



# LEADER SHIP AL FEM MINILE

**DONNA ECONOMIA & POTERE**

V Edizione del Seminario Internazionale Milano 16 novembre 2004



FONDAZIONE MARISA BELLISARIO



ASSOLOMBARDA



SABATO



DOMENICA

## Nasce Corriere della Sera Weekend. Due giorni da vivere e da leggere.

Un fungo non è sempre un fungo. Può essere lo scopo di una gita o il tema di una discussione di politica internazionale. Per capire ogni punto di vista, nel Corriere della Sera, nasce Weekend: 10 pagine il sabato per sapere dove andare, cosa fare e scoprire cosa ci piace di più. E 10 pagine la domenica per approfondire, pensare e informarsi sui grandi temi dell'attualità e della cultura. Corriere della Sera Weekend. Perché non puoi capire dove va il mondo se non capisci dove vanno le persone.



Ogni sabato e domenica in edicola.

Capire il domani, ogni giorno.



---

S O M M A R I O

**L'ALTERNANZA INDISPENSABILE** 5  
di Lella Golfo

**RICERCA "IL POTERE? MEGLIO SE UOMO"** 8

**LEADERSHIP FEMMINILE:  
OPINIONI A CONFRONTO**

**IMPRENDITORIA** 14  
Jonella Ligresti  
Lapo Elkann

**MONDOMEDIATICO** 16  
Maria Latella  
Anna La Rosa

**ISTITUZIONI** 20  
Barbara Contini  
Maurizio Scelli

**LA PAROLA ALLE ISTITUZIONI** 22

**CONVERSANDO CON FINI** 25

**PRIMA TAVOLA ROTONDA  
LEADERSHIP E POTERE** 26

**NUOVO STATUTO:  
DONNE IN PRIMO PIANO** 31  
di Francesco Storace

**SECONDA TAVOLA ROTONDA  
LEADERSHIP E MERCATI** 32

**IO C'ERO** 36

**NEWS DELLA FONDAZIONE** 45

---

FONDAZIONE MARISA BELLISARIO  
riconosciuta con DPCM 11 giugno 1996  
Ente Morale per la promozione  
delle attività e delle carriere delle donne  
Via delle Colonnelle, 26/A  
(Studio Canova) 00186 Roma  
Tel.06/36002804-36001287  
Fax 06/36002805  
E-mail: [info@fondazionebellisario.org](mailto:info@fondazionebellisario.org)  
Sito Internet: [www.fondazionebellisario.org](http://www.fondazionebellisario.org)

*hanno collaborato*  
Marina Abbate  
Daniela Cocito  
Alessia D'Annibale  
Rosanna Marchese  
Cristina Palmarini  
Giovanni Spinella

*progetto grafico  
e impaginazione*  
Studio Vitale

*foto*  
Margutti Fotografo

*stampa*  
Arti Grafiche Amilcare Pizzi

# LEADERSHIP AL FEMMINILE

In un'economia globale, fortemente competitiva, nessuna società può permettersi di trascurare il serbatoio di leadership, competenze e professionalità femminili. Due tavole rotonde "Leadership e Potere" e "Leadership e Mercati", hanno fatto luce sul panorama europeo e internazionale. Nelle pagine che seguono, abbiamo cercato di restituire lo spirito propositivo e costruttivo che ha ispirato una giornata di vivace confronto. Un dibattito arricchito dagli interventi dei Ministri Scajola e Gasparri e del Sottosegretario Boniver sulla criticità della situazione italiana e sugli strumenti da adottare per ridurre una sottorappresentanza che inficia la crescita del nostro Paese. Lapo Elkann e Jonella Ligresti, Barbara Contini e Maurizio Scelli, Anna La Rosa e Maria Latella si sono poi "messi a nudo" in un faccia a faccia sul tema della leadership al femminile. Come ha fatto il nostro Ministro degli Esteri Gianfranco Fini, mentre proprio all'ultimo momento è venuto meno il prezioso contributo del Segretario dei DS Piero Fassino. In queste pagine pubblichiamo anche i risultati di una ricerca che ha cercato di capire i perché dell'assenza delle donne italiane dai vertici, intervistando per la prima volta 300 uomini chiave del nostro establishment.

Calabria,  
due volte Mediterraneo



# L'ALTERNANZA INDISPENSABILE

di Lella Golfo

La leadership politica e aziendale, o meglio la sua assenza, è stata al centro del dibattito della V Edizione di "Donna, Economia & Potere". Un tema di grande attualità per un Paese che vuole essere moderno. L'Europa della nuova Costituzione ha bisogno di leadership politiche, economiche e istituzionali forti. Solo così riuscirà a tenere il passo delle performance dell'Asia e degli Stati Uniti dove, secondo un'interpretazione del voto, i risultati delle presidenziali sanciscono la vittoria di un'economia aperta e competitiva. Allo stesso modo il nostro "sistema Paese" ha bisogno di competitività, ricerca, innovazione per agganciare la ripresa, divenire calamita di investimenti globali e protagonista dell'export. Tutti concordano sulla necessità di una vera scossa per rilanciare l'economia e la crescita del nostro Paese. Il provvedimento fiscale che riduce le tasse è una boccata di ossigeno per stimolare la ripresa, ma da solo non basta. Occorre agire in modo sistemico su tutti i fattori: sociali, politici ed economici; riavviare un modello di sviluppo basato sui punti di forza dell'Italia, come la piccola e media impresa, la moda, il turismo e attivare un nuovo sistema di incentivazione che attragga capitali e risorse nel Mezzogiorno, priorità non più rinviabile.

L'urgenza di tali misure è stata ribadita in più occasioni anche a livello governativo, insieme alla necessità di intervenire a tutela del potere d'acquisto delle famiglie, per arginare la debolezza della domanda interna e favorire il risparmio. Ma bisogna intervenire nell'immediato, con strategie di lungo periodo e riforme strutturali, attraverso una rinnovata leadership imprenditoriale e politica.

Le potenzialità di crescita, sviluppo e innovazione del "sistema Italia" dipendono anche dalla capacità di far spazio al serbatoio di competenze e professionalità giovani e femminili, favorendo un ricambio generazionale forte ai vertici. Esiste già un vivaio di giovani talenti pronto ad assumere responsabilità di rilievo: una leadership in attesa di investitura, che vede le donne in prima linea.

Anche la nuova Costituzione Europea va in questa direzione riconoscendo tra i propri obiettivi fondanti la parità fra uomini e donne, la piena occupazione e la lotta a qualsiasi forma di discriminazione. Eppure, alla cerimonia di firma della Costituzione Europea, c'erano solo 4 donne tra i 76 firmatari. Un passo avanti se si pensa che nessuna donna era presente alla firma del Trattato di Roma. Ma 4 donne, dopo ben 47 anni, sono solo un'amara consolazione.

I dati confermano la scarsa presenza di donne sul ponte di comando. Secondo l'Unione Europea, le donne dirigenti e presidenti delle più grandi società europee sono solo il 2% e sono manager appena il 30%. In Italia i numeri delle donne ai vertici aziendali sono ancora più esigui: appena il 3.7% della dirigenza nelle banche, 4.9% nelle impre-



“  
Esiste un vivaio di giovani talenti pronto ad assumere responsabilità di rilievo: una leadership in attesa di investitura, che vede le donne in prima linea.”

se, 6.9% nelle associazioni imprenditoriali. E la scarsità delle donne a livello apicale è un dato rilevante in tanti altri ambiti: nella Corte Costituzionale, nella Corte dei Conti, in Cassazione, Banca d'Italia, nei Ministeri e Università.

Ma come spiegare ancora oggi, dopo anni e anni d'impegno, una leadership così esigua? Da una parte, volendo fare un pò d'autocritica, potremmo ammettere di soffrire ancora la mancanza di una vera cultura di lobby. Una cultura che forse non ha avuto il tempo di radicarsi e influire sui processi decisionali.

Dall'altra, continuano a mancare incisive politiche di conciliazione tra lavoro e famiglia. E anche dove la recente normativa sancisce principi paritari, essi sono in gran parte disattesi. Solo il 7% dei padri ha usufruito di un periodo di congedo parentale entro i primi due anni di vita del figlio e solo un altro 4% intende usufruirne in futuro. Intanto, l'87% delle donne sole e senza figli lavora, ma una volta in coppia e con figli, la percentuale scende al 50.

Altra causa dell'assenza di leadership femminile è la sotto rappresentanza in Parlamento, come negli organi di partito.

Nelle recenti elezioni suppletive nessuna donna è stata candidata e nel futuro non si leggono segnali incoraggianti. Basti pensare alla pausa di riflessione sul disegno di legge Prestigiacomo-Dato-Amato che introduce la quota del 30% di candidature femminili per le elezioni politiche e amministrative.

E in questa realtà complessa e problematica si sta anche lentamente insinuando un atteggiamento, retaggio di un lontano passato, che vuole le donne poco inclini all'attività politica, avulse dall'impegno sociale e civile. Si pensi allo spazio riservato dai media a ricerche e sondaggi che presentano donne insoddisfatte; donne che preferiscono delegare la gestione e l'amministrazione della cosa pubblica, che chiedono misure e risorse a proprio favore, ma senza intervenire in prima persona.

La ricerca che troverete nelle pagine che seguono aggiunge nuovi elementi di preoccupazione. Sono stati intervistati 300 uomini chiave nel mondo delle aziende, della politica, delle istituzioni, della comunicazione. È stato chiesto loro perché in Italia così poche donne siedono sul ponte di comando. Il 76% ritiene che il sesso sia un fattore discriminante nell'accesso ad alti incarichi e conferma che sono gli uomini a esser favoriti. Il 15% sostiene che al proprio posto non ci sia una donna, semplicemente perché non è un mestiere da donna. Quanto alle cause che le tengono lontane dalla gestione del potere, il 35% le individua nella difficoltà a mantenere un doppio ruolo; il 31% in resistenze e pregiudizi culturali. Maschili.

Ancora una conferma che gli uomini ai vertici del "sistema Italia" non vogliono condividere il proprio potere con le donne.

Al contrario, noi siamo fermamente convinte che una società guidata in modo paritario da uomini e donne, non solo è una società più ricca, produttiva e democratica, ma è una società che ha un futuro più equilibrato e sereno.

Per questo il nostro impegno continuerà, affinché l'impossibile diventi possibile.

“  
 Noi siamo  
 fermamente convinte  
 che una società  
 guidata in modo  
 paritario  
 da uomini e donne,  
 non solo è una  
 società più ricca,  
 produttiva  
 e democratica,  
 ma è una società  
 che ha un futuro  
 più equilibrato  
 e sereno ”



[ibm.com/ondemand/it/more](http://ibm.com/ondemand/it/more)

# TOD'S È ON

Anche un oggetto di valore  
- fatto a mano - è sempre disponibile  
in negozio grazie al business  
on demand.

**ON DEMAND BUSINESS**

La leadership femminile giudicata da decisori istituzionali e politici, da manager e comunicatori del nostro Paese

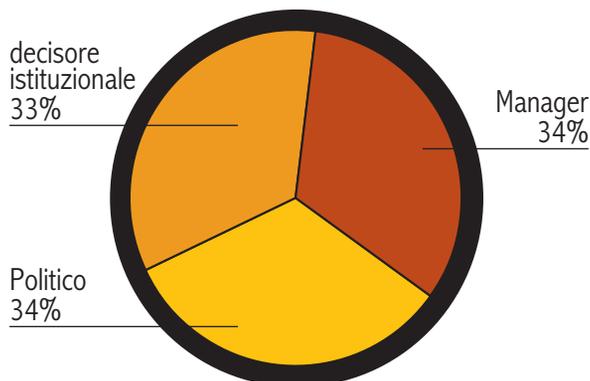
# “IL POTERE? MEGLIO SE UOMO”

Così hanno risposto 300 opinion leader intervistati

La leadership al femminile vista dagli uomini. Di potere. La ricerca della Fondazione Bellisario, realizzata dall'Istituto Barometro, ha intervistato 300 uomini chiave nel mondo delle aziende, della politica, delle istituzioni, della comunicazione.

DISTRIBUZIONE  
DEL CAMPIONE  
PER POSIZIONE  
PROFESSIONALE

Base:  
totale campione  
301 casi



L'assenza delle donne dal potere è un dato ampiamente confermato dalle statistiche ufficiali. Innumerevoli le ipotesi formulate al riguardo, come innumerevoli le ricerche condotte per misurare percezioni e opinioni che motivassero questo profondo gap che inficia la piena democraticità della nostra società.

