UNINDUSTRIA
UNIONE DEGLI INDUSTRIALI E DELLE IMPRESE
ROMA • FROSINONE • LATINA • RIETI • VITERBO

L'ECONOMIA
Dir. Resp.: Massimo Fracaro
Sezione: ECONOMIA DI ROMA FROSINONE L... Tiratura: n.d. Diffusione: 423.000 Lettori: n.d.

Edizione del: 24/07/17
Estratto da pag.: 31
Foglio: 1/1

DONNE, L'ITALIA NON COLMA IL GAP

Evidente il distacco tra le multinazionali e le società che hanno proprietà tricolore. Le soluzioni di Bcg

di **Maria Silvia Sacchi**

Vero, molto è stato fatto. Vero, molto resta da fare. E per capirlo basta una tabellina: quella che vedete riportata in pagina. I due istogrammi a destra. Raccontano quella che è ancora l'arretratezza italiana e aggiungono timori a chi già li ha su quanto succederà quando la legge sulle quote di genere andrà a scadenza (e il momento si avvicina).

Mentre, infatti, nelle società multinazionali il numero di donne e di uomini quasi si equivale, e quindi si crea quel bacino di talenti da cui attingere per le posizioni apicali, nelle società che hanno la loro «testa» in Italia, i numeri sono completamente diversi: le donne sono un terzo del totale. Questo testimonia tre cose: 1) conferma che il tasso di occupazione femminile italiano è molto più basso della media internazionale; 2) che è radicata una cultura fortemente incentrata sul lavoro maschile; 3) che sono necessari meccanismi di misurazione per far sì che queste asimmetrie finalmente spariscano.

Rispetto al passato un elemento è cambiato: la possibilità di avere una famiglia. Se un'analisi di Corriere Economia, versione precedente de *L'Economia del Corriere*, nel 2009 metteva in evidenza la difficoltà di fare carriera e avere figli, l'indagine che Bcg ha svolto in collaborazione con Valore D, l'associazione delle imprese che promuovono la leadership femminile, segnala che le donne di oggi non rinunciano alla vita privata: oltre l'85% delle executive riesce a diventare madre di almeno un figlio, avendo ottenuto importanti riconoscimenti di carriera. È una conquista importante.

Il rapporto — presentato a Milano da Laura Villani, partner di Bcg, e da Sandra Mori, presidente di Valore D, con la successiva discussione dei risultati da parte di Arabella Caporello, direttrice generale del Comune di Milano, Antonella Mei-Pochtler, Senior Partner di Bcg, e Marinella Soldi, President e managing director Southern Europe di Discovery — è basato su oltre 2.500 interviste tra donne e uomini, più di 35 direttori del personale e referenti delle risorse umane di top aziende italiane o di multinazionali con sede in Italia.

Soluzioni

Se tanto si è discusso di questi temi, ora è tempo di far sì che le azioni messe in campo diventino efficaci. In primo luogo, secondo Bcg, occorre gestire il percorso di carriera delle donne. «Poche delle aziende che hanno partecipato allo studio hanno una mappatura chiara e sistematica dei propri talenti femminili e di come i piani di successione possano essere coperti con questi profili e con quali percorsi di carriera — è scritto nel report —. Alcune aziende multinazionali con branch in Italia hanno segnalato come, per essere efficaci, si siano spinti ben oltre, con l'introduzione di una regola che prevede l'obbligo di valutare almeno un candidato donna per tutte le posizioni di leadership che si aprono in azienda, sia che siano profili interni o da selezionare dall'esterno».

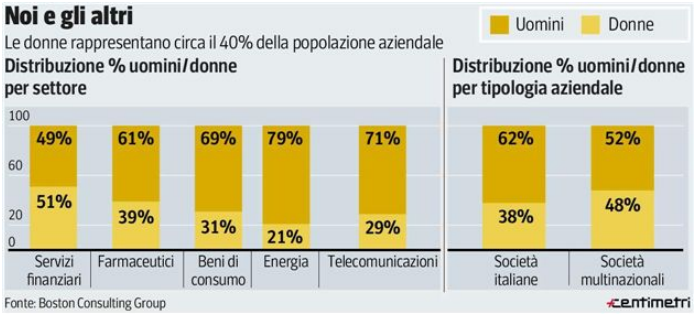
Per le autrici, però, «resta fondamentale in ogni caso che le donne per prime sostengano le proprie ambizioni, pensando attivamente al proprio percorso di carriera, senza lasciare che sia solo l'azienda a farlo».

Il secondo tema è quello del cambiamento della cultura aziendale. «Concretamente, questo significa assicurare e premiare stili di leadership diversi; penalizzare comportamenti che ostacolino la flessibilità, o non siano coerenti con le azioni messe in campo e, più semplicemente, non contraddire coi fatti e i risultati le intenzioni dichiarate. Inutile ribadire che questo cambiamento non può che partire innanzitutto dagli amministratori delegati e dai loro manager, affinché valorizzino al meglio le competenze e non "cerchino solo propri simili"».

Non è, dunque, un caso che le aziende multinazionali, maggiormente abituate ad integrare Paesi, lavorare su diverse sedi e orari, con culture e modalità di lavoro differenti, siano capaci di assicurare alle donne una cultura più favorevole alla loro crescita. Monitorando, misurando i risultati e legando a questi i bonus del manager oltre a una grande trasparenza sui meccanismi di selezione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Segnali positivi
Le donne non rinunciano più alla famiglia per la carriera: l'85% delle esecutive ha almeno un figlio secondo l'indagine presentata da Laura Villani (foto)



Peso: 36%

071-131-080
Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
Telpress
Servizi di Media Monitoring