

My Business Lab

**M**

numero uno | 2018  
www.mybusinesslab.it

# COME HANNO FATTO LA STORIA

## **INNOVAZIONE**

Il futuro delle nostre imprese comincia oggi.

## **CREATIVITÀ**

La mente è la tecnologia più avanzata.

## **NOVITÀ**

Strumenti e soluzioni per eliminare i problemi.

# Il Girl Power ai tempi del business

**S**emplici post, in una delle tante piazze mediatiche che affollano i social. Terreno popolare in cui l'opinione pubblica si forma e si confronta. E sono tanti i luoghi comuni, sono tante le bugie che ruotano intorno alla discriminazione delle donne nei posti di lavoro.

In questo panorama e con l'ambizione di intervenire direttamente sul mercato e creare in questo modo, un profondo cambiamento culturale è nata a settembre 2017 **la prima Certificazione della Parità di Genere**. Il "bollino", nato da un'idea del **Winning Women Institute** e sigillato da un **Comitato Scientifico** d'eccezione, servirà a colmare il gap salariale fra uomini e donne e a indirizzare i comportamenti delle aziende e dei dipendenti sul tema delle pari opportunità. Una scelta dettata dall'urgenza di un cambiamento culturale e da un bisogno del mondo produttivo.

Perché **i dati**, e non le opinioni, **i numeri**, quelli veri, raccontano un'altra storia.

Su un campione di oltre 20 mila imprese risulta che le aziende che hanno dirigenti donne sono mediamente più redditizie, hanno più possibilità di essere quotate in Borsa o di essere rivendute dagli azionisti. Lo scrive uno studio realizzato dalla **Dow Jones**. Inoltre secondo il **Fondo Monetario Internazionale**, che ha analizzato *più di due milioni di società in 34 paesi d'Europa, l'aumento del numero di donne ai vertici delle società e nei Cda, è associato ad una migliore performance finanziaria*. Il Censis racconta che in Italia il 66,5% degli acquisti delle famiglie è deciso dalle donne. Anche la **Banca d'Italia** dice la sua, e lo fa con uno studio che racconta come l'aumento del tasso di partecipazione femminile al 60% comporterebbe, quasi "meccanica-

## IL SENSO DI NECESSITÀ E DI EMERGENZA, STA TUTTO DENTRO UN COMUNISSIMO FORUM ON LINE

"Le donne sono più brave a scuola, ma i datori di lavoro preferiscono gli uomini perché sono più affidabili", afferma Claudio. "Per quale bizzarro motivo un datore di lavoro dovrebbe pagare in egual modo una risorsa che rende di meno?", si chiede Giulio.

mente" un aumento del PIL fino al 7%. Eppure le donne occupate nel nostro Paese sono solo il 48,1%. Secondo il primo rapporto "Caratteristiche dei board delle società quotate con sede in Italia", realizzato dall'Area studi **Mediobanca**, le donne che stanno ai vertici guadagnano la metà dei loro colleghi maschi. I dati riguardano la campagna remunerazioni 2016 di 224 imprese. La posizione di AD è ricoperta nell'88,8% dei casi da uomini e nell'11,2% da donne. Guardando poi alle remunerazioni (totale di fisso e variabile) se in media il consigliere delegato uomo incassa 899 mila euro, quando CEO è donna il compenso scende a 439 mila euro. Ecco perché la necessità di un bollino che si prefigge lo scopo di aumentare la presenza femminile all'interno delle aziende con un processo di Certificazione trasparente ed efficace. *"Il processo che il Winning Women Institute ha individuato prevede 3 step, ognuno propedeutico al successivo. C'è un pre-audit, un audit (compiuto da un ente terzo, la società di revisione contabile e auditing RIA Grant Thornton) e la comunicazione. In campo 4 dimensioni di indagine: l'opportunità di crescita in azienda, l'equità remunerativa per gender, le politiche per la gestione della gender diversity e la policy per la tutela della maternità"* racconta il co-founder **Patrick Forestieri**. *"Winning Women Institute rilasciando la Certificazione fornisce all'azienda una qualifica ulteriore per essere ancora più competitiva e produttiva"*, afferma il co-founder e presidente **Enrico Gambardella**. *"Crediamo che, per un'azienda, essere in grado di certificarsi sul tema delle Pari Opportunità, sia un riconoscimento etico di enorme valore e strategico per il mercato"*, conclude Gambardella. Proprio oggi che i consumatori sono attentissimi alle politiche di social responsibilities. **14**

---

Dopo la legge islandese sulla parità di salario tra uomo e donna, e dopo i dati ONU sul divario retributivo del 23%, la domanda è: in Italia, che cosa si fa sul "gender gap"? L'attività del Winning Women Institute è una prima risposta.

---