Per non ribadire argomentazioni e soluzioni già indagate, abbiamo voluto affrontare la problematica da una prospettiva diversa e se vogliamo, privilegiata: quella degli uomini. Uomini che detengono il potere, che decidono e scelgono della progressione delle carriere, che si difendono, o meno, dall'ascesa femminile.

A questi uomini sono state rivolte poche ma efficaci domande.

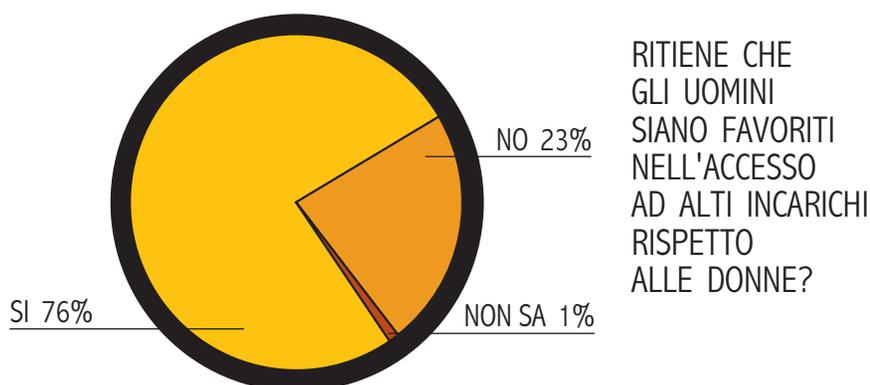
Obiettivo: misurare il loro atteggiamento nei confronti della leadership femminile; valutare le loro ipotesi sulle cause dell' "assenza" delle donne dal potere e analizzare la loro propensione a porre rimedio a questo grave disequilibrio.

I risultati non sono incoraggianti.

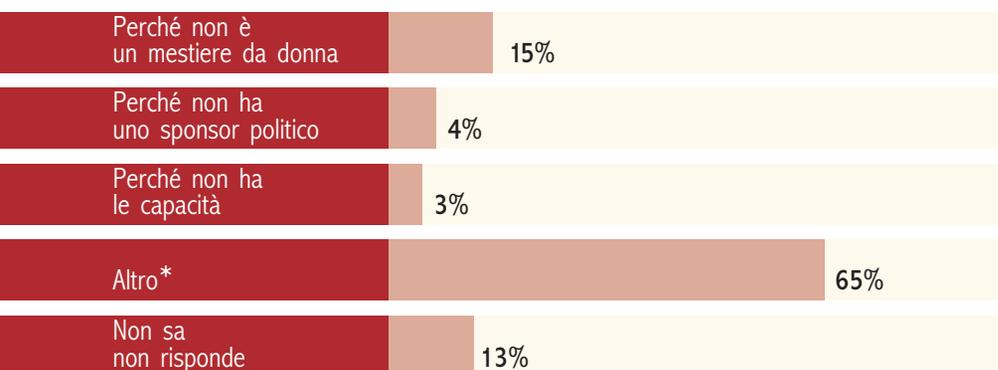
Il 76% del campione intervistato ritiene che gli uomini siano favoriti nell'accesso ad alti incarichi rispetto alle donne.

La percentuale più alta di risposte in tal senso, si registra tra i politici: 83 su 101, pari all'82%.

I motivi? Alla domanda "**Perché il suo posto non è occupato da una donna?**", troviamo una grande frammentazione di risposte, segno che una motivazione reale e univoca non esiste o quanto meno gli opinion leader del nostro Paese non riescono a rinvenirne una condivisa. Il 15%, risponde "**Perché non è un mestiere da donna**". In particolare le analisi delle correlazioni mostrano come questa risposta sia segnale di esclusione a priori e sia maggiormente legata a coloro che sono convinti che gli uomini sono favoriti nell'accesso a posizioni professionali di rilievo.



## PENSI ALLA SUA POSIZIONE PROFESSIONALE. A SUO PARERE, PERCHÉ NON C'È UNA DONNA AL SUO POSTO?



\*Casualità - Inferiorità numerica - Mancanza di cultura delle pari opportunità  
Difficoltà di mantenere un doppio ruolo - Meritocrazia - Ingresso recente di figure femminili

Scorrendo la tabella, al secondo posto troviamo **"perché non ha uno sponsor politico"**, al terzo **"perché non ha le capacità"**. Il 65% invece risponde "altro", dividendosi tra "casualità", "inferiorità numerica", "mancanza di cultura delle pari opportunità", "difficoltà di mantenere un doppio ruolo", "meritocrazia" e "ingresso recente di figure femminili".

Facendo dunque un bilancio, le risposte possono essere enucleate in tre ordini di motivazioni. Predominante, e questo è il dato più infausto, è la visione assolutamente anacronistica di donne che ancora non sarebbero in grado di svolgere determinati mestieri o che non possiedono quei requisiti e quelle capacità necessarie per occupare posizioni di vertice.

Il secondo ordine di motivazioni, può essere ascritto agli ostacoli che gravano sull'ascesa e sull'affermazione delle donne nel mondo del lavoro: dalla mancanza di una cultura di pari opportunità, alle difficoltà oggettive di mantenere il doppio ruolo. Interessante, in tal senso, è la verbalizzazione delle risposte.

Gli intervistati parlano di "vecchi retaggi culturali", di "una cultura tipicamente maschilista che taglia fuori le donne", di una "selezione fatta dagli uomini".

La terza ragione, cui gli intervistati ascrivono l'assenza di una donna sulla propria poltrona è, infine, quella della "giovane età" delle carriere femminili. In sostanza, secondo gli opinion leader italiani, le donne hanno cominciato ad "interessarsi" del potere in tempi recenti e dunque devono ancora sedimentare rapporti di lobby, appoggi politici e consistenza numerica, che spianino loro la strada verso il ponte di comando.

Alla domanda sul **"Perché in Italia le donne non raggiungono posizioni di leadership?"**, si ha invece una netta biforcazione.

Il 35% del campione intervistato adduce la **"difficoltà a mantenere un doppio ruolo"**, mentre il 31% **"resistenze e pregiudizi culturali"**.

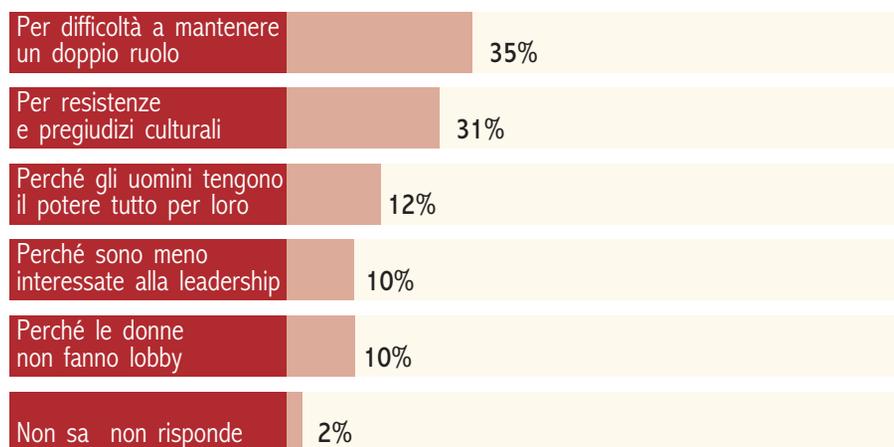
La difficoltà connessa al doppio ruolo, lavorativo e genitoriale, pare intrecciarsi inconsciamente a un limite culturale, rappresentato dai pregiudizi sociali. La visione maschilista della donna "angelo del focolare", tende ad essere giustificata con la "fatica" della doppia incombenza.

Gli intervistati ammettono di essere favoriti nel raggiungimento delle alte sfere, grazie anche alla persistenza dei pregiudizi culturali nei confronti dell'altro sesso, ciò nonostante non emerge un impegno per cambiare concretamente le regole del gioco. Il 12% del campione, infatti, ammette che le donne non raggiungono posizioni di leadership "perché gli uomini tengono il potere tutto per loro".

Pari merito al 10%, gli uomini secondo cui le "donne sono meno interessate alla leadership" e "non fanno lobby".

Entrambe le domande sono relative agli ostacoli e alle motivazioni che tengono lontane le donne dalla gestione del potere. La prima, però, a differenza della seconda ha un carattere strettamente personale. E la divergenza delle risposte è indicativa. Sui discorsi di principio, infatti, gli uomini di potere sembrano più propensi a giustificazioni di ordine sociale e culturale. Sul terreno personale, invece, sono più inclini a sancire una "superiorità" maschile in termini di competenze, capacità e professionalità. È la dimostrazione tangibile che gli uomini ai vertici del "sistema Italia" non vogliono condividere il proprio potere con le donne.

## A SUO PARERE, PERCHÉ LE DONNE IN ITALIA NON RAGGIUNGONO POSIZIONI DI LEADERSHIP?

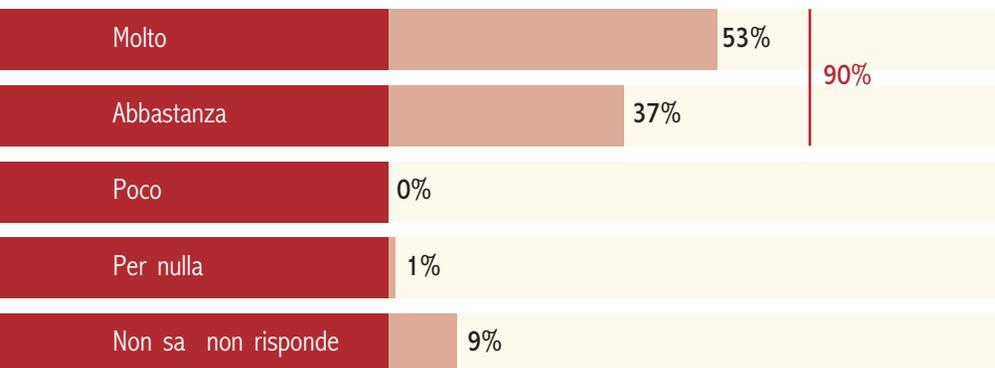


E' stato infine chiesto al panel, di indicare le donne più capaci ad assumere posizioni di vertice.

Alla domanda **"in che misura le sosterebbe"**, il 53% degli intervistati risponde **"molto"**, il 37% **"abbastanza"**, per un totale del 90% degli intervistati.

Nella valutazione di tale propensione è necessario valutare due aspetti. In primo luogo non si tratta di un'inclinazione spontanea, ma stimolata. Dietro esplicita richiesta infatti e dopo aver già segnalato il nome di una donna per un ruolo chiave, i nostri uomini sono "pressocché" obbligati a dire che sosterebbero la donna indicata. In secondo luogo, l'indicazione di una donna ai vertici, non comporta l'immediata "cessione" del proprio potere e dunque potrebbe essere bene accolta.

## IN CHE MISURA SOSTERREBBE LE DONNE?

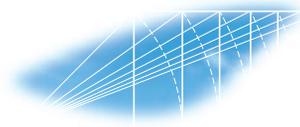


La lettura complessiva del questionario somministrato offre una mappa chiara e omogenea del quesito iniziale. La consistenza numerica di coloro che parlano di un deficit di competitività, professionalità o ambizione da parte delle donne è residuale. Così come residuale è la convinzione della scarsa solidarietà femminile o della relativa giovinezza del processo di leadership al femminile. A prevalere è invece la percentuale di coloro che ritiene le donne vittime di pregiudizi maschili e di un mancato intervento legislativo che possa loro consentire di svolgere con serenità sia il ruolo familiare che quello lavorativo.

*A volte la tecnologia supera l'immaginazione.*



Immaginiamo e realizziamo ogni progetto con la forza di un grande gruppo.  
La fantasia, nelle sue espressioni più alte, cambia nome. Diventa tecnologia.  
Finmeccanica ha fatto dell'alta tecnologia il suo punto di forza  
nell'aerospazio, nella difesa, nelle comunicazioni, nella sicurezza.



