

CNA IMPRESA DONNA ABRUZZO, LINDA D'AGOSTINA NUOVO PRESIDENTE: "SQUADRA COESA"

14 Giugno 2021



PESCARA - Sostenere dopo la pandemia la ripresa delle attività imprenditoriali guidate da donne, le prime ad essere colpite dagli effetti devastanti della crisi. E' il principale obiettivo tracciato da Cna Impresa Donna Abruzzo, che venerdì scorso ha rinnovato i propri vertici regionali con l'elezione di Linda D'Agostino alla presidenza. La D'Agostino, pescarese, succede a Luciana Ferrone, che in questi anni ha retto il timone; nella nuova presidenza regionale (dove è stata confermata come coordinatrice Letizia Scastiglia) siederanno anche Maria Paris di Avezzano, Paola Paolini di Chieti e Amelia Nori di Teramo: una squadra che promette di rafforzare le proprie radici sul territorio.

L'assemblea di venerdì, cui ha preso parte anche il presidente regionale della confederazione artigiana, Savino Saraceni, è servita a fare il punto sui prossimi obiettivi. Obiettivi che prova a sintetizzare così la neo eletta presidente: "I primi settori ad essere stati colpiti dagli effetti della pandemia sono stati quelli più tipicamente femminili, come benessere e cura della persona e ristorazione: settori che hanno patito anche carenze strutturali dell'imprenditoria "in rosa", come la mancanza di supporto da parte delle istituzioni".

I mesi caratterizzati dalla pandemia - aggiunge Linda D'Agostino - hanno però permesso di scoprire anche valori altamente positivi che caratterizzano il mondo delle imprese a trazione femminile: "Le donne, che fino al 2020 rappresentavano il 20% del totale dell'imprenditoria, sono state particolarmente reattive nella difficoltà, cercando di risalire la china e cogliere nuove opportunità. Un motivo, questo, che ci spinge a orientare il nostro lavoro delle prossime settimane, cercando di aiutarle - anche attraverso le nostre strutture dedicate, come Unioni di mestiere, confidi e Agenzia per il lavoro - sui dossier più critici e indispensabili. Nell'accesso al credito, per sfruttare le diverse misure agevolate disponibili; nella formazione, mettendo a

punto percorsi specifici che puntino sul marketing, ma soprattutto su sostenibilità e digitalizzazione delle imprese, processi ormai irreversibili; e infine gestione delle risorse umane, per favorire una crescita aziendale che sia in grado avvalersi di nuove competenze”.