioni con aziende dello stesso settore e/o della stessa dimensione e per favorire il miglioramento di processi e lo sviluppo di conoscenze e competenze personali professionali e d'azienda.

4) sviluppo di una rete regionale di soggetti per il consolidamento delle imprese femminili

Il partenariato intende proseguire la propria attività anche al termine del presente progetto, implementando una rete di soggetti operanti a livello regionale, finalizzata a sostenere il consolidamento e la crescita delle imprese femminili in Umbria, attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- a. organizzazione di incontri periodici dei partner della rete;
- b. collegamento di tali incontri con iniziative organizzate a livello regionale inerenti alla promozione dell'imprenditorialità e del lavoro delle donne (si pensa, in particolare, ad eventi come *Univercity* – realizzato annualmente dall'Università degli Studi di Perugia – e la Fiera del Lavoro della Provincia di Terni), affinché le tematiche sviluppate all'interno della rete possano essere condivise con l'intera collettività;
- c. scambio di metodologie, prodotti e servizi tra i partner della rete

Tali attività permetteranno un fruttuoso confronto tra le esperienze delle diverse realtà partecipanti, e, nel lungo periodo, una crescita e un rafforzamento dell'economia umbra, con particolare riguardo alle imprese femminili, tramite un efficace trasferimento di buone pratiche nell'intero territorio regionale.

5) attivazione delle reti dei soggetti partner

Ciascuno dei soggetti partner si occuperà di attivare le proprie reti di contatti (istituzionali e non), ognuno in relazione alla propria specificità (enti pubblici, agenzie di sviluppo, associazioni di categoria, agenzie formative, ecc.), di livello locale, nazionale ed internazionale, affinché l'esperienza e le buone pratiche scaturite dal progetto possano essere efficacemente trasferite in altri contesti.

6) creazione di una banca dati delle metodologie e dei prodotti didattici sviluppati

Le metodologie, i prodotti e i materiali didattici sviluppati nell'ambito del presente progetto saranno raccolti in una banca dati comune, aggiornata periodicamente da tutti i partner e di tutti a disposizione per l'eventuale utilizzo in altri interventi formativi.

A tale banca dati potranno accedere anche le aziende interessate, dopo aver redatto una breve scheda anagrafica ed aver acquisito user ID e password personali.

Ognuna delle aziende che accederà ai servizi offerti dalla banca dati potrà, infine, manifestare il proprio gradimento o meno, tramite la compilazione di un semplice questionario.

La fase di diffusione e trasferimento dei risultati, con specifico riferimento alle attività sviluppate dal ricchissimo partenariato del presente progetto, intende rispondere alla finalità indicata al punto 5 del Programma-obiettivo 2005, promuovendo, tramite il coinvolgimento di attori diversi, ognuno secondo le proprie specificità, le pari opportunità tra uomini e donne e contribuendo concretamente all'implementazione dell'ottica di genere in tutte le politiche e in tutti i livelli della società.

Durata

3 mesi.

Cronogramma delle attività

[illegible]

Descrivere per ogni fase la metodologia utilizzata

Fase 1. Management del progetto

1.1. Coordinamento e management delle attività

La realizzazione delle attività di coordinamento e management consisterà nello sviluppo di attività mirate alla corretta gestione organizzativa, amministrativa e finanziaria del progetto in termini di efficienza e di efficacia, a garanzia che i finanziamenti ottenuti non vengano dispersi, ma amministrati e gestiti regolarmente e con proprietà.

Tali attività si concretizzeranno in particolare in:

- Incontri periodici del Tavolo di Pilotaggio del progetto;
- Redazione di note spese;
- Report sull'andamento economico e finanziario del progetto;
- Report sugli aspetti organizzativi;
- Relazioni periodiche sull'andamento delle diverse attività progettuali (check up, consulenza, formazione).

1.2. Sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale

Le attività di promozione previste saranno finalizzate a pubblicizzare le diverse attività progettuali al maggior numero possibile di persone, aziende, enti territoriali, ecc., affinché obiettivi e finalità del progetto possano essere condivisi e diffusi. Tali attività contribuiranno inoltre alla promozione della cultura delle pari opportunità di genere, come elemento caratterizzante l'intero progetto.

Le attività di promozione dell'intervento saranno realizzate tramite l'utilizzo di mezzi tradizionali (stampa, radio, televisioni locali, organizzazione di eventi di presentazione, ecc.), ma anche tramite l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche.

Un ruolo importante nelle attività di promozione del progetto avranno le Associazioni e gli enti partner e/o aderenti:

- Provincia di Perugia,
- Sviluppo Umbria,
- ConfCommercio Perugia,
- Confapi Perugia e Confapi Terni,
- Confartigianato Umbria- Cnipa
- CIA Umbria (Confederazione Italiana Agricoltori) - Donne in Campo,
- Centro di Formazione Imprenditoriale,
- AIDDA – Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda,
- FIDAPA, Federazione Italiana Donne Arti Professioni Affari,
- Camere di Commercio di Perugia e di Terni,
- Regione Umbria,
- Provincia di Terni,
- Consiglieria Regionale di Parità,
- Comitato Regionale per l'Imprenditorialità Femminile,
- Comitato Provinciale di Perugia per l'Imprenditorialità Femminile.

Tali soggetti attiveranno le proprie reti di contatti per una promozione capillare dell'intervento proposto.

In particolare le Associazioni di categoria partner si occuperanno di promuovere le finalità e gli interventi proposti presso le proprie imprese associate.

Sarà organizzata una conferenza stampa pubblica di presentazione del progetto.

In tutte le attività di promozione sviluppate sarà citato il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale quale ente finanziatore del progetto.

1.3. Monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati del progetto

La fase di monitoraggio delle attività e valutazione dei risultati utilizzerà le metodologie e gli strumenti elencati:

- Incontri periodici del Tavolo di monitoraggio e valutazione;
- Meeting periodici tra tutte le professionalità coinvolte nello sviluppo, nella gestione e nel coordinamento del progetto;
- Verifiche in itinere e verifica di fine modulo delle conoscenze e delle competenze acquisite dalle partecipanti al percorso formativo tramite colloqui individuali e/o di gruppo e somministrazione di test appositamente predisposti dai docenti del corso in collaborazione con il tutor;
- Monitoraggio del gradimento delle imprenditrici partecipanti tramite la somministrazione di questionari di qualità percepita;
- Screening e monitoraggio dell'andamento del percorso formativo e delle attività di consulenza;
- Monitoraggio sulla corretta gestione degli aspetti amministrativi e finanziari;
- Analisi ed elaborazione dei dati raccolti nella fase di monitoraggio delle attività;
- Analisi degli scostamenti dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi fissati e valutazione di massima sull'andamento del progetto;
- Verifica finale delle conoscenze e delle competenze acquisite dalle partecipanti al percorso;
- Certificazione delle competenze in uscita;
- Assegnazione di un certificato di frequenza alle corsiste che abbiano svolto l'attività formativa con successo.

