



QUANDO L'IMPRESA È DONNA

**SVILUPPO SOSTENIBILE,
RICERCA ED EMPOWERMENT
FEMMINILE**

INTERVISTA ALLA PRESIDENTE E AD DEL GRUPPO
BRACCO, DIANA BRACCO

**RIPARTIRE ALLA PARI:
IL MANIFESTO DELLE
DONNE PER LA SALVEZZA**

INTERVISTA A VERONICA DE ROMANIS,
DOCENTE DI POLITICA ECONOMICA EUROPEA

**SMART WORKING
AL FEMMINILE**

INTERVISTA ALLA GIORNALISTA
E CONDUTTRICE DEL TG5,
SIMONA BRANCHETTI

IN PRIMO PIANO: PROGETTO IMPATTO GIOVANI

Flaminia De Romanis - Responsabile Academy di **ValoreD**, che associa 240 aziende in Italia per promuovere inclusione e valorizzazione delle diversità - sono dovute alla peggiore qualità dell'occupazione femminile: maggior ricorso al tempo parziale, utilizzo di contratti atipici o a tempo determinato, interruzioni "forzate" di carriere per gestire il carico di cura familiare, difficoltà nel far carriera e raggiungere posizioni apicali più retribuite.

Per Governi e aziende è imperativo eliminare il **Gender Pay Gap**, lavorando con priorità sul divario nei tassi di occupazione e su misure per la trasparenza salariale. Tanti i benefici: aumento del PIL italiano fino al 19%, miglioramento della reputazione aziendale con maggiore attrattività verso mercati, investitori e talenti da assumere, performance finanziarie più brillanti. Ne è convinta anche **Giada Maldotti**, Ceo di **Red Public**, la prima società di consulenza al 100% femminile. Le attività per migliorare la gender equality e l'inclusione nelle aziende hanno un impatto diretto sui risultati finanziari: oltre il 60% delle aziende dichiara un miglioramento della profittabilità. Giada sottolinea anche come l'Italia, con il 60% di madri lavoratrici, sia fanalino di coda rispetto alla media europea (75%) e al picco della Svezia (90%).

Pasquale Natella, AD di **EXS Italia**, società di Executive Search parte di Gi Group, ha sottolineato come sia fondamentale orientare le aziende in un processo di selezione che sia meritocratico, capace di premiare le competenze e la professionalità delle donne senza distinzione di genere. Riportando la propria esperienza è emerso che, sebbene il rapporto di Executive in database proprietario sia di 1 (donna) a 4 (uomo), l'efficacia del placement di profili femminili risulta maggiore (rapporto di 1 a 2,34)

poiché questi profili hanno un percorso professionale più chiaro e definito oltre ad una maggior efficacia nel trasferire la *personal value proposition* alla nuova azienda.

Ogni donna insomma, come ci ricorda **Chiara Cecutti**, Executive e Team Coach, ha un proprio personale concetto di lavoro, famiglia e autorealizzazione: non tutte le donne desiderano una carriera o dei figli, ma per quante volessero realizzarsi in entrambe le dimensioni è importante sapere che è possibile farlo, così come dimostrano quotidianamente tante imprenditrici, manager e professioniste. ■

