

I.P. DISTRIBUITO CON IL SOLE 24 ORE



IL GUSTO DEL FUTURO

ROMA 29-30 ottobre 2021
AUDITORIUM
PARCO DELLA MUSICA "ENNIO MORRICONE"
SALA SINOPOLI



FONDAZIONE MARISA BELLISARIO

UNISCITI A NOI

Aderisci alla Fondazione Marisa Bellisario.
Diventa protagonista di una Lobby da trentaquattro anni
impegnata per lo sviluppo e la crescita professionale delle donne.



#AVANTI DONNE

www.fondazionebellisario.org



2 UNISCITI A NOI

4 IL NOSTRO GUSTO DEL FUTURO
di Lella Golfo

6 IL GAP DA COLMARE
di Maria Cristina Messa
Ministra dell'Università e della Ricerca

7 OGGI TOCCA ALLE DONNE
di Elena Bonetti
*Ministra per le Pari Opportunità
e la Famiglia*

9 LA PIÙ GRANDE
RIVOLUZIONE MAI IMMAGINATA
di Maria Latella

10 DONNE & INTELLIGENZA ARTIFICIALE

22 L'ESIGENZA DI CAMBIARE STRADA
di Federico Fubini

23 ECONOMIA DELLA CONOSCENZA:
SVILUPPO, TRANSIZIONE, DIGITALIZZAZIONE

33 QUANTE SFIDE PER NOI DONNE!
di Silvia Vaccarezza

34 IL B-FACTOR DELLE STARTUP
AL FEMMINILE
di Carlo Alberto Carnevale Maffè

37 B-FACTOR: FATTORE BELLISARIO

42 IA: UNA DISCIPLINA
SOCIO-TECNOLOGICA DOVE LE DONNE
SONO FONDAMENTALI
di Francesca Rossi

43 LA VISIONE DELLE DONNE
PER I ROBOT DI DOMANI
di Barbara Mazzolai

44 UN'ITALIA CHE NON TI ASPETTI
di Luca Josi

45 IL PRESENTE GUARDANDO
AL FUTURO
di Roberta Palazzetti

46 DONNE E UOMINI AL SERVIZIO
DELLA SOCIETÀ DELLA CONOSCENZA
di Antonella Polimeni

47 DALLA PARTE DELLE IMPRENDITRICI:
STARTUP E B-FACTOR
di Federica Garbolino

48 GIOVANI IMPRENDITRICI:
UNA MARCIA IN PIÙ
di Maria Laura Garofalo

50 UN VIAGGIO TRA PASSIONE
E INNOVAZIONE
di Anna Roscio

51 AVANTI, SENZA ARRENDERSI
di Monica Mosca

52 L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
NELLA MODA
di Elena Miroglio

54 INNOVAZIONE E COMPETENZA
di Olga Urbani

55 IL DIGITALE E LA RIVOLUZIONE
DEI MEDIA
di Beatrice Coletti

56 IL POPOLO AFGHANO
NON PUÒ ESSERE LASCIATO SOLO
di Sakinah Hossieni

61 WOMEN VALUE COMPANY 2022
INTESA SANPAOLO

*Inserito a cura
della Fondazione Marisa Bellisario*

*con la collaborazione di
Marina Abbate
Federica Tagliaventi*

*Progetto e impaginazione
Studio Vitale*

*Stampa
Elcograf*

COME ADERIRE ALLA FONDAZIONE MARISA BELLISARIO

Non una semplice associazione di donne ma un network di energie e competenze, una lobby del merito, una rete di dialogo e confronto, un gruppo solidale e unito: questa è da trentaquattro anni la Fondazione Marisa Bellisario. Entrare a far parte di questo network significa condividere le innumerevoli attività e iniziative, ricevere informazioni d'attualità, partecipare ai tanti eventi promossi, usufruire di convenzioni, ricevere supporto e assistenza nella propria attività professionale, confrontarsi su temi economici e politici, ed essere protagoniste di una lobby impegnata per favorire lo sviluppo e la crescita delle Donne e del Paese. E però vuole dire anche impegnarsi con generosità, passione e determinazione per le altre donne. Diventare associate della Fondazione Bellisario significa decidere di essere Protagoniste del proprio tempo e del proprio Paese, scegliere di agire per diventare Artefici del proprio futuro insieme a tantissime donne e uomini. Per entrare a far parte della Fondazione occorre inviare il curriculum personale e professionale, che verrà sottoposto al vaglio degli organi competenti per l'approvazione. L'iscrizione comporta il versamento di un contributo annuale. La domanda d'iscrizione comprensiva di curriculum vitae va mandata all'indirizzo info@fondazionebellisario.org o inoltrata attraverso il sito.

www.fondazionebellisario.org

Fondazione Marisa Bellisario
Ente morale
ONG-Organizzazione Non Governativa
Riconoscimento di archivio di interesse storico
Piazza Giuseppe Verdi, 8 - 00198 Roma
Tel 06 85357628 - 06 69404690
Fax 06 874599041
info@fondazionebellisario.org
www.leprotagoniste.org





IL NOSTRO GUSTO DEL FUTURO

di **Lella Golfo** Presidente Fondazione Marisa Bellisario

Coraggio e Futuro sono le parole che ho consegnato all'apertura della 21ª edizione di *Donna Economia & Potere*. E di futuro non abbiamo solo parlato durante due giornate piene di riflessioni ed emozioni, che proviamo a raccontarvi in queste pagine. Il futuro lo abbiamo rappresentato, raccontato e assaporato. Grazie alle tantissime amiche manager, imprenditrici e professioniste arrivate da tutta Italia e dall'estero e grazie a un parterre di grande competenza.