Fase 2. Attività di consolidamento delle imprese femminili coinvolte

2.1. Check-up delle aziende coinvolte nel progetto

La fase di check-up è finalizzata a realizzare un'accurata analisi delle aziende coinvolte nel progetto, identificandone con precisione i punti di forza e i punti di debolezza in relazione al mercato locale, nazionale e internazionale e in rapporto allo specifico settore di riferimento e alle tendenze in atto all'interno dello stesso.

Le attività previste in questa fase comporteranno anche all'individuazione e all'analisi dei fabbisogni formativi delle imprenditrici.

Saranno condotte attività di indagine della realtà delle aziende femminili umbre e della struttura e dell'organizzazione aziendale delle imprese coinvolte nel progetto; saranno inoltre portate avanti attività di analisi e definizione degli effettivi fabbisogni formativi e professionali delle aziende stesse.

Per l'individuazione dei fabbisogni saranno svolti colloqui e somministrati questionari semi-strutturati alle imprenditrici partecipanti. Tali strumenti (rappresentati da griglie di lavoro condivise e precedentemente elaborate dai soggetti partner) consentiranno di individuare con precisione punti di forza e punti

di debolezza delle imprese femminili coinvolte nel progetto, in relazione alle opportunità e alle minacce presenti sul mercato di riferimento.

Per l'analisi dei dati raccolti sarà utilizzato il metodo della SWOT analysis.

Tale metodo si basa su una matrice divisa in quattro campi, dedicati rispettivamente ai punti di forza (Strengths) e di debolezza (Weaknesses) e alle opportunità (Opportunities) e alle minacce (Threats).

Sono classificati come punti di forza i fattori endogeni "positivi" e come punti di debolezza i fattori endogeni "negativi"; lo stesso vale per opportunità e minacce, classificati come fattori esogeni rispettivamente "positivi" e "negativi".

Tra i primi si considerano tutte quelle variabili che fanno parte integrante dell'organizzazione: su queste è possibile intervenire in modo concreto per perseguire obiettivi prefissati.

Sui secondi, invece, non è possibile intervenire direttamente, ma si possono predisporre strumenti di controllo che ne analizzino l'evoluzione al fine di prevenire gli eventi negativi e di sfruttare quelli positivi.

L'analisi dei fabbisogni formativi delle imprenditrici coinvolte consisterà invece nell'individuazione della distanza esistente tra le competenze professionali già possedute e le competenze professionali necessarie alle partecipanti per un efficace svolgimento della propria funzione in azienda. Tale analisi permetterà di stabilire una scala di priorità dei fabbisogni delle partecipanti e di verificare se tali fabbisogni sono adeguati rispetto ai cambiamenti organizzativi o tecnologici previsti o in atto.

Le partecipanti saranno inoltre coinvolte in attività di bilancio delle proprie competenze.

Attraverso un percorso determinato saranno definite le abilità e le possibilità di crescita professionale delle imprenditrici partecipanti al progetto. Il bilancio delle competenze seguirà un procedimento che si articolerà in tre fasi, con l'assistenza di un tutor:

- fase preliminare: sarà definito il profilo di ogni partecipante, attraverso le proprie aspirazioni e necessità;
 - fase investigativa: consisterà in un'analisi approfondita delle motivazioni, delle competenze, delle attitudini professionali e personali, nonché delle possibilità di crescita in ambito lavorativo;
 - fase conclusiva: consisterà in una sorta di riepilogo, che permetterà, fra l'altro, di individuare gli ostacoli che impediscono la realizzazione di un progetto professionale e di organizzare un piano d'azione che ne favorisca l'attuazione.
- Gli strumenti utilizzati saranno schede di auto-valutazione, colloqui individuali, esercitazioni e lavori di gruppo.

2.2. Supporto consulenziale e mentoring

Le consulenze apportate alle imprenditrici coinvolte saranno personalizzate e si fonderanno sulle effettive necessità espresse dalle partecipanti, in relazione ai mutamenti e alle richieste del mercato di riferimento. I consulenti saranno scelti tra esperti professionisti delle aree di interesse (sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi; apertura a nuovi mercati; internazionalizzazione; marketing; finanza; ecc.), con i quali le imprenditrici potranno incontrarsi e/o rapportarsi tramite telefono o e-mail, garantendo un rapporto costante per tutta la durata del progetto.

Gli incontri consulenziali porteranno alla elaborazione e alla redazione di studi di fattibilità e piani di intervento operativi, che le imprenditrici coinvolte potranno scegliere di attuare nel medio-lungo periodo.

Le attività di mentoring previste dal presente progetto si incentreranno sul rapporto personale tra donne professionalmente "sperimentate" (mentor), che desiderino

trasmettere il proprio know-how, e persone professionalmente "più giovani" (mentee), che desiderino aumentare il proprio potenziale.

Le mentor saranno selezionate tra imprenditrici, donne che occupano una posizione dirigenziale e dispongono di una lunga esperienza, di influenza e di molteplici contatti. Ogni mentor seguirà 4/5 imprenditrici partecipanti al progetto. Mentor e gruppi di mentee si incontreranno regolarmente; la forma di tali incontri dipenderà poi dai gruppi e dalle circostanze concrete. Parallelamente a questi incontri personali, saranno realizzati scambi telefonici o via e-mail.

Alle attività di supporto consulenziale parteciperanno attivamente esperti di ConfCommercio, Confartigianato, Confapi, CIA, Gepafin spa.

Le attività di mentoring saranno gestite da consulenti scelte da AIDDA – Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda e FIDAPA – Federazione Italiana Donne Arti Professioni Affari.

Le partecipanti al percorso saranno costantemente affiancate da un tutor, che darà loro il supporto necessario nello svolgimento delle attività consulenziali, affinché possano essere affrontati e superati eventuali problemi o difficoltà e possa essere garantito il corretto svolgimento delle attività, a vantaggio di tutte le parti coinvolte (imprenditrici, coordinamento del progetto, consulenti e mentor, ecc.).