*Higher thinking.*

Aeronautica Alenia Aeronautica • Aeromacchi Elicotteri AgustaWestland Spazio Alenia Spazio • Telespazio Elettronica per la difesa Galileo Avionica • AMS • Marconi Selenia Communications • Orizzonte Sistemi di difesa MBDA • Oto Melara • WASS Information Technology Elsag Trasporti AnsaldoBreda • Ansaldo Trasporti Sistemi Ferroviari • Ansaldo Signal Energia Ansaldo Energia

**FINMECCANICA**



## Jonella Ligresti

Presidente Fondiaria Sai

### Due ostacoli davanti al cammino delle donne verso le stanze dei bottoni

**Jonella Ligresti** - Diffidenza e pregiudizio

**Lapo Elkann** - Gli uomini e il maschilismo

### Banca e Finanza: poteri al maschile.

#### Un motivo, una proposta.

**JL** - In effetti il mondo bancario e finanziario continuano ad essere una roccaforte che gli uomini, per tradizione di secoli, tendono a conservare in rigida esclusiva e dove le donne faticano a trovare uno spazio. Ma negli ultimi anni ci sono state delle aperture: io stessa sono entrata nei consigli di amministrazione di Mediobanca e Capitalia e mia sorella Giulia è presidente di Premafin Finanziaria. Mi auguro che i nostri casi non rimangano eccezioni, ma che rappresentino l'inizio di un ripensamento, libero da pregiudizi, del principio della parità tra uomini e donne nel mondo del lavoro, inteso anche come reale pari opportunità di accesso alle "stanze dei bottoni", avendo come unica discriminante capacità e professionalità individuali.

**LE** - Il motivo è di natura storica: tenuto conto che fino al 1945 le donne non votavano... ci vuole tempo per affermare l'accesso ai "poteri forti". Proposta: togliamo il voto agli uomini per 50 anni, e vediamo se si riequilibra tutto.

### Un ruolo chiave che attribuirebbe a una donna.

**JL** - Dipende dalle attitudini di ciascuna. Certo l'intuito e il senso pratico, propri in genere della donna, possono in molte situazioni rivelarsi determinanti.

**LE** - Non solo un ruolo chiave, a una donna di capacità affiderei le chiavi dell'azienda

### Una donna al ponte di comando di Confindustria e Banca d'Italia: utopia o prospettiva?

**JL** - Sicuramente una prospettiva e un augurio.

**LE** - Più che una prospettiva, un augurio.

### Quella volta che ha lasciato il passo alla maggior competenza dell'altro sesso...

**JL** - Non ricordo una volta in particolare, perché è mia abitudine dare spazio a chi, uomo o donna che sia, possa affrontare e risolvere al meglio un determinato problema, a vantaggio di tutti.

**LE** - Tutte le volte che ho incontrato una donna più competente di me.

### Competitività: attitudine maschile o femminile?

**JL** - Attitudine dell'essere umano, presente in misura diversa in ciascuno, ma senza distinzione di sesso.

**LE** - Di entrambi i sessi.

### Lapo Elkann

Responsabile Brand Promotion Fiat



**Ha il potere di colorare di rosa o di azzurro, a parità di competenza e professionalità, i componenti del Cda che presiede. Che proporzione sceglie per il suo miglior funzionamento?**

**JL** - Il criterio è unicamente quello di considerare, come ho già detto, competenza e professionalità.

**LE** - Non importano le proporzioni. Dipende dal valore delle persone.

**La sua azienda adotta politiche che agevolino non solo l'entrata ma anche l'avanzamento delle donne? E se sì, quali?**

**JL** - La politica praticata dalle nostre società è di valutare le persone in base alla capacità, professionalità, impegno ed esperienza.

**LE** - Come ho detto non è un problema di proporzioni. In alcuni enti siamo già a buon punto, ci sono donne di valore.

**Differenze imputabili al sesso nell'approccio imprenditoriale: un luogo comune o una verità che ha sperimentato?**

**JL** - In larga misura un luogo comune.

**LE** - Il luogo comune è che le donne manager siano aggressive, la verità è che sono tenaci e spesso più riflessive.

**La sua definizione di leadership e di potere.**

**JL** - Leadership significa avere lucidità di valutazione, capacità e determinazione nell'operare le scelte; il potere lo si acquisisce avendo operato valutazioni e scelte che si sono rivelate corrette e utili per l'azienda e le hanno portato valore.

**LE** - Rispetto e valorizzazione del gruppo di lavoro, fermezza ma al contempo attitudine all'ascolto delle opinioni altrui, empatia con il mio gruppo.

**Leadership femminile nel mondo economico: un parere sullo stato dell'arte in Italia.**

**JL** - Obiettivamente, poche sono ancora le donne ai vertici delle aziende, ma "la base" si sta allargando con una presenza femminile sempre più massiccia e qualificata, che consentirà in un futuro spero prossimo a un numero sempre maggiore di donne di raggiungere posizioni primarie nel mondo economico del Paese.

**LE** - Tranne qualche caso di imprenditrici illuminate devo dire che l'elemento femminile è purtroppo ancora carente nell'ambito manageriale e imprenditoriale e questa, purtroppo, è una grande perdita di risorse.



### Maria Latella

Giornalista e scrittrice

**Leadership e comunicazione: settimanali patinati e PR sono donna; agenzie di stampa, quotidiani, informazione TV, creazione format, pubblicità sono uomo. Un bilancio in attivo?**

**Maria Latella** - La seconda parte della vostra asserzione non è del tutto vera. Non è del tutto vero che agenzie di stampa, quotidiani, informazioni e TV, siano "uomo". Proviamo a immaginare come sarebbero senza il massiccio contributo delle donne giornaliste. Probabilmente più opachi e meno vivi di quanto siano ora. E poiché si dice da tempo che l'informazione è in crisi perché non sa davvero rispondere alle esigenze dei lettori, proviamo ad immaginare quanti giornali in meno venderebbero, e già non se ne vendono molti, se non ci fosse l'attuale contributo femminile.

**Anna La Rosa** - Una via di mezzo. Non è un bilancio in rosso, ma neanche in "rosa". Possiamo fare di più e di meglio. Troppo spesso le giornaliste vengono confinate nelle "riserve indiane" dei settimanali patinati e delle pubbliche relazioni, mentre possono essere molte altre cose. Ad esempio inviate in zone di guerra, o addirittura direttori. Un privilegio dei nostri tempi? Forse. Ma anche di una professionalità e di un'intraprendenza che non sono certo nate ora: se non ricordo male, quando Matilde Serao fondò con il marito Edoardo Scarfoglio il "Mattino" di Napoli, correva l'anno di grazia 1885!

**Peculiarità femminili che farebbero bene alla comunicazione in Italia.**

**ML** - Intuito, curiosità, capacità di guardare il proprio ristretto circuito di conoscenza e/o di potere.

**ALR** - Non credo che nel mondo della comunicazione ci siano peculiarità divise per sesso. Servono curiosità, ingeg-

no, intuizione, ma anche senso pratico. E più di ogni altra cosa serve l'equilibrio, la capacità di mediare gli opposti. Se questo sia più femminile o maschile, me lo dica lei...

**Una donna direttore di rete: una TV migliore o una rappresentanza femminile migliore?**

**ML** - Dipende dalla donna direttore di rete. Magari sarebbe una TV peggiore.

**ALR** - Per una TV migliore, dipende da quale donna sia stata scelta come direttore di rete. E il discorso, ovviamente, vale anche per gli uomini. Il "meglio" non è questione di sesso, ma solo di capacità, dunque di testa. Un organo che non mi risulta fisiologicamente diverso da donna a uomo, a parte forse per gli inventori di barzellette. Quanto alla presenza femminile, forse una donna farebbe meno discriminazioni di un uomo.

**Inviata di guerra: un primo passo per un più deciso protagonismo femminile nell'informazione o un episodio occasionale?**

**ML** - Oriana Fallaci è stata un'inviata di guerra, e correvano gli anni Settanta. In Medio Oriente, nel 1988, quando per il "Secolo XIX" ho seguito la prima Intifada, ho incontrato un gran numero di inviate di guerra inglesi e americane. Ai tempi della guerra del Golfo, Maria Giovanna Maglie e Lilli Gruber la seguirono per la Rai. Insomma, non è una novità e anche i quotidiani italiani si adegueranno. Il "Corriere della Sera", peraltro, s'era adeguato prima degli altri: tre anni fa, in Afghanistan, veniva uccisa Maria Grazia Cutuli.

**ALR** - Beh, mica tanto occasionale, direi: tante "occasioni" pian piano formano un'abitudine. Il numero di colleghe coinvolte in contesti ad alto rischio è notevole e il fenom-

## Anna La Rosa

Direttore Servizi Parlamentari Rai



eno non nasce certo con la crisi irachena. Basti pensare a due tragiche storie di coraggio e professionalità, Ilaria Alpi e Maria Grazia Cutuli. Insomma, direi che i nostri esami di maturità, come donne-reporter, ormai li abbiamo passati da un pezzo.

### Un giornale diretto da una donna: più equilibrato o più coraggioso?

**ML** - Credo, meno scontato. Ma occorre vedere quale sia stata la formazione della donna direttore, quali siano i suoi interessi e le sue conoscenze. Lo stesso esame che vale per un direttore di sesso maschile. Equilibrato? Coraggioso? Che cosa si intende per giornali "coraggiosi"?

**ALR** - Direi che si tratta soprattutto di un tabù infranto.

### Quella volta che un uomo le passò davanti solo perché "portava i pantaloni"?

**ML** - Nei giornali, o quantomeno nella mia esperienza professionale, non c'è qualcuno "che passa avanti". Tantomeno per il fatto che porta i pantaloni. Oggi io ho notizie più interessanti, sono in vena e le scrivo meglio degli altri. Domani è più in forma un altro collega e scrive meglio lui. Tutto qui.

**ALR** - Ricordo meglio quella volta che io sono passata davanti a un uomo. Quel giorno, me lo rammento bene, non avevo la gonna ma un bel paio di pantaloni gessati...

### Un universo mediatico all'estero: una peculiarità "pro donna" che andrebbe importata in Italia?

**ML** - Asili nido e part-time per le giornaliste che non vogliono rinunciare ad avere figli...

**ALR** - Ad alcuni media esteri, soprattutto di matrice anglosassone, riconosco il merito di aver scoperto e val-

orizzato prima di noi un "potenziale" femminile non concentrato esclusivamente sulla scollatura. Però credo che anche noi stiamo prendendo la rotta giusta. Anche se, ogni tanto, la nave si incaglia tra le curve di qualche 'velina'...

### Una donna "simbolo" della comunicazione in Italia.

**ML** - Miriam Mafai.

**ALR** - Non una ma due, certamente agli antipodi: Franca Ciampi e Veronica Berlusconi.

### La sua definizione di leadership e di potere.

**ML** - Avere potere significa poter decidere sulla base delle tue convinzioni, ascoltando le persone che ritieni utili alla formazione di una decisione opportuna. La leadership è talento naturale.

**ALR** - Per me 'potere', senza altri attributi, è un concetto abbastanza volgare. Significa in sostanza l'opportunità di disporre degli altri. E' un regalo del destino che può cadere in mano a chiunque, indipendentemente dai meriti. 'Leadership', al contrario, è un valore. Indica la capacità di vincere valorizzando le qualità degli altri, creando un obiettivo comune in cui gli altri possano riconoscersi. Ma soprattutto è un potere interpretato come responsabilità. Un fardello pesante da portare, perché comporta rinunce e solitudine.

### Leadership femminile nel mondo della comunicazione: una strategia d'azione

**ML** - Ribadisco quanto detto: la leadership è talento naturale.

**ALR** - Quella vincente: non parlare più di una strategia d'azione!



**( Sicilia, molto più di un luogo comune )**



*Presidenza della Regione Siciliana*

Imelde Bronzieri e Stefano Cavalleri. Una coppia nella vita e nel lavoro. Venticinque anni insieme per sognare, creare e portare al successo I Pinco Pallino, azienda leader nella moda per l'infanzia. Nei lunghi anni di impegno non hanno mai perso di vista il punto centrale: esiste un mondo dell'infanzia che va capito e rispettato. Un mondo con il quale le esigenze imprenditoriali, pur determinanti, devono convivere, in armonia. Imelde, quanto vi ha aiutato essere una coppia con figli?

