

Per parlare del "Ruolo della donna nell'Economia mediterranea" non possiamo non fare riferimento alla "Dichiarazione di Barcellona" del 1995 che considerava passaggio molto importante il rafforzamento del ruolo delle donne e all'"Agenda di Lisbona" del 2000 che prevede che entro il 2010 il 60% della popolazione femminile sia attiva. Programmi che nel luglio scorso hanno ricevuto nuovo impulso dalla proposta di un "Unione per il Mediterraneo" lanciata dal Presidente Sarkozy al vertice di Parigi.

Dopo anni, durante i numerosi Fora internazionali organizzati in Italia sull'argomento, abbiamo preso atto di quanto l'evoluzione del ruolo della donna nella Economia Mediterranea ha avuto sviluppi disomogenei e soprattutto assolutamente differenti dagli stereotipi imposti dalle nostre culture.

Agli incontri con donne dai tratti somatici eterogenei e dai colori variopinti provenienti dai paesi balcanici e dai paesi del nord Africa siamo stati tentati di immaginare l'impresa femminile confinata nei settori tradizionali dell'agricoltura, del turismo, dei servizi. E il contrario, donne bellissime, curatissime, ci hanno descritto i loro difficili percorsi di integrazione e affermazione femminile nella società, nella politica e nei settori dell'economia non tradizionalmente femminili quali quelli delle costruzioni, dell'informatica, della ricerca, dei trasporti e delle telecomunicazioni.

Tutto in un fluidissimo inglese. Certamente donne che nel loro impegno sono state sorrette da politiche sociali e adeguate: la Turchia ha riconosciuto il diritto al voto alle donne negli anni '30; la Tunisia ha adottato una costituzione antesignana nel 1959; il Marocco ha di recente riformato la propria legislazione al fine di assicurare pari diritti e opportunità.

Molte rappresentanti dei paesi mediterranei fanno impresa anche in Italia: attivissime le marocchine, seguite dalle egiziane, quanto ai settori, al primo posto è il commercio, quindi i servizi alle imprese.

Quanto all'Italia, paese proteso geograficamente nel Mediterraneo, quindi naturalmente presente nel flusso mercantile proveniente dal Canale di Suez, gli accordi in atto non bastano a garantire un ruolo economico altrettanto significativo: l'export italiano sfiora l'8% del totale e le imprese femminili sono ancora di numero limitato anche se non mancano imprese in settori prettamente maschili.

Purtroppo da questo punto di vista nel nostro paese c'è ancora molto da fare: le imprese femminili sono appena il 24% e la scadenza dei termini dell'agenda di Lisbona è ormai alle porte. Se questo dato non è soddisfacente, tuttavia non possiamo non constatare che il nostro paese oltre che al centro del flusso della merci è anche al centro del Mediterraneo per il flusso delle persone: sono oltre 226.000 gli imprenditori extracomunitari, numero che è cresciuto del 31% negli ultimi due anni, con una donna titolare ogni 5 ditte.

Se nel nostro paese la realtà imprenditoriale femminile extra comunitaria è così dinamica, non altrettanto lo è quella nazionale nonostante che la scadenza dei termini dell'Agenda di Lisbona sia alle porte.

Purtuttavia dobbiamo sottolineare che fare impresa è un formidabile mezzo di integrazione, un percorso che insegna ai titolari stranieri a conoscere clienti, fornitori, a tessere relazioni con le istituzioni, riducendo così quelle distanze che rischiano di diventare conflitti di civiltà.

In questo impegno l'Italia continuerà a lavorare organizzando eventi che siano momento di incontro e collaborazione fra persone, culture, civiltà.

Grazie per l'attenzione

Women's Role in Mediterranean Economy **Licia Bitritto Polignano**

(English)

To speak about the "Role of Women in Mediterranean Economy" we cannot avoid referring to the "Declaration of Barcellona" 1995 that considered the reinforcement of women role as a very important necessity, and referring to the "Agenda of Lisbona" 2000 that foresees that within 2010 the 60% of feminine population will be engaged in work world.

Both these programs got new impulse from the proposal of a 'Union for Mediterranean' thrown by French President Sarkozy last July during the Summit in Paris.

After many years, during the numerous international for a organized in Italy about this argument, we learned that the evolution of women role in Mediterranean Economy has had quite different developments and above all absolutely far from the stereotypes of our culture.

During the meetings with very colorful women with heterogeneous somatic features coming from Balcan countries and northern African countries, we were tempted to imagine feminine business confined to traditional sectors of agriculture, tourism and services.

On the contrary, very beautiful and elegant women told us about their difficult ways to feminine integration and statement in their society, politics and economic sectors not traditionally carried out by women such as constructions, computer science, research, transports and telecommunications. Everything was described in very fluid English.

Certainly, they were women that in their efforts had been helped with suitable social politics: Turkey recognized the right to vote to women in the "30thies" Tunisia adopted a precursor constitution in 1959; Morocco has recently reformulated its legislation in order to ensure the same rights and opportunities.

Many women from Med. Countries make business in Italy, too.

As well, as to Italy, a country geographically extending in Mediterranean, and then naturally present in mercantile flow coming through Suez Channel, it doesn't reach a satisfying economic role: in fact Italian export touches on 8% of total and more over feminine enterprises are still to few.

Unfortunately, from this point of view, in our country there is still too much to do: feminine enterprises are scarcely 24% and the time limit of the Agenda of Lisbon is really near.

However, if this point is not satisfying, we must admit that Italy is central for the flow both of goods and of people: in Italy there are more than 226.000 extracomminatory business men, a number more and more growing and there is a woman managing every 5 companies.

If the foreign feminine business reality is so dynamic in our country, we ca not say the same about Italian one.

Nevertheless, we know that undertaking business is an extraordinary mean of integration that teaches to know customers and suppliers, to have relationships with institutions, to reduce distances tat risk to turn into conflict among civilizations.

Well, in this commitment, Italy will go on working, organizing events as moments of meetings and cooperation among peoples, cultures and civilizations.

Thank you for listening