2.3. Formazione

L'attività formativa si articolerà in una parte teorica (rappresentata dalle lezioni in aula) e da una parte più pratica e orientata all'acquisizione concreta di skills professionali. Il corso avrà dunque un indirizzo eminentemente pratico: non solo teoria ma anche e soprattutto attività pratica e continuo riferimento all'esperienza di operatori estremamente qualificati. Ciò consentirà di fornire alle partecipanti competenze effettivamente utili ed immediatamente spendibili nello svolgimento della propria funzione e dei propri compiti in azienda, offrendo una formazione fondata su contenuti fortemente connessi alle esigenze e ai progressivi fabbisogni delle partecipanti stesse.

La prima parte del percorso formativo (40 ore) si svilupperà in aula, con lo svolgimento di lezioni frontali. L'attività didattica sarà articolata in modo da favorire la partecipazione delle imprenditrici al percorso, consentendo loro di frequentare le lezioni e di continuare ad occuparsi dei propri impegni professionali e degli impegni familiari e del lavoro di cura, tradizionalmente riservati proprio alle donne.

La seconda parte del percorso, invece, si svolgerà in FAD (Formazione Assistita a Distanza).

Questa attività progettuale mira a trasferire alle imprenditrici partecipanti al percorso conoscenze, competenze e abilità specialistiche relative alle tematiche di maggiore interesse in rapporto allo specifico settore di riferimento.

I moduli prescelti potranno essere fruiti dalle imprenditrici in FAD, tramite la rete internet, direttamente a casa o sul luogo di lavoro: attraverso l'accesso ad una apposita piattaforma, le partecipanti potranno scaricare materiali didattici, interagire con docenti, tutor, corsiste, consultare testi e vedere filmati.

Ognuna delle partecipanti al corso potrà scegliere, in relazione ai propri particolari fabbisogni formativi, tre moduli specialistici, ognuno della durata di 16 ore, per un totale di 48 ore.

L'ultima parte dell'attività formativa sarà rappresentata da azioni di follow up, che consisteranno nella presentazione di casi aziendali in videoconferenza.

Tali attività interesseranno, oltre alle 25 imprenditrici coinvolte quali target diretto, un numero molto più ampio di destinatari: si auspica infatti di raggiungere circa 500 imprenditrici interessate alle tematiche affrontate, tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria e con la rete ComNet Umbria.

I telecentri rappresentano una rete capillare (già attiva nella Regione) di punti di informazione e di servizi rivolti ai cittadini e alle imprese che, attraverso l'accesso agevolato ad internet e alle nuove tecnologie, mette a disposizione della comunità le opportunità offerte dalla moderna società dell'informazione. Attraverso queste nuove strutture, che sono il frutto della collaborazione e della cooperazione tra diversi livelli istituzionali, i cittadini e le aziende possono utilizzare le opportunità offerte dalla formazione a distanza ed avere importanti occasioni di scambio e di confronto. Ogni telecentro offre servizi di internet point, videoconferenza, consultazione di banche dati, formazione a distanza, ecc. Le strutture dei telecentri sono ospitate in edifici di proprietà degli enti locali (Comuni, Comunità Montane, Province) o in istituti scolastici primari e secondari. Ognuna è dotata di attrezzature informatiche, personal computer e relative periferiche, videoproiettore e videoconferenza.

ComNet è una rete territoriale finalizzata a permettere l'interconnessione tra le amministrazioni e lo scambio di informazioni, allo scopo di realizzare e/o potenziare servizi di trasporto, sicurezza, interoperabilità e multimediali. Tale infrastruttura è in grado di interagire con tutti i soggetti della realtà regionale ed è finalizzata a rendere disponibile agli enti pubblici, ai cittadini, agli operatori economici, alle associazioni un insieme di servizi a valore aggiunto basati su tecnologie infotelematiche.

L'attività di follow up sarà articolata in una serie di 6 incontri di 2 ore ciascuno, per un totale di 12 ore.

L'attività di formazione prevede, in ogni sua fase, un approccio individualizzato, attraverso il quale sarà possibile venire incontro alle specifiche esigenze e richieste di ognuna delle partecipanti al corso.

In particolare, nella seconda parte del percorso formativo (quella in FAD), le partecipanti potranno scegliere i 3 moduli didattici specialistici che più le interessano, riuscendo in questo modo a rispondere in modo puntuale ai propri specifici fabbisogni formativi.

Le partecipanti al percorso saranno costantemente affiancate da un tutor, che darà loro il supporto necessario nello svolgimento delle attività didattiche, affinché possano essere affrontati e superati eventuali problemi o difficoltà delle corsiste e possa essere garantito il corretto svolgimento delle attività, a vantaggio di tutte le parti coinvolte (corsiste, coordinamento del percorso, ecc.).

Fase 3. Diffusione e trasferimento dei risultati del progetto

Per garantire un'ampia diffusione dei risultati del progetto, sarà organizzato un convegno conclusivo di presentazione degli stessi. Tale evento sarà pubblicizzato sia in Umbria sia in altre regioni italiane, affinché la diffusione di informazioni e delle buone prassi possa essere quanto più estesa ed efficace possibile. All'organizzazione e alla promozione dell'evento parteciperanno tutti i partner aderenti al progetto, i quali attiveranno i propri contatti ed i propri canali istituzionali per la promozione dell'evento al maggior numero possibile di imprese e imprenditrici.

Altre importanti attività di disseminazione e di trasferimento dei risultati raggiunti saranno le seguenti:

- il coinvolgimento di circa 500 imprese nelle attività di follow up in azienda (previste al termine del percorso formativo), tramite il collegamento con i telecentri presenti negli 82 Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNet; le 500 imprese non sono ipotetiche, ma già effettivamente individuate dalle associazioni partner in fase di progettazione tra aziende che, già in passato, hanno dimostrato la propria sensibilità alle tematiche affrontate e il proprio interesse allo svolgimento di attività di formazione/informazione e che hanno manifestato l'esigenza di un supporto ai propri processi di consolidamento.
- il coinvolgimento nelle attività di follow up di tutti i soggetti operanti a livello regionale a vario titolo interessati alle tematiche relative alle pari opportunità di genere e all'imprenditoria femminile; tali soggetti saranno coinvolti nelle attività di follow up grazie all'attivazione delle reti di contatti dei partner.
- la costituzione di una rete regionale di imprese femminili attive per la sperimentazione e l'attivazione di attività di benchmarking finalizzate allo scambio di buone prassi di gestione aziendale, per promuovere lo sviluppo e la cultura del confronto con aziende dello stesso settore e/o della stessa dimensione;
- l'implementazione della rete dei partner, la quale intende proseguire la propria attività anche al termine del progetto, sviluppando una rete di soggetti operanti a livello regionale, finalizzata a sostenere il consolidamento e la crescita delle imprese femminili in Umbria. La sostenibilità della rete sarà garantita dalla realizzazione delle seguenti attività:
 - incontri periodici dei partner della rete;
 - collegamento di tali incontri con iniziative organizzate a livello regionale inerenti alla promozione dell'imprenditorialità e del lavoro delle donne;
 - scambio di metodologie, prodotti e servizi tra i partner.
- l'attivazione delle reti dei soggetti partner: ciascuno dei soggetti partner si occuperà di attivare le proprie reti di contatti (istituzionali e non), ognuno in relazione alla propria specificità, a livello locale, nazionale ed internazionale.
- la creazione di una banca dati delle metodologie e dei prodotti didattici sviluppati, alla quale potranno accedere i partner della rete e tutte le aziende interessate (previa richiesta di user ID e password)