"Moltissimo. Non potremmo guardare in faccia i nostri tre ragazzi, se non avessimo in ogni momento la coscienza che pur lavorando con i bambini e per i bambini, non abusiamo mai della loro immagine".

Le vostre sfilate sono molto professionali, ma allegre, i bambini che le animano sembra che giochino.

Come riuscite a conciliare l'esigenza di non forzare i piccoli protagonisti con quella di mettere in mostra i vestiti, i particolari, lo stile de I Pinco Pallino?

"Stefano in particolare lavora molto sulla creatività, sulla naturalezza, sulla dimensione del gioco. Non vogliamo piccoli vip, ma bambini normali, che mostrino abiti da gioco o da cerimonia, semplici o preziosi, studiati apposta per loro. E non vogliamo eccessi, che danneggerebbero in primo luogo chi sfila, ma anche la nostra immagine di azienda seria, che all'infanzia tiene veramente. L'impresa ha la responsabilità di creare buoni prodotti e di mantenere la promessa fatta al consumatore. Ma anche una grande responsabilità verso la società. Perciò abbiamo voluto realizzare l'Osservatorio sull'immagine dei minori".

In che modo l'Osservatorio può cambiare questa realtà?

"Cambiare è un'ambizione troppo grossa. Noi abbiamo semplicemente voluto mettere a disposizione di tutti uno strumento che contribuisca a diffondere una nuova e diversa cultura fra gli operatori economici, dei media e della pubblicità. L'intento dell'Osservatorio è fornire i dati di un'osservazione scientifica, grazie alla collaborazione delle Università La Sapienza di Roma e l'Università degli Studi di Bergamo. Il 1 febbraio presenteremo i risultati dell'indagine ad un folto gruppo di aziende, comunicatori, giornalisti, pubblicitari. Lo faremo a Roma, in Campidoglio, con presenze prestigiose: a cominciare da quella del premio Nobel Rita Levi Montalcini e del Vicesindaco di Roma Maria Pia Garavaglia. Ci aspettiamo che nasca una discussione ampia e cresca la consapevolezza. Poi naturalmente, ciascuno farà le proprie scelte, ma avendo chiare le proprie responsabilità".



Imelde e Stefano Cavalleri

# iPinco Pallino

## Una coppia nella vita e nel lavoro





## Barbara Contini

Inviato speciale Ministro degli Esteri Dafur

**Il sociale è il luogo pubblico e di attivismo di elezione delle donne: una conquista o una concessione per minore attitudine maschile?**

**Barbara Contini** - Il sociale è un luogo pubblico per uomini e donne.

**Maurizio Scelli** - Un rapporto che, a fil di ragione, può solo evocare ed esaltare magicamente i ruoli delle donne in un contesto dove amore e donazione garantiscono risultati d'eccellenza.

Conquista ma anche vocazione: ecco il versante dove la trasvolata femminile prende quota rapidamente inviando segnali insopprimibili di convincimenti duraturi che illuminano i momenti in cui la supponenza maschile cede il passo al sorriso. E' il cuore di donna che vince.

**Una donna impegnata nel sociale da imitare**

**BC** - Io non uso imitare altri.

**MS** - Tutte le donne hanno olio nelle loro lampade. La prima linea e' infinita e lambisce mari e terre lontanissime. Diventa difficile il racconto. Selezionare non conforta, meglio, io credo, riferire sul desiderio forte di chi preferisce il silenzio ai clamori, l'emulazione ai consensi. Dunque il coro è numeroso, le voci non stonano.

**Donne come chiave del riequilibrio degli assetti politico-internazionali: un'utopia o uno scenario presente e futuro?**

**BC** - Scenario presente in Europa non in Italia.

**MS** - E' un percorso tormentato, carico di dubbi, e la mente si inerpica nel buio di tunnel senza fine. Eppure la speranza al femminile gioca un ruolo fondamentale e il sostegno delle donne diventa l'ancora di salvezza. Difficile agitare ipotesi, mentre è facile smarrirsi. Gli scenari sono privi di indizi certi. Una cosa è certa: il successo della missione impossibile è legato all'intervento di chi propone sentimenti universali e non trattabili: le donne appunto.

**In percentuale, quale è secondo lei la presenza femminile nella galassia del volontariato?**

**BC** - Identica a quella degli uomini

**MS** - Alta, molto alta, aggiungerei elevatissima. Le cifre non rendono giustizia alle migliaia di presenze al femminile in un settore dove vita e morte si intersecano giorno dopo giorno e proprio alle donne vengono lasciati compiti estremi e spesso laceranti.

**Il ruolo delle donne per la risoluzione del conflitto mediorientale: decisivo o marginale?**

**BC**-Decisivo se la donna è in gamba e le si dà carta bianca

**MS** - Vale il concetto espresso appena sopra. La tragedia del medioriente ci lascia interdetti, sovente richiama lacrime e dolore, ma non vogliamo perdere la strada maestra per procedere tutti insieme, tra meditazioni e slanci, verso un territorio dove la pace si consegna, finalmente, agli uomini.

## Maurizio Scelli

Commissario straordinario Croce Rossa Italiana



**Alle luce delle sue esperienze di vita in altri paesi, a che punto è il cammino dell'affermazione femminile in Italia?**

**BC** - Molto indietro!

**MS** - Nessun dubbio, in Italia il ruolo e l'affermazione delle donne in ogni settore, ancorché in ascesa, ha raggiunto piani alti, direi prestigiosi e risplendenti per i risultati.

**Il volontariato è uno degli ambiti in cui la leadership femminile è più forte. Può rappresentare un modello da esportare? Se sì, quale?**

**BC** - Io lo importerei, più che esportarlo; il volontariato femminile all'estero e' molto più all'avanguardia del nostro.

**MS** - Il volontariato esclude ogni nazionalismo, ma il modello italiano precorre i tempi, raccoglie consensi, ottiene risultati importanti e le presenze della Croce Rossa Italiana, per esempio, ottengono riscontri che ci ripagano di sacrifici e altrettanti rischi. La capacità di dialogo italiana è diventata un know-how di difficile imitazione. Il segnale più forte e confortante è il sorriso delle folle martorate e dei bambini quando la Croce Rossa Italiana appare all'orizzonte come l'unica speranza.

**La sua definizione di leadership e di potere: potenza, virtù, forza; oppure egemonia, intesa come predominio ?**

**BC**- Hai bisogno di avere buona leadership per gestire con potere, senza farlo notare e pesare agli altri.

**MS** - Mi sembra retorico cavalcare le parole. Preferirei rievocare testimonianze in un'epoca dove la violenza sovrasta e lacera le coscienze.

Il dolore, come diceva Bernanos, e' universale.

Restituire dignità all'uomo è un dovere, così come sbriciolare gli steccati eliminando l'angoscia figlia della sofferenza.

**Leadership femminile nell'universo del sociale e del volontariato: un parere sullo stato dell'arte in Italia**

**BC**- Troppo poca.

**MS** - Due mondi che confluiscono nello stesso mare. Agire significa proporsi, senza paradossi; rivelarsi al prossimo con umiltà e altruismo.

Io confido nella sovranità della ragione, in certi slanci che solo le donne possono donare abbattendo l'orgoglio, tra pensieri di amicizia e una vocazione irrinunciabile. Questa è l'unica leadership possibile nel mondo del volontariato ed in Italia ci sono tanti esempi positivi.

# ISTITUZIONI IN PRIMO PIANO

Tanti e autorevoli i contributi di esponenti istituzionali che hanno arricchito il dibattito. Interventi mirati e approfonditi che hanno testimoniato come l'assenza della leadership femminile sia un problema ancora aperto in attesa di soluzioni comuni e condivise per ristabilire la democraticità di un Paese in cui le donne sono sottorappresentate



Michele Perini

"Sono lieto di ospitare la Fondazione e un dibattito tanto interessante come quello della leadership al femminile". Con queste parole ha dato il proprio benvenuto alla V Edizione di "Donna, Economia & Potere", per la prima volta a Milano, il Presidente dell'Assolombarda **Michele Perini**. "Credo che non sia un compito facile perché sul potere del mondo femminile esistono ancora pregiudizi. Purtroppo sembra che la 'moda' di questo Paese non sia di trovare soluzioni ma di scaricare sugli altri le responsabilità. Lo spirito propositivo di Assolombarda è dunque il contesto che accoglie questo evento".



Claudio Scajola

Con il ricordo di Marisa Bellisario si è aperto l'intervento del Ministro per l'Attuazione del Programma di Governo **Claudio Scajola**. "Questa protagonista del mondo sociale ed economico italiano, divenne una manager affermata, non perché donna, ma perché competente, capace, determinata, attiva, dinamica", ha affermato. "La Bellisario verrà per sempre ricordata non in virtù di una "quota" protetta, ma in virtù delle proprie capacità. Dobbiamo far sì che quella che è stata un'eccezione, possa diventare col tempo una regola."

Perché, secondo il Ministro, "agli innegabili passi da gigante, corrispondono ancora resistenze e incrostazioni consolidate. Le statistiche confermano che non siamo ancora di fronte a una parità di condizioni effettiva. Quante sono le donne che dirigono aziende anche private, salvo lodevolissime eccezioni? Quante tra i primari ospedalieri, quante nella Corte Costituzionale, nella Corte dei Conti, nel Consiglio di Stato?"

E il Ministro Scajola arriva al nodo della questione: la politica.

"Bipolarismo e proporzionale: quale spazio per le donne?", è il tema assegnatomi dalla Presidente Lella Golfo. Dobbiamo allora partire da un dato iniziale: in tutte le competizioni elettorali in Italia, le donne hanno ottenuto limitati successi. E anche alle Europee, dove la legge ha imposto una quota non inferiore al 30% di candidature femminili, i risultati non sono stati esaltanti. Avremmo dovuto avere un numero elevato di 50/60 parlamentari donne e invece solo 15 sono state elette, a fronte di 10 delle passate elezioni. Questo dimostra due cose. Da un lato che i sistemi coercitivi non funzionano mai: i partiti hanno sostanzialmente aggirato la legge, mettendo in lista figure femminili di limitata visibilità, solo per adempiere al dovere previsto dal legislatore. Dall'altro che la regola che donna non vota donna è purtroppo sempre valida".

La soluzione? "Partire dal basso, da quegli enti territoriali - Comuni, Province, Regioni -

dove si comincia a vedere un'inversione di tendenza, un trend in assoluta progressione di donne Sindaci e Presidenti di Provincia". Il passo successivo, secondo il Ministro, passa per gli Statuti. "Il Lazio ha inaugurato un nuovo corso, molto meritevole. Ed è la dimostrazione che, laddove c'è un sistema bipolare, lo spazio per le donne è maggiore, perché c'è un ricambio e un'alternanza che contribuiscono al miglioramento della classe dirigente". Dunque, per il Ministro Scajola, il punto sta nella coerenza che deve guidare la scelta dei vertici nelle grandi aziende pubbliche e nelle istituzioni. "Finché solo e soltanto uomini saranno ai vertici, sarà difficilissimo per una donna prendere preferenze elettorali. È necessario che in tutti gli organi dirigenziali dei nostri partiti, la presenza femminile sia garantita e sia forte".

"Sono d'accordo sulle capacità delle donne, sulla loro determinazione, sul piano della grinta e della dedizione al lavoro" ha esordito il Ministro delle Comunicazioni **Maurizio Gasparri**. "Nel mio Ministero ho programmaticamente perseguito la ricerca di un maggior numero di donne nei ruoli apicali (ndr nominando tre donne Direttori Generale), che sono poi anche quelli tecnici e quindi generalmente immaginati più a misura d'uomo. Ci sono invece validissime donne ingegneri, donne che si occupano di frequenza e di sicurezza nelle reti informatiche. E i campi di azione sono ancora tanti: dall'informatica, all'imprenditoria, all'editoria. E nella informazione, per esempio, sussiste ancora una discrasia. Le giornaliste hanno grande spazio, perché oltre che brave sanno interagire meglio con il pubblico. Ma poi sono poche le donne che dirigono testate e telegiornali. La mia esperienza, invece, mi insegna che promuovere presenze femminili serve. Mettere alla prova e qualificare le donne nei vertici delle strutture, offre delle opportunità a tutto il sistema".

