



Home | Celebrity | Personaggi | Donne: il sogno del comando

[INCHIESTA](#)

## Donne: il sogno del comando

Il punto sulla leadership femminile e la gender diversity: un quadro sconcertante ma destinato a cambiare. Perché, come ci spiega **EMILIO PETRONE**, Ad del gruppo Sisal, la diversità di genere è un valore economico. E valorizzare i talenti femminili servirà a sconfiggere la crisi

Manuela Mimosa Ravasio - 05 novembre 2013



Nella foto Janet Yellen, Elvira Nabiullina, Cristina Fernandez de Kirchner, Christine Lagarde, Marissa Mayer e Angela Merkel

Non è facile parlare di **leadership femminile e gender diversity** dopo i recenti dati di

**Confartigianato**. Lo scarso investimento nel welfare (20,3 miliardi, equivalente all'1,3 per cento del Pil, che poi sono il 39,3 per cento in meno rispetto alla media dei 27 Paesi Ue) **impedisce alle famiglie di conciliare lavoro e vita privata**, e alle donne, su cui ricade la maggior responsabilità dei lavori di cura, di lavorare.

Eppure, **in Italia, le donne imprenditrici e lavoratrici autonome sono le più numerose di tutta Europa** (il 6 per cento in più rispetto alla media europea). Eppure l'Europa, il 14 ottobre, ha dichiarato in una nota che **la presenza delle donne ai vertici delle società quotate in borsa è salita al 16,6 per cento**: quasi un punto percentuale in più rispetto a un anno fa. In quello stesso giorno, la Commissione europea ha proposto un'altra direttiva per affrontare lo squilibrio di genere nei consigli d'amministrazione. Oltre alle così dette **quote rosa**, e all'invito agli Stati membri di incoraggiare queste misure, la proposta prevede **l'obbligo di osservanza delle direttive per le aziende in cui il sesso sottorappresentato costituisce meno del 10 per cento del personale**, e un inasprimento delle sanzioni per chi non le rispetta, pena l'esclusione dagli appalti pubblici e dalla concessione di fondi strutturali europei. Perché, si è visto, le leggi servono. I miglioramenti più significativi si sono infatti registrati proprio in quei Paesi che hanno preso provvedimenti vincolanti.

Tra questi, **l'Italia, cresciuta di un bell'8,4 per cento**, e la Francia, che si vanta di un più 14,4 per cento, salendo a quota 26,8 per cento di presenza femminile nei Cda. Ovviamente, perché diventi legge, la direttiva proposta dalla Commissione dovrà essere adottata dal Parlamento europeo e dagli Stati membri dell'Unione, ma un secondo passo è stato fatto. «La legge italiana sulle quote rosa è un esempio per tutti» dice **Monica Pesce**, presidentessa della **Professional Woman Association di Milano**. «Anche se dai paesi nordici dovremmo imparare la capacità di creare un work life balance condiviso, da quelli anglosassoni il coraggio femminile di rivendicare le proprie ambizioni senza sensi

di colpa, e dalla Francia il modo di fare welfare, la nostra legislazione è una delle migliori in Europa. Oltre le leggi però, è la consapevolezza dei propri obiettivi che fa crescere la leadership femminile. Capacità che si ottiene imparando a fare del networking un'attività pianificata, a capire ciò che vogliamo veramente per noi come persone, e nutrendo le relazioni in modo giusto. Funziona molto bene anche il mentoring: avere una guida, il punto di vista di un terzo, aiuta a superare il momento di difficoltà o un eventuale conflitto di lavoro».

### **I modelli e i messaggi che arrivano dai media sono di fatto contraddittori**

Se il Ceo più pagato in Inghilterra è una donna, l'ormai famosa [Angela Ahrendts che è passata da Burberry's a Apple](#), se Obama ha piazzato alla testa della Federal Reserve [Janet Ellen](#) e nel Cda di Twitter, dopo lo sbarco in Borsa, sarà per la prima volta nominata una donna (i rumors parlano di un personaggio del calibro Madeleine Albright o Condoleezza Rice, se non addirittura Hillary Clinton), molte sono le donne affermate che continuano a rivelare di non poter riuscire a "fare tutto" (la stessa Ahrendts). I dati poi, parlano ancor più chiaro, e a ricordarcelo è sempre [l'ultimo rapporto dell'World Economic Forum](#), che descrive senza possibilità di equivoci il declino italiano: dal 67esimo posto del 2008, al 72esimo del 2009 e 74esimo del 2010 e 2011, siamo arrivati all'80esimo del 2012 per il gap tra i due sessi, con il 30 per cento delle donne che, ancora, lascia il lavoro per motivi familiari. In Italia, le donne sono il 29 per cento dei professionisti, il 27 dei dirigenti, il 19 degli imprenditori, il 18 dei professori ordinari e, secondo [il primo rapporto stilato dall'European Institute for Gender Equality](#), solo l'11 per cento di loro sta ai vertici delle quattro principali aziende media italiane. «Per far crescere il numero di donne in azienda, innanzi tutto bisogna farle entrare», dice **Alessandra Rizzi**, Senior HR & Operations Advisor e past COO di Randstad Italia. «La mia esperienza dice che, impostando la selezione con strumenti oggettivi che valutano competenze e potenziali, il numero delle donne aumenta inequivocabilmente. Le difficoltà ritornano una volta giunte alla soglia dei vertici delle aziende: qui spesso la scelta del board o del team management avviene per somiglianza e, poiché sono quasi sempre tutti uomini, finiscono con il scegliere qualcuno di simile a loro... ». **Vincere la cooptazione**, far emergere una cultura del merito legata alle figure di imprenditori illuminati o singole persone che attuano politiche del personale efficaci, è quindi la vera carenza da colmare per portare più donne al lavoro e nei ruoli decisionali.