Modalità e procedure di coinvolgimento dei diversi soggetti/attori

(indicare i diversi attori coinvolti, es. lavoratori, lavoratrici, responsabili aziendali ai diversi livelli, istituzioni a livello locale, parti sociali; come e in che misura il coinvolgimento di questi attori assicuri efficacia all'intervento)

Soggetto proponente del presente intervento è la Provincia di Perugia, la quale svilupperà il progetto in partenariato con diversi soggetti, ognuno dei quali rappresentante di particolari istanze economiche e/o sociali presenti a livello territoriale.

Le modalità organizzative adottate dai soggetti partner per la realizzazione del progetto prevedono la costituzione di un **Tavolo di Pilotaggio**, che garantisca il corretto svolgimento delle attività di gestione del progetto stesso.

Il Tavolo assumerà le decisioni inerenti allo sviluppo delle fasi di realizzazione dell'intervento.

I membri del partenariato svolgeranno rispettivamente i seguenti ruoli ed attività:

Provincia di Perugia

Soggetto capofila

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- coordinamento delle attività;
- promozione e sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale;
- gestione amministrativa e finanziaria del progetto;
- partecipazione alla fase di diffusione e trasferimento dei risultati;
- rendicontazione.

Sviluppumbria spa

Partner

Sviluppumbria spa - Società regionale per la promozione dello sviluppo economico dell'Umbria è l'agenzia di progettazione sulla programmazione regionale. Concorre allo sviluppo di un'economia regionale attenta alla qualità complessiva del contesto sociale, culturale e ambientale; agisce come canale efficace nell'applicare gli indirizzi di programmazione regionale in modo sinergico con le società controllate, attivando collaborazioni a livello interregionale, nazionale ed internazionale. Fornisce servizi efficienti per la creazione di nuove iniziative imprenditoriali e a sostegno delle imprese esistenti e di combinazioni di imprese, per l'attrazione di investimenti, attività economiche o partnership. Promuove l'imprenditoria femminile tramite il proprio strumento Incubatore ImpresaDonna. Propone, progetta e sperimenta modalità e soluzioni innovative per l'economia del territorio in una logica di sistema integrato.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- coordinamento e management delle attività: organizza e pianifica le attività, vigila il corretto perseguimento e raggiungimento degli obiettivi definiti, la corretta applicazione delle metodologie e la realizzazione delle azioni, accompagna e supporta i Tavoli di Pilotaggio e di Monitoraggio;
- promozione e sensibilizzazione del tessuto socio-economico locale;
- supporto consulenziale specialistico;
- partecipazione alle fasi di valutazione e monitoraggio;
- partecipazione alla fase di diffusione e trasferimento dei risultati.

Confcommercio Perugia

Partner

E' l'organizzazione più rappresentativa delle imprese del Commercio, del Turismo e dei Servizi. Promuove e tutela gli interessi morali, sociali ed economici degli associati; dà identità e voce ai settori rappresentati; afferma il loro ruolo sociale; promuove la formazione professionale, tecnica e sindacale degli imprenditori e degli

aspiranti imprenditori, nonché delle imprenditrici attraverso l'Associazione "Terziario Donna", che rappresenta le esigenze e le problematiche specifiche delle donne imprenditrici.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione delle attività di check-up aziendale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- realizzazione delle attività di supporto consulenziale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- messa a disposizione di docenti per l'erogazione dei moduli specialistici previsti dal percorso formativo proposto, in relazione allo specifico settore di afferenza dell'Associazione;
- coinvolgimento di ulteriori imprese interessate alla partecipazione alle attività di follow up previste al termine del percorso formativo;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

Confartigianato - CNIPA

Partner

E' l'organizzazione che rappresenta e tutela l'imprenditoria artigiana; fornisce servizi di informazione e assicura gli interessi del lavoro autonomo. Promuove e tutela gli interessi morali, sociali ed economici degli associati e dà identità e voce ai settori rappresentati.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione delle attività di check-up aziendale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- realizzazione delle attività di supporto consulenziale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- messa a disposizione di docenti per l'erogazione dei moduli specialistici previsti dal percorso formativo proposto, in relazione allo specifico settore di afferenza dell'Associazione;
- coinvolgimento di ulteriori imprese interessate alla partecipazione alle attività di follow up previste al termine del percorso formativo;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

Confapi Perugia e Confapi Terni

Partner

Confapi è l'Associazione delle piccole e medie imprese della Provincia di Perugia e della Provincia di Terni. Si prefigge la tutela, lo sviluppo, la promozione e la rappresentanza degli interessi morali, sindacali, economici e di quelli che scaturiscono dall'esercizio delle attività d'impresa delle aziende o categorie rappresentate; promuove e diffonde la cultura imprenditoriale ed il progresso industriale; tutela le attività e gli interessi degli imprenditori tramite la produzione e il sostegno a politiche economiche, fiscali, industriali, ambientali, del lavoro utili a garantire un equilibrato contesto competitivo nazionale, comunitario ed internazionale alla piccola e media industria.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;

- realizzazione delle attività di check-up aziendale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- realizzazione delle attività di supporto consulenziale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- messa a disposizione di docenti per l'erogazione dei moduli specialistici previsti dal percorso formativo proposto, in relazione allo specifico settore di afferenza dell'Associazione;
- coinvolgimento di ulteriori imprese interessate alla partecipazione alle attività di follow up previste al termine del percorso formativo;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

