

FEMMINILE PRESENTE

I VALORI CHE FANNO CRESCERE LE AZIENDE

a cura di
Francesca Fradelloni
Winning Women Institute



Le donne e gli uomini sono suddivisi e 'posizionati' in base al loro genere e ciò costituisce un vero fallimento per una crescita sostenibile dell'Italia e dell'Unione. Ovunque, da sempre: dall'istruzione al lavoro. Uno sviluppo fragile perché così si indebolisce il mercato. Rendendolo meno competitivo, più vulnerabile e quindi meno aggressivo. Ci sono però esempi di donne che, marciando in salita, sono arrivate in cima. Una di queste è **Paola Corna Pellegrini**, Ceo di **Allianz Partners** e Presidente del Comitato Scientifico **Winning Women Institute**. Ha più di 30 anni di esperienza manageriale come direttore marketing, general manager e Ceo in alcune delle più importanti aziende multinazionali nei settori largo consumo, servizi e assicurazioni, farmaceutico (Henkel Cosmetic, Europ Assistance, Novartis Consumer Health, Zambon Pharma). La Corna Pellegrini è inoltre tra le prime 72 donne manager italiane selezionate per il progetto 'Ready for Board Women' promosso da PWA in collaborazione con l'Università Bocconi e fa parte dei 'Curricula Eccellenti' selezionati dalla Fondazione Marisa Bellisario. È l'ideatrice del Premio Solesin.

La Presidente di Rete Ferroviaria Italiana Claudia Cattani ha affermato che uno dei problemi è che ci sono pochi amministratori delegati donna. Colpa della cultura aziendale. Come intervenire, allora?

Le donne hanno grande determinazione e impegno. Sono empatiche, affettive, capaci di ascoltare. Lasciamo parlare di più le persone per poi arrivare a una decisione. Sono valori unici e necessari per la crescita aziendale. Ma le aziende si aspettano altro, non sono abituate. Sono qualità che vengono lette negativamente. Viene scambiato come se non fossimo capaci di prendere decisioni. Le donne devono solo imparare a fare una cosa: essere se stesse e non avere paura di mostrarsi come sono. Le loro specificità e caratteristiche sono fondamentali per il business. E poi un consiglio: non abbiate timore di chiedere posti di responsabilità e aumenti di stipendio.

Le Ceo sono meno del 10%, le posizioni executive sono al 19%. Passi avanti a livello di board sono stati fatti con la legge Golfo-Mosca del 2011 (gli organi sociali delle società quotate devono essere rinnovati riservando una quota di almeno un quinto alle donne.) Ma la legge è in scadenza e il rinnovo potrebbe porre un tema di costituzionalità. Cosa fare allora per non tornare indietro?

All'inizio ero contraria alle quote rosa, pensavo fosse un modo per tutelare 'una specie protetta'. La meritocrazia è la strada maestra. Eppure da tanto tempo sono in campo, ma poco è cambiato. Ora sono una sostenitrice delle quote rosa, visto i passi che sono stati fatti con le forzature di legge. Certo penso sia una soluzione politica temporanea. Una spinta al cambiamento, necessaria. Ma il nostro apporto, quello di noi donne, intendo, è fondamentale per la crescita delle aziende. E per il raggiungimento di un equilibrio tra vita privata e professionale. Più profittevole per l'impresa. Quindi mi auguro che la Legge Golfo-Mosca venga ripensata. Si deve pensare a qualcosa di dirompente.

In una recente intervista ha parlato dell'azienda ideale che è quella dominata dal pensiero positivo. In cosa consiste?

Ci deve essere un ambiente sereno e collaborativo. Per questo in Allianz Partners abbiamo avuto il coraggio di parlare di felicità. Abbiamo proposto, in occasione della nostra convention annuale, l'intervento di un ospite speciale, che ama definirsi un "giullare d'impresa FelicitAttore". In pratica un trainer del buon umore.

Le grandi sfide future delle aziende?

La grande sfida è intuire quali sono le competenze. Andare a capire chi sarà capace di adattarsi. Chi saprà usare il pensiero laterale, chi saprà lavorare con una logica di squadra. Una logica di collaborazione. Perché proprio nel mondo dell'ambiguità è importantissimo mettere a fattore comune modi diversi di pensare. Quindi ecco che arriva la diversità. Il concetto di diversità ci aiuta ad affrontare il mondo di oggi, che è in continuo cambiamento. Un mondo che cambia rapidamente ed è sempre meno apprezzabile con paradigmi definiti.

Ha ricevuto il Premio Internazionale #Tecnovisionarie 2018, per la categoria 'Digital Customer Experience' in particolare per lo sviluppo dell'InnovationLab@AllianzPartners. Di che progetto si tratta?



PAOLA CORNA PELLEGRINI

L'innovazione è un pilastro della crescita dell'azienda. Il nostro obiettivo è ottimizzare i processi, investendo in nuove piattaforme e nella digitalizzazione dei servizi senza perdere la centralità della persona. Si tratta, in particolare, di un progetto che, grazie al continuo dialogo tra azienda e università, ha saputo arricchire i servizi digitali di Allianz Partners migliorando l'user experience anche delle nuove generazioni. È un team interfunzionale nato nel 2014, con la partnership della Facoltà di Ingegneria dell'Università La Sapienza di Roma. Un centro di ricerca avanzato. La cultura dell'innovazione è alla base della nostra azienda. Un esempio lo sono anche i nostri Innovation Center dedicati alle nostre aree di business automotive, salute, viaggi e assistenza. La cultura dell'innovazione fa parte del Gruppo. Una nuova ricerca di CA Technologies, condotta in collaborazione con Fondazione Sodalitas e Netconsulting cube, evidenzia come le donne siano ancora poco rappresentate nei team dedicati all'Innovazione. In Italia, solo il 12,6% delle studentesse sceglie materie scientifiche o tecnologiche all'università. Ma le donne sono portatissimi per le materie scientifiche. Al contrario da quanto affermato dal rettore di Harvard. Infatti l'84% dei responsabili Risorse Umane ritiene che la presenza femminile all'interno dei team di sviluppo in ambito tecnologico possa contribuire alla creazione di prodotti e servizi migliori.

Che misure avete in azienda a sostegno della famiglia, della maternità?

Stiamo lavorando sul telelavoro soprattutto per le funzioni di middle management, di ufficio e di back office. Per il front office si fa più fatica, si deve essere in postazione, ci sono turni precisi, forniamo un servizio 24 ore su 24. Inoltre promuoviamo il congedo parentale anche da parte dei padri. In azienda abbiamo avuto periodi di alternanza padre-madre per seguire i figli nell'inserimento all'asilo.

Qual è la presenza femminile in Allianz Partners?

Abbiamo il 40% delle donne dirigenti e il 44% top manager, nel comitato esecutivo.