Una consapevolezza che, a detta dello stesso Ministro, non è ancora stata fatta propria dalla politica. "Se come Ministro mi assolve perché ho dato un contributo decisivo, come dirigente politico invece ritengo di non aver fatto abbastanza. Le dichiarazioni di principio sono state fatte a tutti i livelli, nazionali ed internazionali. Manca però spesso la capacità di far seguire i fatti alle parole. Nel management come nel campo della pubblica amministrazione il bilancio è francamente deludente. Bisogna allora agire con coerenza e denunciare i comportamenti omissivi. Come ha sempre fatto e continua a fare la Fondazione Bellisario".

Secondo **Margherita Boniver**, Sottosegretario al Ministero per gli Affari Esteri, la soluzione passa anche attraverso la revisione della legge elettorale: "Un buon modello può essere la legge elettorale tedesca, proporzionale con sbarramento. L'indifferenza che c'è nel nostro Paese sta a noi donne portarla su un tavolo, affinché possa emergere impetuosa la questione dell'esclusione delle donne da molti meccanismi decisionali e di potere in Italia. La modernizzazione della nostra società, infatti, non può venire se le donne invece di fare passi avanti, fanno passi indietro". A questo proposito la Boniver riconosce l'importanza dell'azione svolta dalla Fondazione Marisa Bellisario "per creare quell'humus politico e culturale che ha tenuto vivo il discorso della leadership femminile. Se non sussiste questo background culturale, il problema non può essere affrontato. Deve rafforzarsi, inoltre, la volontà delle donne nel cambiare le cose e impedire quello spreco di talenti e di energie femminili, che rappresenta un vulnus per tutta la società".



Maurizio Gasparri



Margherita Boniver



Filippo Penati

Il Presidente della Provincia **Filippo Penati** ha sottolineato il suo impegno, per la promozione delle eccellenze femminili. "Nella mia giunta 6 assessori su 15 sono donne. Un dato alto rispetto alla media nazionale, ma un numero comunque basso rispetto alle mie previsioni iniziali. La scelta della mia amministrazione è quella di garantire il più possibile l'equilibrio attraverso gli strumenti istituzionali più adeguati, tra i quali la Commissione delle Pari Opportunità. Nella sola provincia di Milano le donne che lavorano sono 732 mila, il 43% dell'intera forza lavoro. Eppure, ancora oggi, persino nelle realtà più avanzate del milanese, le donne faticano a entrare nelle stanze dei bottoni. A parità di qualifica guadagnano meno, anche nei ruoli dirigenziali. Lo scopo è quello di guardare alle esperienze delle amministrazioni più avanzate del mondo, per trovare nuovi strumenti che rimuovano gli ostacoli esistenti. Perché se le donne non riescono a esprimere appieno le loro capacità, tutta la società ne soffrirà".



Roberto Formigoni

Un concetto ribadito dal Presidente della Regione Lombardia **Roberto Formigoni** che parla dell'assenza di leadership femminile come di un tema "di straordinaria importanza per il mondo intero e per la nostra società. Bisogna continuare a lavorare sul versante culturale. Far capire al mondo maschile che la presenza delle donne è un 'di più' nel processo di costruzione delle realtà sociali".

Per quanto riguarda la leadership nei diversi luoghi del potere, Formigoni è non solo positivo, ma concretamente propositivo. "Se le donne vogliono esercitare il diritto a una maggiore presenza nei ruoli elettivi, io esprimo tutto il mio consenso. So che è un percorso in salita, ma questa è una mia scelta, una scelta che si sta affermando anche nel Consiglio della Regione Lombardia". Quanto alla leadership all'interno delle aziende, invita le Istituzioni a produrre fatti concreti, portando come esempio la sua Regione. "Abbiamo attivato collaborazioni con le principali associazioni femminili, azzerato la quota regionale d'IRAP per le nuove aziende create da donne, stabilito bandi di gara specifici per quelle imprese femminili che portano novità nei campi della ricerca e dell'innovazione". Tutte iniziative, ha concluso il Governatore, che devono però essere accompagnate dalla risoluzione di un nodo fondamentale: "il ruolo di madre, educatrice e pilastro della famiglia e quello di lavoratrice e imprenditrice devono essere perfettamente integrati".



# CONVERSANDO CON FINI

## Ha la possibilità di scegliere il sesso del suo avversario in un contraddittorio politico: uomo o donna?

Gli avversari politici non si scelgono. Ma è sempre buona regola rispettarli.

## Una peculiarità tutta femminile che vorrebbe fosse portata "dentro" la nostra politica.

L'assoluta determinazione a perseguire un obiettivo.

## Un motivo per la scarsa presenza di donne in Parlamento.

Spesso per miopia, a volte per gelosia.

## Come vede il futuro della politica: sempre "maschio centrico" o equilibrato.

Equilibrato... Ma è un augurio!

## Italia fanalino di coda nella rappresentanza femminile in Parlamento: un motivo, una proposta.

Il motivo l'ho già spiegato. Quanto alla proposta: forse le donne dovrebbero farsi avanti con un pizzico di maggior decisione.

## Pari opportunità, Scuola: ci sono ministeri al femminile e ministeri esclusivo appannaggio del sesso forte?

No. Non ci sono divisioni per classi, non dovrebbero esserci divisioni per sesso.

## La percentuale di donne iscritte e quella di donne con una carica istituzionale nel suo partito.

Piccolo primato: il 42% degli iscritti ad An è donna. E poi

abbiamo il capogruppo all'Europarlamento, un sottosegretario e un'infinità di amministratrici locali.

## Quote rosa: un'opportunità o una forzatura per la politica?

Nel '95 la Corte Costituzionale dichiarò le quote incostituzionali. Con la modifica dell'art. 51 è stata approvata una norma di garanzia per le elezioni europee; oggi la stessa norma è all'esame del Parlamento per tutte le altre competizioni elettorali. Vedremo...

## Progetti a breve termine per incrementare la partecipazione femminile al suo partito

Credo che il Coordinamento Nazionale delle Politiche Femminili funzioni già bene...

## Scarso interesse delle donne per la politica e astensionismo femminile che supera di 4.5% quello maschile: la sua strategia per conquistare l'elettorato femminile.

Non ho una ricetta precisa. Credo che si tratti sempre di individuare un messaggio serio e credibile...

## La sua definizione di leadership e di potere.

Leadership è guida, indirizzo, servizio. Potere dà più l'idea di gestione, comando, controllo.

## Leadership femminile nel mondo politico: un parere sullo stato dell'arte in Italia.

Con tutta la buona volontà, per avere anche da noi una Thatcher bisognerà attendere...

Gianfranco Fini, Ministro degli Esteri





**La prima Tavola Rotonda, moderata dalla giornalista Diletta Petronio, ha analizzato numeri e prospettive della leadership al femminile in economia, politica e comunicazione.**



Daniela Brancati

Secondo **Daniela Brancati** "La Leadership è la capacità di cogliere e interpretare i segnali che provengono dalla società. E' saper sfruttare le opportunità per se stessi e per gli altri, infondere fiducia, solidità e coerenza. È leadership guidare il cambiamento". Le donne non detengono ancora la leadership perchè non adottano quello stile vincente, che la Brancati prova a descrivere attraverso la metafora dell'oca di Robert Dills "L'oca va in formazione, con uno schieramento a "V" e ha la capacità di essere guidata dall'oca leader. Ma quando la leader è stanca, le altre vanno avanti e tirano il gruppo. È arrivato il momento di fare noi la nostra "V", la nostra formazione. E diventare anche noi un pò oche."



Evelina Christillin

Prima questione, quindi, quella della lobby, della capacità di adottare uno stile di leadership efficace. "Nello sport - ha dichiarato **Evelina Christillin**, Vice Presidente Vicario TOROC 2006 - le donne vincono anche più degli uomini, ma a livello dirigenziale sono poche. Nel CONI, sono meno del 10%. Non c'è nessun Presidente donna nelle Federazioni Nazionali olimpiche e non olimpiche e solo 2 nelle 40 Federazioni Internazionali. Se 'l'oca numero uno' ha la possibilità di cominciare da zero, allora creerà un team come il mio, in cui la metà dei dipendenti è composta da donne, la quota di dirigenti è salita dal 40 al 60% e 4 tra i 20 direttori sono donne. L'importante è non fare le vittime di un complesso di sudditanza e credere in quello che vogliamo".



Mario Zanone Poma

E, come sostiene **Mario Zanone Poma**, Presidente Intesa Mediocredito, "guardare ai trend piuttosto che ai dati assoluti" per scorgere quei "processi di accelerazione delle donne in carriera, anche nelle posizioni di potere". Secondo Poma infatti, "dieci anni fa la situazione era diversa. Oggi nella mia banca il 40% delle risorse è donna. Nei ruoli dirigenziali la percentuale è la stessa. Nel totale il 70% sono laureate; le donne stanno sorpassando gli uomini e non ci sono differenze con i loro colleghi in termini di professionalità".

Anche l'esperienza di **Giulia Ligresti**, Vice Presidente Fondiaria Sai, è quella di una parità di occasioni e trattamento, "di persona fortunata e privilegiata". "Nel momento della successione, la mia scelta non ha creato problemi. Ho man mano avuto incarichi operativi più importanti. L'essere donna non mi ha tolto alcuna possibilità. "La Ligresti ha parlato di una società, la Fondiaria Sai, in cui "il 32% di consiglieri è donna" e in cui viene data "la possibilità di conciliare lavoro, famiglia e figli".

Nel solco della positività si inserisce anche l'esperienza della stilista **Alberta Ferretti**. "Nella moda non esiste differenza tra il ruolo maschile e femminile, perché la moda è creatività e la creatività non sta nella diversità di sesso. Stiamo vivendo un periodo di crisi, che non riguarda solo il settore moda. Bisogna essere attenti a tre fattori: creatività, la voce più importante per la moda in Italia, il know-how produttivo e distributivo e i servizi".

Da chi la moda la crea a chi la comunica, però, il discorso cambia. "Quando sono arrivata 15 anni fa a 'Vogue', gli uomini non mi accettavano e se ne andavano. Oggi sono rimasti in 5 perché non hanno voluto una donna come direttrice", ha raccontato **Franca Sozzani**, Direttore di 'Vogue Italia'. "Il problema delle donne nasce dalla scuola, dalla famiglia. Oggi l'immagine della donna in TV, come nei quotidiani, è distorta, dequalificata. Penso al prototipo della velina o della letterina".

Emerge dunque come la conquista della leadership passi anche attraverso la ricostruzione di un'immagine spesso svilta dai media, come ha sottolineato **Luca Josi**, Presidente Einstein Multimedia Group. "L'Auditel è uno strumento volgarmente democratico, quantitativo e non qualitativo. La TV è popolare e commerciale, influenzata principalmente dalla pubblicità". Ma se guardiamo le copertine dei settimanali il discorso sembra lo stesso. "Anche là vedo una strumentalizzazione commerciale dell'immagine femminile".

Ma il rapporto tra donne e comunicazione non si esaurisce nell'immagine televisiva. Secondo il massmediologo **Klaus Davi** "le donne fanno opinione nel settore della comunicazione, sono le maggiori consumatrici di TV, libri e giornali. Ma in Italia è debole quell'etica che nei Paesi protestanti facilita la libertà femminile e la lobby all'interno dei meccanismi di consenso. Ed è inutile aspettarsi che gli uomini si alzino spontaneamente dalle loro poltrone per far posto alle donne". A queste ultime suggerisce di organizzare una lobby più efficace, sottolineando come il consenso femminile sia fondamentale per vincere in politica anche se i politici sono convinti che non sia necessario collocare le donne nei ruoli-chiave.



Giulia Ligresti



Alberta Ferretti



Franca Sozzani



Luca Josi



Klaus Davi

Per noi, la comunicazione è una questione prioritaria.

### postaPrioritaria

Oltre 1.100.000 invii al giorno.  
Poste Italiane fa viaggiare più velocemente  
le tue lettere in Italia e nel mondo.

### directMarketing

1.924.000.000 di consegne  
in un anno tra comunicazioni  
commerciali e riviste.

### postaTarget

947.000.000 di invii l'anno,  
per mettere in contatto aziende e  
clienti in modo mirato e personalizzato.

### promoPosta

Oltre 749.000.000  
di comunicazioni pubblicitarie spedite  
in un anno: Poste Italiane fa arrivare la  
tua pubblicità proprio dove e quando serve.

### sitoInternet

www.poste.it  
25.000.000 di contatti al mese:  
l'Ufficio Postale Virtuale.