CIA Umbria – Donne in Campo

Partner

La Confederazione Italiana Agricoltori svolge, oltre ai compiti di organizzazione, tutti i servizi principali alle aziende del settore agricolo, dall'assistenza tecnica all'istruzione delle pratiche di finanziamento PAC, Formazione della proprietà coltivatrice e Sviluppo Rurale alla contabilità aziendale, oltre ad un forte impegno nel campo della formazione professionale. Nel settore specifico dell'imprenditoria femminile, è attiva l'Associazione Donne in Campo, finalizzata alla promozione dell'imprenditoria femminile e volta a favorire la cultura d'impresa per le donne che vogliano operare in questo settore.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione delle attività di check-up aziendale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- realizzazione delle attività di supporto consulenziale relative alle imprese femminili afferenti all'Associazione;
- messa a disposizione di docenti per l'erogazione dei moduli specialistici previsti dal percorso formativo proposto, in relazione allo specifico settore di afferenza dell'Associazione;
- coinvolgimento di ulteriori imprese interessate alla partecipazione alle attività di follow up previste al termine del percorso formativo;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

Gepafin spa

Partner

Gepafin spa è la società finanziaria per le piccole e medie imprese, creata dalla Regione dell'Umbria unitamente alla Commissione dell'Unione Europea, con il concorso di 10 Istituti di Credito di rilevanza nazionale e regionale. Gepafin è uno strumento finanziario specializzato a disposizione delle PMI umbre per supportarle nel reperimento di risorse finanziarie, sia sotto forma di capitale di debito, tramite prestiti bancari a medio-lungo termine, sia sotto forma di mezzi propri tramite capitale di rischio. Gepafin SpA fornisce alle piccole e medie imprese una via innovativa ed integrata per l'accesso al mercato finanziario, attuando una concreta linea di sostegno regionale per lo sviluppo delle PMI, coerente con le esperienze europee e nazionali più avanzate.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- collaborazione nella realizzazione delle attività di check-up aziendale;

- realizzazione delle attività di supporto consulenziale;
- messa a disposizione di docenti per l'erogazione dei moduli specialistici previsti dal percorso formativo proposto;
- coinvolgimento di ulteriori imprese interessate alla partecipazione alle attività di follow up previste al termine del percorso formativo;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

Centro di Formazione Imprenditoriale

Partner

E' l'associazione tra Camera di Commercio di Perugia e di Terni, Università degli Studi di Perugia, Regione dell'Umbria, Provincia di Perugia e tutte le associazioni imprenditoriali regionali. Diffonde la cultura della formazione e la cultura d'impresa e dell'autoimprenditorialità. Sviluppa una solida cultura manageriale adeguata al carattere e alla struttura organizzativa delle piccole e medie imprese.

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione e coordinamento delle attività di formazione;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

AIDDA – Associazione Italiana Donne Dirigenti d'Azienda

Partner

Attiva su tutto il territorio nazionale, attraverso 18 delegazioni regionali, AIDDA rappresenta il punto di riferimento per tutte le donne che rivestono ruoli di responsabilità nelle imprese italiane. Promuove la cultura d'impresa al femminile e gestisce progetti innovativi in settori chiave come formazione, ricerca e sviluppo, orientamento, mentoring e tutoring. Ha promosso e sviluppato, insieme al CENSIS, il primo Rapporto nazionale sul tema "Donna, impresa e nuove tecnologie".

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione delle attività di mentoring;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;
- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

FIDAPA - Federazione Italiana Donne Arti Professioni Affari

E' un ente morale con Decreto del Presidente della Repubblica e con il Patrocinio del Ministero del Lavoro. E' nata per realizzare e promuovere la formazione, la specializzazione e l'aggiornamento continuo delle donne, in modo che esse possano realmente accedere alle pari opportunità nella vita economica, sociale, professionale e politica.

Partner

Nell'ambito del progetto svolgerà le seguenti attività:

- collaborazione nelle attività di promozione del progetto e di sensibilizzazione del tessuto produttivo locale;
- realizzazione delle attività di mentoring;
- collaborazione nelle attività di diffusione dei risultati del progetto;

- attivazione delle proprie reti (a livello locale, nazionale ed internazionale) per contribuire all'effetto moltiplicatore del progetto e per trasferire le buone prassi da esso sviluppate.

Aderiscono e danno il loro appoggio al progetto:

- Regione dell'Umbria
- Provincia di Terni
- Camera di Commercio di Perugia
- Camera di Commercio di Terni
- Consigliera Regionale di Parità
- Comitato Regionale per l'Imprenditorialità Femminile
- Comitato Provinciale di Perugia per l'Imprenditorialità Femminile
- CGIL, CISL e UIL Umbria.

Anche le **imprenditrici** coinvolte nel progetto avranno un ruolo attivo in ogni fase di realizzazione dello stesso: esse non saranno soggetti passivi delle diverse azioni progettuali, ma avranno la possibilità di viverle concretamente, di dire la loro e di indirizzare contenuti, modalità di esecuzione, metodologie, organizzazione in relazione alle proprie esigenze e ai propri fabbisogni.

A seguito della rilevazione delle problematiche e dei bisogni, si costituirà nell'immediato la rete di "imprese femminili attive" per la realizzazione di attività di benchmarking.

Le imprese eleggeranno un Comitato di rappresentanza, il quale, invitato al Tavolo di Pilotaggio, potrà, in ogni riunione/incontro, offrire spunti ed opportunità finalizzati alla riprogettazione e/o al ridimensionamento di attività e/o azioni previste dal progetto.

Affidamento all'esterno

Nel caso di affidamento all'esterno di parte del progetto, precisare quale parte del progetto e a chi (consulente, altro ente ecc.)

Non previsto.