### **Obiettivo 2020: il futuro non è rosa**

Oltre le leggi, le commissioni di vigilanza, il percorso individuale, è indispensabile quindi che anche le aziende incoraggino e promuovano pratiche per far crescere della presenza femminile nei processi decisionali. In una recente ricerca Delphi ideata da Domenico de Masi e appena pubblicata nel libro [Gender Diversity 2020](#), il quadro, piuttosto sconcertante, appare chiaro: **la questione femminile più che un tema etico sarà economico** e, poiché secondo le previsioni, in Italia, la spesa pubblica per le politiche di conciliazione resterà la più bassa in Europa, saranno le stesse aziende ad attivarle. D'altra parte, **promuovere la gender diversity, valorizzare i valori e i talenti femminili, sarà una delle strategie più efficaci per rispondere a una crisi che tarderà a finire**. Gli strumenti per il work life balance compenseranno l'impossibilità di aumentare i salari, mentre l'impatto positivo del pensiero laterale, le idee più rapide e innovative, la maggiore buona flessibilità, miglioreranno non solo la produttività, ma anche la reputazione interna ed esterna dell'azienda, soprattutto se vuol essere presentabile anche a livello internazionale. «Personalmente non vedo contrasto tra visione etica ed economica» afferma **EMILIO PETRONE** (nella foto a destra), Ad del gruppo Sisal recentemente entrato nel board di [Valore D](#) (un'occasione straordinaria, la definisce). «Sono moltissime le ricerche che dimostrano il valore economico della diversity. Personalmente riconosco, prima di tutto, l'esigenza di



un'occupazione femminile altamente qualificata. Le donne sono portatrici di valori, approcci, culture gestionali e relazionali spesso poco accolte e accettate nelle aziende. Ma questo è solo un grande spreco sociale ed economico: ecco il motivo per il quale le aziende con un mix di genere femminile e maschile integrato ottengono migliori performance». Che sia per una politica illuminata o per motivi economici dunque, far crescere il numero delle donne in azienda pare una strada, se non obbligata, altamente consigliata per chi vorrà, nel futuro, essere competitivo. **L'esempio di Sisal ne è una prova se, grazie al progetto WiSe (Women in Sisal Experience)**, che si propone di orientare la cultura dell'azienda verso un approccio che valorizzi la diversità, supportare la leadership femminile e favorire il work-life balance, la percentuale delle donne in posizioni apicali è cresciuta dall'11 al 18. Ma il messaggio che emerge da queste esperienze non si limita al solo "mondo femminile": **l'ambiente, la persona e la vita, devono essere al centro di una nuova cultura del lavoro.** Una cultura che accetti la diversità come un'occasione per capire meglio l'estrema complessità del mondo contemporaneo. Che sia cosciente dell'utile e conveniente ricchezza di nuovi punti di vista. E che sia consapevole che nulla impedisce lo sviluppo di un'azienda, come del resto di un Paese, più che la paura di cambiare.  
@manuelamimosa

TAG: [Donne](#), [leadership femminile](#), [gender diversity](#)

---

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

---

SPECIALI E CONCORSI

---

**foto celebrity** **video celebrity** **news** **blog novella** **blog visto**

---

COMMUNITY POLICY | AIUTO | MAPPA | PUBBLICITÀ | CONTATTI | DATI SOCIETARI

---

**I nostri siti:** AtCasa | Max | Il Mondo | Dove Viaggi | Oggi | Yacht & Sail | Yoodeal | Caccia e Pesca | Abitare | OK Salute

**Copyright 2013 RCS Mediagroup S.p.A. - Divisione Periodici - Via Rizzoli 8 - 2013**  
Titolare della Privacy