### CallCenter 803.160

1.700 operatori  
al servizio dei clienti.  
Più di 20.000.000 di contatti l'anno.

Siamo un'azienda nata per unire. Uniamo le persone lontane, le aziende con i clienti, i cittadini con le istituzioni e offriamo la nostra esperienza e la nostra tecnologia nei servizi di comunicazione. Per andare incontro al futuro con un obiettivo comune, quello di migliorarlo.



**Posteitaliane**

**Diletta Petronio**, in risposta, ha asserito che le donne sanno benissimo quanto conti fare squadra, ma anche che tradurre le parole in fatti non è cosa facile. E proprio sulle condizioni per accedere all'arena politica e alla rappresentatività istituzionale, si sono concentrati gli interventi delle "esponenti politiche".

**Cinzia Dato**, parlamentare della Margherita, ha chiarito la reale incisività che l'entrata in vigore della legge sulle "quote rosa" avrebbe. "Questa norma non riguarda il 30% dei posti, ma solo delle candidature. E pochi giorni fa il Parlamento, composto quasi esclusivamente da uomini, ha svuotato i poteri di una delle due camere di fronte alla possibilità che una parte di donne prenda il loro posto. E questo perché gli uomini vogliono veder tutelata la possibilità di essere ricandidati".

Con uno sguardo rivolto a quanto succede oltre confine, **Elisabetta Gardini** ha portato come esempio l'Afghanistan, dove una recente norma ha fissato la quota della presenza femminile in Parlamento al 25%. "La questione della donna è centrale nella diffusione del pensiero politico e nella gestione del potere", ha sostenuto la portavoce di Forza Italia. L'ottimismo però cede il passo quando si guarda alla situazione italiana. "L'Italia soffre di una democrazia imperfetta. È significativo che la campagna per le "quote rosa" non abbia ancora messo radici nell'opinione pubblica".

Ha fatto le veci dell'On. Santanchè, **Claudia Antonelli**, responsabile delle politiche femminili di An in Lombardia. "Le donne iscritte ai partiti sono una quota minima, mentre se guardiamo al mondo della 'meta-politica' sono numerosissime. Questo vuol dire che probabilmente la politica non lancia alle donne messaggi attraenti. Le donne devono impegnarsi di più nei processi decisionali dei partiti, nella definizione di liste e programmi. Le quote sono i passaggi che consentono di arrivare alle elezioni, ma essere messi in lista non basta. E' un problema che nasce dal partito. Bisogna agire sul terreno culturale, lo scontro frontale non porta a niente".

Non una gara per la conquista del potere, dunque, ma la consapevolezza che le donne sono una risorsa indispensabile per una società giusta e democratica. Questo il senso della conclusione di **Enrico Cisnetto**, editorialista. "Si è discusso di una sorta di gara virtuale alla partecipazione al potere. Il problema è capire quale consistenza ha oggi il potere. Potere significa scegliere, prendere decisioni, rischiando anche di perdere quote di consenso. In Italia siamo di fronte a una crisi dell'establishment. Allora la battaglia delle donne deve essere per creare le condizioni di agibilità del potere, per il bene del Paese. La specificità femminile esiste – ha continuato – ma c'è un 'problema dei problemi' più importante: la politica. Se non è attraente per le donne, non lo è per nessuno. Allora occorre cambiarne i connotati. Non credo che l'inserimento delle donne passi principalmente attraverso le quote. Il sistema politico oggi è bloccato. Se volete fare una lobby, fatela per voltare pagina".



Diletta Petronio



Cinzia Dato



Elisabetta Gardini



Claudia Antonelli



Enrico Cisnetto

# LA FORMAZIONE PER SOSTENERE LE AZIENDE DELLA REGIONE LAZIO NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

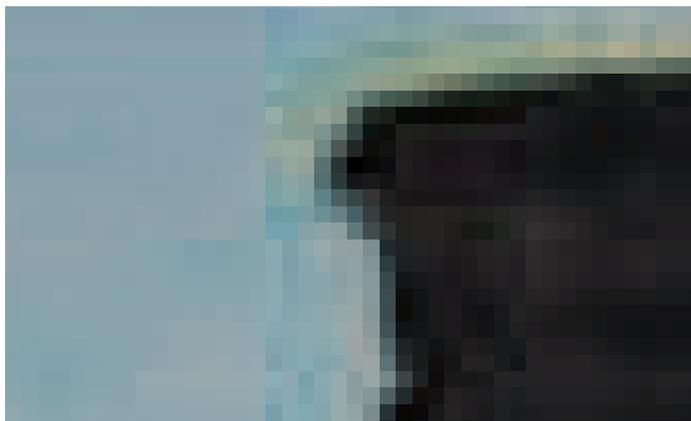
L'assessorato alla Formazione e alle Politiche del Lavoro della Regione Lazio ha avviato, tramite PROTEO S.p.A., società per le politiche attive del lavoro della Regione, una serie di programmi per la formazione di figure specialistiche di alto livello. L'obiettivo è di migliorare la competitività delle imprese laziali attraverso l'utilizzo di I.C.T., promuovere presso nuovi mercati i prodotti regionali, tutelare l'immagine e i marchi dalla concorrenza e attivare forme di partenariato con operatori di Paesi che hanno condizioni produttive complementari al sistema locale. Iniziative che vedono lo stretto coinvolgimento dei privati attraverso la costituzione di strutture consortili con aziende di primaria importanza come Alenia, Telecom, Cinecittà Holding ed ALTAROMA, il consorzio per la promozione della moda romana. Nei giorni scorsi, l'Amministratore Delegato di PROTEO, Cinzia Bonfrisco, ha firmato alla presenza dell'Assessore alla Formazione e alle Politiche del Lavoro, Giorgio Simeoni, il protocollo d'intesa con l'Istituto Argentino para el Desarrollo Integrado (IADI) e la Fundación Instituto para el Desarrollo Argentino Sustentable (FIDAS) per la realizzazione di attività di formazione congiunte in Italia e in Argentina. In particolare, il protocollo prevede l'attivazione del progetto "PRIMA MODA" per la qualificazione del personale, il trasferimento di conoscenze, la creazione di partenariati tra imprese laziali e argentine e la costituzione, nella provincia di Buenos Aires, capitale della moda dell'America latina, di un polo produttivo e di servizi per la promozione della moda italiana in tutto il continente.

L'Assessore Simeoni ha sottolineato che l'iniziativa crea opportunità per le imprese del Lazio attraverso l'apertura di nuovi mercati e la promozione di rapporti di collaborazione con produttori argentini, facilitata dalla vicinanza culturale con l'Argentina, dove vi è una diffusissima presenza di cittadini di origine italiana.

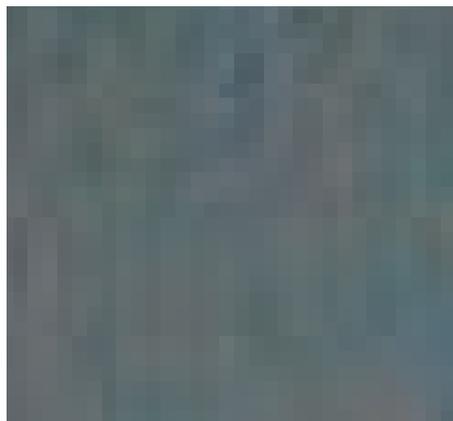
L'Amministratore Delegato di PROTEO ha sottolineato che l'iniziativa si inquadra nell'ambito di un'azione avviata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali italiano che mira, attraverso progetti di formazione che coinvolgono le regioni, all'esportazione dei modelli di sviluppo italiano.

Hilda González de Duhalde, presidente dello IADI, deputata del Parlamento Nazionale argentino, che in passato ha coordinato la politica sociale nazionale e della Provincia di Buenos Aires, ha sottoscritto il protocollo d'intesa, definendolo particolarmente significativo per il suo Paese, anche in considerazione dell'estensione, a tutti i paesi della America latina, dell'accordo regionale sulla libera circolazione delle merci nel continente.

da sinistra: Maria Néliida Doga, Cinzia Bonfrisco, Giorgio Simeoni e Hilda González de Duhalde.



Hilda González de Duhalde e Giorgio Simeoni.



Francesco Storage

## NUOVO STATUTO: DONNE IN PRIMO PIANO

La Regione Lazio ha cambiato pagina. Dopo 33 anni, c'è il nuovo Statuto: un testo innovativo, che molti hanno definito "rosa".

La nostra Carta fondamentale infatti, mette la donna al centro di passaggi strategici, in linea con l'esigenza della nostra società di usufruire, sempre più, del contributo femminile. È per questo che abbiamo voluto dare una risposta, unica nel panorama nazionale, al tema della rappresentanza femminile in politica e nelle istituzioni, stabilendo, nell'articolo 45, che nella nuova Giunta del Lazio, composta da sedici assessori, dovranno esserci almeno cinque donne. Questo comporterà, come conseguenza logica, che i partiti dovranno fare eleggere le donne e non limitarsi a candidarle. Abbiamo voluto questa straordinaria novità, anche in considerazione del fatto che, dall'istituzione della Regione, le donne presenti nelle Giunte del Lazio sono state poche: in sei legislature, solo sette. E oggi in tutta Italia, su un totale di 166 assessori regionali, solo 20 sono espressione del mondo femminile. La partecipazione delle donne è sempre stata molto limitata e non per colpa loro. Ora lo Statuto del Lazio introduce una grande novità, che ci auguriamo venga recepita presto anche da altre Regioni.

Così come ci auguriamo che molte altre novità, contenute nella nostra Carta fondamentale non restino solo



patrimonio del Lazio.

Nello Statuto infatti, fin dai principi, tra i diritti e valori fondamentali, si dice che la Regione "rimuove ogni ostacolo che impedisce la piena parità delle donne e degli uomini nei vari settori di attività attraverso l'attivazione di azioni positive. Garantisce le pari opportunità tra donne e uomini nell'esercizio delle funzioni regionali ed assicura l'equilibrio tra i sessi nelle nomine e designazioni di competenza degli organi regionali".

Non deve poi, essere dimenticato il ruolo della Consulta femminile regionale delle pari opportunità. Un organismo autonomo, che opera per la valorizzazione delle differenze di genere e per il superamento di ogni discriminazione, esercitando funzioni

consultive e di proposta nei confronti degli organismi regionali.

Lo Statuto entra anche in situazioni più particolari, come ad esempio nella composizione dell'Ufficio di presidenza del Consiglio regionale, dove si dice che "è garantita una equilibrata presenza delle donne", oppure nell'assegnazione delle risorse ai gruppi consiliari, dove sono disposte "risorse aggiuntive in misura proporzionale alla presenza femminile nei gruppi stessi".

Più in generale, lo Statuto detta norme chiare per l'intera organizzazione del personale regionale: "L'amministrazione regionale, nell'ambito del proprio sistema organizzativo, attua azioni positive per garantire l'effettiva parità di opportunità tra donne e uomini, nel rispetto di quanto stabilito dalla vigente legislazione in materia e dai contratti collettivi di lavoro, anche mediante un apposito comitato regionale".

Uno Statuto, insomma, che guarda alla risorsa-donna con estrema attenzione. Siamo convinti del fatto che le donne debbano avere un ruolo determinante per il governo della nostra Regione e questa non è una concessione, ma un diritto dell'universo femminile. Un riconoscimento importante alla sensibilità, all'intelligenza, alla capacità delle donne.

Le donne mamme, le donne lavoratrici, le donne politiche: le donne motore della società.



**Nella seconda Tavola Rotonda, moderata dal giornalista Alessandro Cecchi Paone, si è parlato di leadership femminile nel management, di forza dei network e di esperienze internazionali.**



Rosanna D'Antona

"Il punto di partenza - ha esordito **Rosanna D'Antona**, responsabile Lombardia della Fondazione Bellisario - sono i trend attuali e il contributo che a essi possono dare le donne. La parola d'ordine non è solo eccellenza, ma partecipazione allargata, competenza e motivazione nella logica dell'empowerment delle aziende e del personale. Nelle ricerche sulla leadership emerge come le donne favoriscano uno stile di leadership collaborativo e interattivo e soprattutto apprezzino e valorizzino le diversità". In questo contesto si inserisce il networking, la cui missione è sensibilizzare sulle opportunità e creare occasioni di sostegno e sviluppo.