3.4. Risultati attesi

Descrivere sinteticamente i risultati previsti

Dalla realizzazione delle attività sopra descritte, ci si attende il raggiungimento dei seguenti risultati:

- ✓ sviluppo di attività di assistenza e affiancamento consulenziale finalizzate a fornire alle 25 imprenditrici partecipanti competenze, metodologie, strumenti e supporto operativo per **favorire lo sviluppo e il consolidamento** delle proprie imprese in relazione al marketing d'impresa, all'organizzazione aziendale, al valore delle competenze delle risorse umane in azienda, alla cultura del business plan quale strumento di programmazione, di progettazione e di attuazione delle linee strategiche imprenditoriali;
- ✓ trasferimento alle imprenditrici umbre di conoscenze, competenze e stili comportamentali che possano supportarle nello svolgimento della propria **funzione manageriale in azienda**;
- ✓ attivazione di metodologie integrate attraverso la partecipazione attiva dei diversi partner, ciascuno in relazione alle proprie specificità (ente pubblico, agenzia regionale di sviluppo, finanziaria regionale, associazioni datoriali, organizzazioni sindacali, agenzie formative, associazioni di genere);
- ✓ sperimentazione di una **rete di imprese femminili** attive in Umbria per lo sviluppo di attività di benchmarking per settore e per dimensione;
- ✓ **diffusione delle informazioni e delle buone pratiche** scaturite dalla realizzazione delle attività progettuali al maggior numero possibile di imprenditrici operanti sia nella Regione Umbria sia in altre Regioni italiane, affinché sia possibile garantire effetti moltiplicatori;
- ✓ implementazione del partenariato, il quale intende proseguire la propria attività anche al termine del progetto, sviluppando una **rete** di soggetti operanti a livello regionale, finalizzata a sostenere il consolidamento e la crescita delle imprese femminili in Umbria. La sostenibilità della rete sarà garantita dalla realizzazione delle seguenti attività:
 - incontri periodici dei partner della rete;
 - collegamento di tali incontri con iniziative organizzate a livello regionale inerenti alla promozione dell'imprenditorialità e del lavoro delle donne;
 - scambio di metodologie, prodotti e servizi tra i partner.
- ✓ creazione di una **banca dati** in cui saranno raccolte le metodologie, i prodotti e i materiali didattici sviluppati nell'ambito del presente progetto, aggiornata periodicamente da tutti i partner e a disposizione di tutti per l'eventuale utilizzo in altri interventi formativi; a tale banca dati potranno accedere anche le aziende interessate, dopo aver redatto una breve scheda anagrafica ed aver acquisito user ID e password personali.
- ✓ attivazione di **metodologie integrate volte al cambiamento culturale** e al valore sociale dell'impresa donna, anche attraverso la ricca composizione del partenariato (enti pubblici, agenzia regionale di sviluppo, finanziaria regionale, associazioni imprenditoriali, agenzie formative, associazioni di genere).

3.5. Effetti moltiplicatori del progetto

Descrivere come verranno utilizzati i risultati dell'intervento e indicare se esiste una strategia per moltiplicare gli effetti del progetto (ad es. ad altri soggetti nelle stesse condizioni dei destinatari, ad altre aree aziendali)

Gli effetti moltiplicatori del progetto L.IN.F.A. risultano evidenti se si considera che un'intera fase dello stesso è dedicata alla trasferibilità e alla diffusione dei risultati, delle informazioni e delle buone pratiche scaturite dall'intervento proposto al maggior numero possibile di imprenditrici operanti sia nella Regione Umbria sia in altre Regioni italiane.

Tale obiettivo sarà raggiunto in particolare attraverso:

- le attività di follow up previste al termine del percorso formativo, tramite il collegamento con i telecentri presenti in tutti i Comuni della Regione Umbria costituenti la rete ComNe, che permetteranno di trasferire le conoscenze e le competenze oggetto del percorso formativo proposto ad un numero ben più elevato delle 25 destinatarie dirette dell'intervento, contribuendo alla crescita e allo sviluppo del tessuto socio-economico regionale. Le associazioni di categoria partner del progetto coinvolgeranno un totale di circa 500 imprese, già individuate in fase di progettazione tra aziende che, anche in passato, hanno dimostrato la propria sensibilità alle tematiche affrontate e il proprio interesse allo svolgimento di attività di formazione/informazione e che hanno manifestato l'esigenza di un supporto ai propri processi di consolidamento. Nelle attività in videoconferenza saranno inoltre coinvolti tutti i soggetti che possano essere interessati alle tematiche affrontate; essi saranno invitati da tutti coloro che sostengono il progetto: naturalmente i partner, le Camere di Commercio di Perugia e di Terni, la Regione Umbria, la Consigliera Regionale di Parità, il Comitato Regionale per l'Imprenditorialità Femminile, il Comitato Provinciale di Perugia per l'Imprenditorialità Femminile, le associazioni sindacali.
- l'implementazione di una rete di imprese femminili, che sviluppino attività di benchmarking finalizzate allo scambio di buone prassi, per promuovere una cultura del confronto e dello scambio di opinioni con aziende dello stesso settore e/o della stessa dimensione e per favorire il miglioramento di processi e lo sviluppo di conoscenze e competenze personali professionali e d'azienda.
- lo sviluppo di una rete regionale di soggetti per il consolidamento delle imprese femminili, che sappia continuare l'attività svolta dal partenariato del presente progetto e permetta un fruttuoso confronto tra le esperienze delle diverse realtà partecipanti, e, nel lungo periodo, una crescita e un rafforzamento dell'economia umbra, con particolare riguardo alle imprese femminili, tramite un efficace trasferimento di buone pratiche nell'intero territorio regionale, attraverso la realizzazione delle seguenti azioni:
 - organizzazione di incontri periodici dei partner della rete;
 - collegamento di tali incontri con iniziative organizzate a livello regionale inerenti alla promozione dell'imprenditorialità e del lavoro delle donne (si pensa, in particolare, ad eventi come Univercity – realizzato annualmente dall'Università degli Studi di Perugia – e la Fiera del Lavoro della Provincia di Terni), affinché le tematiche sviluppate all'interno della rete possano essere condivise con l'intera collettività;
 - scambio di metodologie, prodotti e servizi tra i partner della rete.
- l'attivazione delle reti di tutti i soggetti partner, ognuno in relazione alla propria specificità (enti pubblici, agenzie di sviluppo, associazioni di categoria, agenzie formative, ecc.), a livello locale, nazionale ed internazionale, affinché

l'esperienza e le buone pratiche scaturite dal progetto possano essere efficacemente trasferite in altri contesti.

- la creazione di una banca dati che raccolga le metodologie, i prodotti e i materiali didattici sviluppati nell'ambito del presente progetto; tale banca dati sarà aggiornata periodicamente da tutti i partner e sarà a disposizione di tutti per l'eventuale utilizzo in altri interventi formativi; a tale banca dati potranno accedere anche le aziende interessate, dopo aver redatto una breve scheda anagrafica ed aver acquisito user ID e password personali.

Con specifico riferimento alle attività sviluppate dal ricchissimo partenariato, il presente progetto intende rispondere alla finalità indicata al punto 5 del Programma-obiettivo 2005, promuovendo, tramite il coinvolgimento di attori diversi, ognuno secondo le proprie specificità, le pari opportunità tra uomini e donne e contribuendo concretamente all'implementazione dell'ottica di genere in tutte le politiche e in tutti i livelli della società.