Maria Kuzmukova

**Maria Kuzmukova**, Vicepresidente Associazione PM, ha illustrato a tal proposito le iniziative del suo network, il primo in Cecoslovacchia formato da sole donne. "La nostra Associazione ha lo scopo di supportare e aiutare tutte quelle donne occupate in carriere manageriali o aspiranti tali. Per riuscire nel nostro intento è però necessario un sostegno da parte delle organizzazioni dei Paesi più sviluppati".



Alessandro Cecchi Paone

Dunque l'importanza della globalizzazione che, come ha sostenuto **Alessandro Cecchi Paone** "cambia anche i diritti delle donne. Nei Paesi in via di sviluppo le aiuta a sottrarsi a intollerabili soprusi e nei Paesi avanzati a conquistare i ruoli più importanti".



Leyla Khaïat

E anche **Leyla Khaïat**, Presidente Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales, ha sottolineato come la globalizzazione rappresenti una grande opportunità per le donne. "Attraverso il network è possibile individuare idee, nuovi partner e opportunità di business, passando da un mercato locale a uno globale".

Perché "la concorrenza genera progresso" ha affermato **Zhang Junfang**. Il Ministro consigliere economico e commerciale dell'Ambasciata Cinese ha evidenziato come, "dal 1999 a oggi, l'ammontare degli scambi tra Cina e Italia sia passato da 5 a 15 miliardi di dollari, un progresso in cui le donne hanno giocato un ruolo fondamentale. Non a caso il primo progetto di joint venture in Cina è stato firmato da Marisa Bellisario. Oggi gli investimenti italiani in Cina ammontano a 10

miliardi e 7 milioni di dollari. A partire dall'entrata nel WTO la Cina, si sta impegnando per migliorare le condizioni di accesso degli investimenti esteri".

A lei ha replicato **Luisa Todini**, Presidente Todini Costruzioni Generali e Vice Presidente FIEC: "Gli accordi del WTO hanno prodotto solo una predominanza della Cina in tutti i settori, il che è sconvolgente". E sul rapporto uomo-donna ha continuato: "Il problema è che agli uomini si perdona anche la mediocrità, mentre alle donne si chiede l'eccellenza, sempre. E allora è importante, quando si arriva in un luogo dove si devono esercitare leadership e potere, esprimere il diritto alla diversità."

Anche **Chiara Grosselli**, direttore comunicazione e Mkt IBM, ha dato la propria testimonianza al tal senso. "IBM conta 319mila persone in 170 Paesi. Questo significa lavorare con mercati, geografie, razze e religioni diverse. In Italia siamo impegnati da 9 anni nella valorizzazione della diversità attraverso 25 task force che hanno lo scopo di valorizzare diversità di genere, culturali e razziali. L'equal opportunity è stata per noi un valore aggiunto".

Globalizzazione e anche sviluppo attraverso la diversità i temi toccati da **Maria Pierdicchi**, Direttore Generale Italia Standard & Poor's. "Soffriamo una mancanza di leadership politica ed economica, un deficit di competitività; continuiamo a perdere talenti che vanno all'estero, subiamo la trappola del mancato decisionismo. Di fronte a queste carenze, la leadership femminile può fare la differenza. Recentemente Tom Peters ha detto: 'mettete il 50% di donne in un board e vedrete che un'azienda diventa più etica'. Questa non sarà una regola ferrea, ma la diversità è una catalizzatrice di leadership e, come tale, va sfruttata non tanto e solo per le donne, ma per il Paese."

Anche perché, come ha sottolineato **Antonella Dodaro**, Vicepresidente Assocarni, mentre "gli uomini gestiscono le società solo per il potere in sé, le donne hanno una vision a più largo raggio. Io sono imprenditore di seconda generazione e ho avuto problemi solo per affermare le mie capacità, non per il mio essere donna". Ma come far emergere queste indispensabili risorse? Prima di tutto agendo sullo stile di leadership femminile.

**Maurizia Villa**, Country Manager di Heidrick Struggles, ha sostenuto che "le donne sono più brave, tenaci, forti, flessibili perché partono da una strada in salita, con resistenze e ostacoli. Talvolta, però, mancano di autocritica sulle proprie capacità manageriali e di leadership. Le donne devono passare a una seconda fase e imparare a lavorare sul coaching verso la leadership."

E a questo proposito **Ebele Okobi-Harris**, Senior Associate Advisory Services Catalyst, ha illustrato i risultati emersi dalle ricerche condotte sul tema della leadership. "Uomini e donne concordano nel far corrispondere all'avanzamento di carriera una buona condotta sul lavoro. In particolare, il 94% delle donne e il 91%



Zhang Junfang



Luisa Todini



Chiara Grosselli



Maria Pierdicchi



Antonella Dodaro



Maurizia Villa



Ebele Okobi-Harris

degli uomini ritiene che una promozione sia ottenibile attraverso l'iniziativa personale, il 78% delle donne e il 73% degli uomini attraverso il riconoscimento delle competenze sviluppate in un'area specifica. Mentre l'81% degli uomini e il 75% delle donne crede che si avanzi in grado superando le performance attese".



Susanna Zucchelli

"È dato che noi donne siamo arrivate dopo – ha dichiarato **Susanna Zucchelli**, AD dell'aeroporto di Olbia Costa Smeralda - se il management invecchia, toccherà a noi fare a nostra volta il top management. Noi donne siamo professioniste capaci e sappiamo assumerci responsabilità. Ma quando arriviamo a posizioni di vertice, dobbiamo resistere alla tentazione di circondarci di uomini e valorizzare quelle donne di 30-35 anni che formeranno la nuova classe dirigente del futuro".



Alberto Majocchi

Una dirigenza pronta a guidare la difficile fase della nostra economia secondo **Alberto Majocchi**. Il Presidente ISAE ha sostenuto come in Italia vari fattori economici abbiano reso più difficile l'accesso delle donne al mercato del lavoro. "Oggi molti colli di bottiglia del passato stanno progressivamente sparendo, ma il mantenimento di questi trend dipenderà dall'evoluzione della situazione economica italiana. Nel mondo si cresce a tassi del 4,7%, in alcuni Paesi dell'Asia si supera il 10% e i processi di crescita si sono diffusi a Cina, India, Russia, Brasile. Negli USA il tasso di crescita è del 4,3%, in Europa del 1,9%, in Italia del 1,2%. Come risolvere quest'impasse? Il primo passo è investire in innovazione e ricerca".



Patrizia Grieco

"L'Italia - ha sostenuto **Patrizia Grieco**, AD di Siemens Informatica - risulta terz'ultima in graduatoria per indice di innovazione. Abbiamo un tasso di laureati in discipline avanzate tra i più bassi. Eppure la percentuale di donne laureate raggiunge il 54%. Allora mi viene spontanea una provocazione: non si tratta di diversity management, ma di majority management. Il 15% di uomini in posizioni chiave – riprendendo la nostra ricerca - ritiene che non siamo adatte a fare certi tipi di lavoro: vorrei capire come manderebbero avanti le loro aziende rinunciando al 54% dei laureati del Paese. L'innovazione coinvolge modelli di business, mercato, comportamento, etica, governance. Le donne possono essere portatrici di nuovi valori e dare un contributo fondamentale".



Lella Golfo

La conclusione alle parole di **Lella Golfo**. "Con questa intensa giornata di dibattito, abbiamo dimostrato ancora una volta che ci sono donne pronte a occupare posizioni di leadership. Adesso occorre passare ai fatti. Vogliamo interpretare la presenza e gli interventi dei Ministri Scajola, Gasparri e del Sottosegretario Boniver come un impegno concreto. La Fondazione Bellisario, pur avendo prodotto tanto in questi anni soprattutto grazie alla fitta rete di donne in tutta Italia, non può sostituirsi al Governo, né ai partiti. Siamo pronte a partecipare al cambiamento, ma abbiamo bisogno di interlocutori sensibili, disposti a dialogare".

# Kia Picanto. Picantissima.

NADLER LARDNER & MARTINELLI



\*Con sconto incondizionato di 800 euro. I.P.T. esclusa. Versione 1.0 12V LX Urban. Consumo combinato (litri x 100 km) 4,9. Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km) 118. La foto è inserita a titolo di riferimento.



- ✓ Servosterzo
- ✓ 2 Airbag
- ✓ ABS
- ✓ EBD
- ✓ 4 freni a disco
- ✓ 5 posti

#### Zero anticipo, Zero rate per un anno, Zero interessi per due anni.

Prima rata a 12 mesi dall'acquisto, 30 rate con interessi tan max 5,88% - taeg max 6,04% + 24 rate a interessi zero (tan 0% - taeg 0%). Finanziamenti salvo approvazione Fin-domestic Banca S.p.A. Per tutte le condizioni contrattuali si rinvia ai "Fogli Informativi" a disposizione della clientela presso le concessionarie che aderiscono all'iniziativa. Offerte non cumulabili con altre in corso, valide su tutta la gamma Picanto disponibile in rete, per auto immatricolate entro il 31/12/04.

da **7.650,00\*** €



Numero Verde  
800-097330

[www.picanto.it](http://www.picanto.it) Kia Motors Italia SpA. Una Società del Gruppo "Koelliker SpA."



**Non seguite la moda, guidatela.**

IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO

280 manager,  
imprenditrici e  
libere professioniste,  
giunte da ogni  
parte d'Italia,  
erano presenti  
al Seminario  
in Assolombarda.  
Una testimonianza  
di affetto e  
di appartenenza  
per ribadire  
ancora una volta  
la volontà  
di condividere  
il percorso  
dell'affermazione.



Dall'alto in senso orario:  
Panoramica della sala,  
Amiche della Fondazione,  
Ebele Okobi-Harris,  
Giustina Destro e Silvia Vaccarezza.

# IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO



“

Sono lieto di ospitare la Fondazione Bellisario. Esistono ancora pregiudizi sul potere del mondo femminile e le riflessioni che svilupperemo oggi ci fanno capire quali sono ancora le distanze e gli strumenti che servono a colmarle per valorizzare non i processi di conflitto, ma quelli propositivi. Lo sviluppo del Paese passa da questo tipo di confronti.

Michele Perini

”



Dall'alto in senso orario:  
Michele Perini e Lella Golfo,  
Margherita Boniver,  
Leyla Khaïat,  
Zhang Junfang,  
Samaritana Rattazzi.

“

La questione dell'esclusione delle donne da molti meccanismi decisionali e di potere in Italia deve emergere impetuosa. Così non possiamo continuare. Il punto di quadratura è da rinvenire in diverse azioni. La prima, già svolta egregiamente dalla Fondazione Bellisario, è creare quell'humus politico e culturale per tenere vivo il discorso della leadership femminile. La seconda è la volontà delle donne di cambiare le cose. La terza è quella di mettere mano alla legge elettorale.

Margherita Boniver

”

**DI TUTTO, DI NEWS.**

LA TUA TV VA DOVE C'È LA GUERRA  
E DOVE C'È LA PACE,  
DOVE SUCCEDONO GRANDI EVENTI  
CHE COINVOLGONO MILIONI DI PERSONE O  
PICCOLE EMOZIONI CHE TOCCANO SOLO TE.  
INFORMARTI È UN GRANDE IMPEGNO.

**Rai**

# S H I P

IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO



“

La Fondazione ha una missione storica, ed oggi deve porsi alla testa di un'idea. Abbiamo un problema grave nel nostro Paese, bisogna risolverlo. A Lisbona abbiamo posto precisi obiettivi perché l'Europa cresca e assuma il ruolo che le spetterebbe anche nel panorama mondiale.

Cinzia Dato

”



“

Potere significa scegliere, prendere decisioni, rischiando anche di perdere quote di consenso. La nostra politica non è stata più capace di riempire se stessa, non solo di contenuti e valori, ma di capacità decisionali. In Italia siamo di fronte a una crisi dell'establishment politico ed economico.

Enrico Cisnetto

”



Dall'alto in senso orario:  
Paola Palmerini,  
Rosanna D'Antona  
e Simona Macellari,  
Relatori Prima Tavola Rotonda,  
Enrico Cisnetto,  
Luisa Todini,  
Cinzia Dato,  
La sala.