Si ritiene che il progetto elaborato possa rappresentare un "progetto pilota", facilmente esportabile (in termini di metodologie e buone pratiche sviluppate) in altri contesti geografici e socio-economici.

3.6. Monitoraggio/Valutazione

Indicare le modalità di monitoraggio e di valutazione dei risultati

Le attività di monitoraggio e valutazione dei risultati (trasversali alla realizzazione dell'intero progetto) hanno lo scopo di controllare e verificare i processi di attuazione delle azioni formative e delle azioni consulenziali, nonché di assicurare condizioni operative definite in funzione del grado di complessità e di articolazione delle attività.

La qualità dell'attività è assicurata da una seria progettazione e, in fase di realizzazione dell'intervento, da una costante attenzione rivolta a:

- metodi di lavoro;
- docenti, consulenti esperti, mentor coinvolti nelle diverse attività;
- ambienti, materiale didattico e attrezzature;
- risultati ottenuti;
- soddisfazione delle partecipanti.

Le attività di monitoraggio e valutazione saranno svolte da un Tavolo appositamente costituito, a cui siederà un rappresentante di ogni soggetto partner.

Valutazione ex ante

Per prevenire l'insorgere di non conformità e/o intervenire tempestivamente per raggiungere comunque i risultati e gli obiettivi previsti in fase di progettazione, in fase preliminare saranno svolte le seguenti attività di controllo:

- analisi degli elementi di coerenza interna del progetto integrato elaborato;
- verifica dell'idoneità delle attrezzature, dei locali e delle aule per le attività formative (capienza, disposizione, condizioni climatiche, comfort, igiene);
- verifica del grado di motivazione delle partecipanti e delle loro aspettative.

Valutazione in itinere

Durante lo svolgimento dell'intero percorso formativo, tramite determinati strumenti di analisi, come il questionario di qualità percepita o gli specifici strumenti di rilevazione *in progress* dei fabbisogni formativi, saranno svolte le seguenti attività di verifica:

- verifica in corso d'opera della corrispondenza tra i risultati ottenuti e gli obiettivi intermedi dell'azione consulenziale e formativa;
- monitoraggio del livello di attenzione, partecipazione e gradimento delle partecipanti, tramite questionari di qualità percepita;
- verifica del clima d'aula;
- verifica dei livelli di apprendimento delle partecipanti, sia sul piano del sapere (conoscenze e competenze tecniche) sia sul piano del saper essere (atteggiamenti, modalità di lavoro, capacità comunicative). Alle partecipanti saranno somministrati test di verifica dell'apprendimento per ognuno dei moduli didattici seguiti: nel caso in cui qualcuna delle partecipanti risulti non aver appreso pienamente almeno i contenuti fondamentali di un particolare modulo didattico, sono previste forme di tutoring e attività di recupero ad hoc;
- monitoraggio dell'attività dei docenti e dei consulenti, tramite i questionari di qualità percepita;
- valutazione del programma svolto in relazione agli obiettivi formativi previsti;
- valutazione dell'efficacia delle metodologie adottate;
- valutazione dell'efficienza dei servizi di supporto;
- monitoraggio in progress degli apprendimenti e rilevazione dei fabbisogni formativi emergenti nelle partecipanti nel corso dello svolgimento della propria attività pratica in azienda, tramite specifici strumenti di rilevazione (colloqui individuali e di gruppo con le imprenditrici, incontri periodici, ecc.)

Valutazione ex post

La valutazione ex post si svolgerà al termine del percorso consulenziale e formativo.

Essa avrà lo scopo di verificare se gli obiettivi formativi stabiliti in fase di progettazione siano stati effettivamente raggiunti.

In questa fase, saranno svolte le seguenti attività:

- verifica della conformità dei risultati ottenuti agli obiettivi prefissati;
- valutazione del progetto a livello operativo, tenendo in considerazione i tempi, i costi e le modalità di svolgimento rivelatisi necessari in rapporto a quelli programmati in fase di progettazione;
- valutazione del livello di qualità delle azioni consulenziali e formative erogate;
- rilevazione della *customer satisfaction*, mediante questionari di qualità percepita;
- rilevazione e valutazione del grado di apprendimento finale delle conoscenze e delle abilità operative da parte delle partecipanti, tramite prove di valutazione finali (test, colloqui, ecc.);
- certificazione delle competenze acquisite dalle partecipanti;
- rilascio di un attestato di frequenza.

Valutazione finale

Affinché possa essere fornita una valutazione finale complessiva del progetto, l'intervento sarà giudicato in relazione a tre principali criteri:

- la *customer satisfaction*;
- il grado di apprendimento finale delle partecipanti;
- l'effettiva utilità delle competenze formate.

La valutazione finale, facilitando i bilanci, permetterà di dare corso alle eventuali azioni rafforzative, preventive o correttive.

4. Preventivo delle singole spese
--

4.1 Costo complessivo

€ 281.500,00

Costi del personale	%	Costi operativi	%	Costo totale
€ 237.200,00	84,3	€ 44.300,00	15,7	€ 281.500,00

4.2. Finanziamento richiesto

€ 281.500,00

4.3 Dettaglio dei costi

Fase 1. Management del progetto

Descrizione	Numero			Costo unitario	Costo totale	%
Fase 1. Management del progetto	<i>Persone</i>	<i>Ore</i>	<i>Oggetti</i>			
A . SPESE PER LA PREPARAZIONE						
• Progettazione e programmazione						
personale interno	3	40		35,00	4.200,00	1,49
personale esterno						
• Materiali informativi e formativi						
• Altre spese						
Totale capitolo					4.200,00	1,49
B. SPESE PER LA REALIZZAZIONE						
• Direzione e coordinamento						
personale interno (Tavolo di Pilotaggio)	10	30		35,00	10.500,00	3,73
personale esterno						
• Sviluppo attività (Coordinamento delle attività)						
personale interno	3	100		35,00	10.500,00	3,73
personale esterno						
• Sviluppo attività (Sensibilizzazione del tessuto socio-economico)						
personale interno	2	50		35,00	3.500,00	1,24
personale esterno	5	50		30,00	7.500,00	2,66
• Sviluppo attività (Monitoraggio attività e valutazione risultati)						
personale interno (Tavolo di Monitoraggio)	10	40		35,00	14.000,00	4,97
personale esterno						
• Altre spese						
Totale capitolo					46.000,00	16,34
C. SPESE DI GESTIONE E FUNZIONAMENTO						
• Segreteria e amministrazione						
personale interno	2	300		20,00	12.000,00	4,26
personale esterno	3	200		30,00	18.000,00	6,39
• Affitto locali e spese generali					10.000,00	3,55
• Telefoniche e collegamenti telematici					1.000,00	0,36
• Postali e di comunicazione					500,00	0,18
• Attrezzature e materiali didattici						
• Cancelleria, stampati e materiali di consumo					5.000,00	1,78
• Viaggi , soggiorni, vitto e trasferte						
personale interno						
personale esterno						
partecipanti al progetto						
• Spese varie					1.000,00	0,36
• Altre spese						
Totale capitolo					47.500,00	16,87
D. SPESE DI PUBBLICAZIONE						
• Convegni ed iniziative pubbliche (Conferenza stampa)					1.000,00	0,36
• Prodotti cartacei e video (Materiale informativo)					500,00	0,18
• Supporti informatici (Cd, floppy disk ecc.)						

• Altre spese						
Totale capitolo					1.500,00	0,53
TOTALE FASE					99.200,00	35,24

Fase 2. Attività di consolidamento delle imprese femminili coinvolte

Descrizione	Numero			Costo unitario	Costo totale	%
Fase 2. Attività di consolidamento	<i>Persone</i>	<i>Ore</i>	<i>Oggetti</i>			
A . SPESE PER LA PREPARAZIONE						
• Progettazione e programmazione						
personale interno	2	20		35,00	1.400,00	0,50
personale esterno	4	20		35,00	2.800,00	0,99
• Materiali informativi e formativi						
• Altre spese						
Totale capitolo					4.200,00	1,49
B. SPESE PER LA REALIZZAZIONE						
• Direzione e coordinamento						
personale interno	2	20		35,00	1.400,00	0,50
personale esterno	4	20		35,00	2.800,00	0,99
• Sviluppo attività (Check-up delle aziende)						
personale interno (consulenti aziendali)	2	15		35,00	1.050,00	0,37
personale interno (consulente per la progettazione di dettaglio)	1	10		50,00	500,00	0,18
personale esterno (consulenti aziendali)	8	15		60,00	7.200,00	2,56
• Sviluppo attività (Supporto consulenziale e mentoring)						
personale interno (consulenti aziendali)	2	60		35,00	4.200,00	1,49
personale esterno (consulenti aziendali)	8	60		60,00	28.800,00	10,23
personale interno (mentor)	10	50		40,00	20.000,00	7,10
personale esterno (mentor)	5	50		30,00	7.500,00	2,66
• Sviluppo attività (Formazione)						
personale interno						
personale esterno (docenti)	10	10		80,00	8.000,00	2,84
personale esterno (tutor)	1	100		30,00	3.000,00	1,07
• Altre spese						
Totale capitolo					84.450,00	30,00
C. SPESE DI GESTIONE E FUNZIONAMENTO						
• Segreteria e amministrazione						
personale interno	6	100		30,00	18.000,00	6,39
personale esterno	6	100		30,00	18.000,00	6,39
• Affitto locali e spese generali					6.000,00	2,13
• Telefoniche e collegamenti telematici					1.200,00	0,43
• Postali e di comunicazione					600,00	0,21
• Attrezzature e materiali didattici					600,00	0,21
• Cancelleria, stampati e materiali di consumo					3.000,00	1,07
• Viaggi , soggiorni, vitto e trasferte						
personale interno						
personale esterno					2.000,00	0,71
partecipanti al progetto						

• Spese varie					600,00	0,21
• Altre spese					1.200,00	0,43
Totale capitolo					51.200,00	18,19
D. SPESE DI PUBBLICAZIONE						
• Convegni ed iniziative pubbliche (Conferenza stampa)						
• Prodotti cartacei e video (Materiale informativo)						
• Supporti informatici (Cd, floppy disk ecc.)						
• Altre spese						
Totale capitolo					0,00	0,00
TOTALE FASE					139.850,00	49,68

Fase 3. Diffusione e trasferimento dei risultati

Descrizione	Numero			Costo unitario	Costo totale	%
Fase 3. Diffusione e trasferimento dei risultati	<i>Persone</i>	<i>Ore</i>	<i>Oggetti</i>			
A . SPESE PER LA PREPARAZIONE						
• Progettazione e programmazione						
personale interno	3	10		35,00	1.050,00	0,37
personale esterno	3	10		30,00	900,00	0,32
• Materiali informativi e formativi						
• Altre spese						
Totale capitolo					1.950,00	0,69
B. SPESE PER LA REALIZZAZIONE						
• Direzione e coordinamento						
personale interno	3	20		35,00	2.100,00	0,75
personale esterno	3	20		30,00	1.800,00	0,64
• Sviluppo attività (Diffusione dei risultati)						
personale interno	5	50		35,00	8.750,00	3,11
personale esterno	5	50		35,00	8.750,00	3,11
• Altre spese						
Totale capitolo					21.400,00	7,60
C. SPESE DI GESTIONE E FUNZIONAMENTO						
• Segreteria e amministrazione						
personale interno	2	50		30,00	3.000,00	1,07
personale esterno	4	50		30,00	6.000,00	2,13
• Affitto locali e spese generali					1.000,00	0,36
• Telefoniche e collegamenti telematici					600,00	0,21
• Postali e di comunicazione						
• Attrezzature e materiali didattici						
• Cancelleria, stampati e materiali di consumo					1.000,00	0,36
• Viaggi , soggiorni, vitto e trasferte						
personale interno						
personale esterno					2.000,00	0,71
partecipanti al progetto						
• Spese varie					500,00	0,18
• Altre spese						
Totale capitolo					14.100,00	5,01
D. SPESE DI PUBBLICAZIONE						
• Convegni ed iniziative pubbliche (Convegno finale)					3.000,00	1,07
• Prodotti cartacei e video (Materiale informativo)					1.000,00	0,36
• Supporti informatici (Costruzione banca dati dei materiali didattici)					1.000,00	0,36
• Altre spese						
Totale capitolo					5.000,00	1,78
TOTALE FASE					42.450,00	15,08

TOTALE COSTO PROGETTO	€ 281.500,00
------------------------------	---------------------

NOTA BENE - Non sono finanziabili le seguenti spese:

- mancata produzione
- acquisto di macchinari e attrezzature
- borse di studio e indennità orarie
- ristrutturazione di impianti
- fideiussione

Perugia, 29/11/2005

Firma del rappresentante legale
resa ai sensi dell'art. 4, L. 4.1.1968, n.15