# A L F

“

Non solo condivido l'affermazione sulla maggiore capacità delle donne, ma la pratico nei fatti, impegnandomi perché venga riconosciuta e premiata. Mettere alla prova e qualificare le donne nei vertici delle strutture offre delle opportunità preziose a tutto il sistema. Le dichiarazioni di principio sono state enunciate a tutti i livelli, nazionali ed internazionali, ora bisogna far seguire i fatti alle parole e denunciare i comportamenti omissivi.

Maurizio Gasparri

”

Dall'alto in senso orario:  
Maurizio Gasparri,  
Relatori Seconda Tavola Rotonda,  
Patrizia Grieco e Alberto Majocchi,  
Lella Golfo e Alberta Ferretti,  
Maria Grazia Fabrizio,  
Alessandra Grimaldi.



“

Il tema è di grande interesse per Confindustria e sono sicuro che dall'incontro verranno importanti conferme sul ruolo sempre più rilevante che le donne assumono in tutti i campi della vita sociale.

Luca di Montezemolo

”

# FEMMINO

O C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO



“

Il tema della "leadership al femminile" si inquadra nel più ampio contesto della necessità di riconoscere e valorizzare gli straordinari traguardi raggiunti dalle donne in ogni settore della vita economica, culturale, sociale e politica del nostro Paese; traguardi ai quali, spesso, non corrispondono adeguate posizioni di funzione.

Stefania Prestigiacomò

”

Dall'alto in senso orario:

Panoramica della sala,  
Silvia Vaccarezza,  
Franca Sozzani,  
Panoramica Prima Tavola Rotonda,  
Silvia Annicchiarico e Lella Golfo.

# MILANO

IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO



“

Non c'è mai stato nessun Papa come quello di oggi che abbia insistito sulla necessità della emancipazione femminile nella società moderna.

Elisabetta Gardini

”

“

Nonostante siano descritte dai media come soggetti deboli, oggi le donne stanno costruendo con fatica e determinazione un futuro da soggetti forti. Il loro contributo alla forza della società è straordinario, ma purtroppo non ancora riconosciuto. Eppure non ci può essere sviluppo in una società democratica senza una piena affermazione delle donne.

Filippo Penati

”



“

Nei confronti della capacità della donna di svolgere una professione alla pari dell'uomo esiste ancora un forte pregiudizio. Grazie per aver riportato qui a Milano il tema del lavoro, dell'imprenditoria femminile, della leadership, del potere e del suo esercizio. Si tratta di riflessioni di straordinaria importanza per il mondo intero e per la nostra società.

Roberto Formigoni

”

Dall'alto in senso orario:

Patrizia Grieco,  
Maria Kazmukova,  
Ebele Okobi-Harris e  
Lella Golfo,  
Elisabetta Gardini,  
Filippo Penati,  
Chiara Grosselli,  
Roberto Formigoni.



IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO IO C'ERO



“

La società ha bisogno di noi. Ma noi abbiamo bisogno di interlocutori validi e affidabili con cui colloquiare perché non vogliamo fare una rivoluzione. Questo Paese crescerà, e crescerà tanto, nella misura in cui utilizzeremo quegli uomini e quelle donne che sapranno cambiarlo. Rivediamoci spesso per riparlarne e sfruttiamo questi momenti di confronto perché la voglia di fare c'è ed è molta. L'abbiamo dimostrato qui oggi.

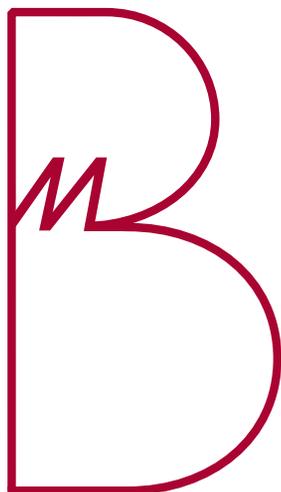
Lella Golfo

”

Dall'alto  
Seconda Tavola Rotonda,  
Incontro al buffet.



ESTÉE LAUDER



## NEWS dalla Fondazione

### Continua il nostro impegno in Afghanistan

• Il progetto "Entrepreneurship Development and Handicraft for Women in Afghanistan", realizzato in collaborazione con il Centro Internazionale di Formazione dell'OIL di Torino, è in dirittura di arrivo. Grazie alla collaborazione con il Ministero degli Esteri sono arrivate nel nostro Paese 50 donne afgane che sono state formate attraverso un corso teorico e pratico presso importanti realtà aziendali, come quelle della lavorazione artigianale della ceramica, dell'oro, del vetro e della moda. Questa esperienza ha consentito loro di rientrare in Afghanistan con competenze tali da divenire concretamente trainer dello sviluppo imprenditoriale e dell'artigianato locale, costituendo piccole e medie imprese.

• Dalla nostra Ambasciata in Afghanistan è giunto in Fondazione un primo rapporto sull'andamento dello "Shelter for the Protection of Women in Need", realizzato grazie al nostro fondo di 28.000 Euro, consegnato lo scorso anno al Ministry of Women's Affairs. La casa di accoglienza ha già ospitato da maggio a luglio di quest'anno 34 donne in difficoltà, di cui alcune con figli.



Partecipanti al corso di formazione nella sede dell'OIL di Torino, maggio 2004

(foto di Enzo Signorelli)

### I nostri progetti di formazione

**Archeorete.** Questo progetto EQUAL vuole costruire un modello di "distretto turistico integrato" in quattro aree del Mezzogiorno, per sostenere la nascita di nuove imprese nel campo della valorizzazione e della tutela dei beni ambientali, culturali e sociali.

**Brave!** Progetto per l'emersione dei ruoli sottovalutati. Nel quadro delle Azioni positive previste dalla Legge 125/1991 attua un'analisi sul mondo del lavoro, per esaminare i motivi del mancato raggiungimento di un livello pari all'impegno e alla professionalità di molte donne.

### Le attività nel Lazio e in Sicilia

Il Gruppo Lazio, con la neo responsabile **Carolina Botti**, ha avviato un piano di rilancio e sviluppo delle attività territoriali ponendosi come obiettivi:

- consolidare la conoscenza tra le associate e la lobby;
- potenziare il network di relazioni (es. attraverso partnership e gemellaggi);
- promuovere il ruolo della Fondazione presso le Istituzioni attraverso specifici programmi o proposte di legge per il potenziamento delle risorse femminili sull'intero territorio nazionale.

Il Gruppo Siciliano, con la responsabile **Patrizia Livreri**, sta lavorando all'organizzazione di un importante convegno in collaborazione con la Regione Siciliana: "**Crescita e delocalizzazione delle Piccole e Medie imprese**", che avrà luogo presso il Consorzio Universitario di Agrigento nel luglio 2005.

# IBM: LA FORZA DELLA DIVERSITÀ

di Chiara Grosselli, Direttore Comunicazione e Marketing IBM



Dal 1995 ad oggi in IBM il numero di donne che ricopre ruoli dirigenziali è cresciuto del 370%, quello dei manager che appartengono a minoranze etniche del 233%. Il 29% dell'intera popolazione – 319 mila persone in 170 Paesi - è femminile e il 20% delle donne ricopre ruoli manageriali.

Questi dati, certo rilevanti per una società d'Information technology, sono uno dei risultati prodotti da una precisa strategia dell'azienda, che è stata sintetizzata con il termine "Diversity". Una strategia che nasce nel 1995 quando la IBM, sotto la guida dell'allora Presidente Lou Gerstner, era impegnata a riprendere un ruolo di guida nel settore dell'Information Technology.

Una delle "ossessioni" di Gerstner era la centralità del cliente e del mercato. Nessuna impresa, anche quella più high tech, può avere successo se non è capace di capire a fondo il cliente, le sue esigenze e aspettative. Occorre parlare la stessa lingua, condividere la stessa cultura.

A quell'epoca, tra l'altro, si apriva la rivoluzione di Internet, un nuovo canale globale ma allo stesso tempo focalizzato, che rendeva la comunicazione e il brand elementi sempre più integrati con il business.

Di fronte a questo nuovo scenario occorreva riflettere sull'identità stessa della IBM, sulla sua capacità di riflettere anche al suo interno la nuova realtà del mercato.

Da qui la diversity. Che significa valorizzare le caratteristiche di ogni individuo – di razza, sesso, cultura, religione, competenze – non soltanto eliminando qualunque discriminazione, ma stimolando la crescita di comunità "diverse" all'interno dell'azienda. E in questo modo arricchendo quel patrimonio di idee, culture e competenze che spingono un'organizzazione a innovare e a cogliere le opportunità che si presentano al suo esterno.

Per la IBM la diversity non è stata una rivoluzione radicale. Già nel 1934 la società aveva adottato un pari trattamento economico tra uomini e donne anticipando di 30 anni la Equal Pay Act varata dal Governo degli Stati Uniti. Ma l'aspetto chiave del nuovo indirizzo è il passaggio da un atteggiamento di non discriminazione a un ruolo attivo nel promuovere la diversity.

La diversity è stata una fantastica opportunità per tutte le donne che lavorano in IBM. In Italia, in particolare, il 29% del personale è femminile. Sono donne il 18% dei manager e il 28% delle nuove assunzioni.

Ma attenzione: non tutto il merito è delle policies aziendali. Una fattore decisivo sono le scelte formative. Le ragazze oggi si laureano prima e meglio. Ma soprattutto, sono sempre più numerose quelle che si iscrivono a facoltà tecnico-scientifiche o economiche e cercano sbocchi nel settore dell'ICT.

Insomma, la diversity è una grande opportunità per l'azienda e per le persone. Lo è in particolare per le donne, ma affiancata alla convinzione, nell'universo femminile, di voler giocare un ruolo di primo piano anche in contesti come la tecnologia e l'informatica dove la loro presenza è ancora troppo limitata.

## Come aderire alla Fondazione:

Chi desidera far parte della Fondazione può inviare al nostro indirizzo la sua richiesta, allegando un curriculum personale e professionale che verrà sottoposto al vaglio degli organi competenti. L'iscrizione comporta il pagamento di una quota annua così ripartita: ordinaria Euro 260, sostenitrice a partire da Euro 520, "Sezione Giovani" Euro 130.



Nome .....

Cognome.....

Data di nascita.....

Indirizzo.....Città .....

Telefono .....Fax.....

E-mail.....Cell .....

Professione.....

## Il valore dell'adesione:

Le associate partecipano a tutte le attività della Fondazione; ricevono assistenza nelle attività professionali; hanno l'opportunità di scambiarsi esperienze a livello nazionale e internazionale; usufruiscono di tutti i servizi e convenzioni della Fondazione; ricevono il materiale informativo... in una parola, sono protagoniste del mondo che vogliamo migliorare!



# Investi su di te.

## IntesaBridge

il prestito per gli universitari

Banca Intesa ha a cuore il futuro dei giovani e, per questo, crede nello sviluppo del capitale umano e della mobilità sociale offrendo soluzioni innovative di finanziamento agli studi. Un esempio di questo impegno è IntesaBridge, il primo prestito-ponte dall'Università al lavoro, oggi scelto dai più prestigiosi atenei italiani per i giovani universitari che investono sul futuro. Per informazioni collegati a [www.intesabridge.it](http://www.intesabridge.it) o chiama il numero verde 800 616161.

Un'iniziativa di Banca Intesa per gli studenti universitari.



Politecnico di Milano



Politecnico di Torino



Politecnico di Bari



Università Politecnica delle Marche



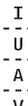
Università degli Studi di Milano



Università degli Studi di Torino



Università Ca' Foscari Venezia



Università IUAV di Venezia



Università Commerciale Luigi Bocconi



Luiss  
Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli



Università Cattolica del Sacro Cuore



Campus Bio-Medico Roma

Vogliamo meritare di essere la tua banca.



**Banca Intesa**

VEDIAMO  
IL MONDO  
CON GLI OCCHI  
DI DOMANI.



NO LA BATTERIA  
SULL'ERBA  
MA NEL SECCHIO

**PARTECIPA ANCHE TU ALLA RACCOLTA DI VECCHI CELLULARI,  
BATTERIE ESAURITE E ACCESSORI.**

Abbiamo già raccolto e smaltito correttamente 7 tonnellate di vecchi cellulari, batterie e accessori. Utilizza anche tu i contenitori per la raccolta presenti nelle nostre sedi e nei negozi Vodafone One. Chi ha rispetto per l'ambiente sa già vedere il mondo con gli occhi di domani.

Tutto intorno a te



in collaborazione con:



[www.vodafone.it](http://www.vodafone.it)