Il **"Gusto del futuro"** – un'espressione più volte evocata dal premier Draghi e che abbiamo scelto per "tornare" al nostro dibattito annuale dopo un anno di sofferto stop – esprime perfettamente il nostro credo. Da sempre, e ancor di più oggi, dopo una delle più gravi crisi dal Dopoguerra, una pandemia che rappresenta già un tornante della storia. Coltivare il gusto del futuro vuol dire ambire e non subire il cambiamento, e **lavorare per plasmare l'avvenire così come crediamo di meritarlo**.

Per la prima volta nella storia recente del nostro Paese, la voglia di futuro non appartiene a visionari e utopisti ma è alla portata dell'impegno determinato di ognuno di noi. **Le circostanze non sono state mai così favorevoli**: le certezze fornite dall'Europa e dalle scelte del Governo, un'inedita coesione politica, la grande disponibilità di mezzi finanziari, l'ottimismo della volontà mai così diffuso. È il momento giusto per riuscire nell'impresa di coniugare efficienza con equità, crescita con sostenibilità, tecnologia con occupazione. Ne abbiamo parlato in questi due giorni: partendo dall'attualità economica abbiamo cercato di capire quali siano **le leve da spingere per entrare nell'economia della conoscenza**. E per fare in modo che questa transizione non solo sia indolore ma colmi tanti dei gap del nostro sistema economico, sociale e formativo. Il punto è creare l'ambiente, le infrastrutture e la cultura per generare e non subire le trasformazioni in atto. Un ecosistema in cui transizione ecologica e digitale siano affrontate e vissute come straordinarie opportunità.

Lo è l'**Intelligenza Artificiale**: una tecnologia destinata a cambiare il volto di società ed economie e che entro il 2030 potrebbe portare a un aumento del 26% del Pil mondiale. Da profani, ne abbiamo capito di più grazie agli esperti, una per tutte la Ministra dell'Istruzione e della Ricerca **Maria Cristina Messa**. Il rapporto tra donne e IA richiama innanzitutto la scarsa presenza femminile nel digitale: le ricercatrici del settore sono appena il 13,8% e solo il 26% dei professionisti in Data e Intelligenza Artificiale sono donne. Questo pone due sfide. Da una parte, incoraggiare le ragazze a intraprendere percorsi STEM: non un'opzione ma una condizione di occupabilità e sostenibilità, sociale ed economica. E avere più donne nel digitale è anche il presupposto per affrontare la seconda sfida. Un recente Report dell'Unesco, infatti, sostiene che i sistemi di IA hanno il potere di diffondere e rafforzare stereotipi che rischiano di emarginare le donne su scala globale. Oggi, infatti, gli algoritmi orientano le decisioni di un numero infinito di soggetti e istituzioni – per esempio, indicano agli istituti finanziari quanto credito offrire ai diversi clienti, a chi il sistema sanitario deve dare la priorità per i

vaccini e quali candidati le aziende devono chiamare per un colloquio di lavoro – ed è innegabile che hanno e avranno un impatto sempre più profondo sulla condizione sociale, economica e anche di salute femminile. **La scienza dei dati è una forma di potere e come tale deve essere gestita e condivisa**.

L'hanno capito bene le protagoniste di **"B-Factor: Fattore Bellisario"**, il *contest* che ha visto competere 20 startup guidate da giovani donne. Non vi anticipo nulla e lascio la parola al "mattatore" d'eccezione, **Carlo Alberto Carnevale Maffè**, e ai giurati che provano a spiegare l'entusiasmo che queste ragazze sono riuscite a trasmetterci. «Storie uniche di fantasia e creatività condensate in due ore, profondissime, d'immersione in un'Italia che sogni ma non ti aspetti» scrive **Luca Josi**. Da pagina 36 il *reportage* sulle cinque vincitrici: **energia e competenza, intuito e capacità trasformati in impresa**. L'economia della conoscenza si costruisce anche e soprattutto su di loro e con loro. Il PNRR ci offre la straordinaria occasione di investire come mai fatto finora in istruzione e ricerca e di combinare immaginazione, capacità progettuale e concretezza per **consegnare alle nuove generazioni un Paese più moderno in un'Europa più forte e solidale**. E veniamo a noi donne. Il confronto che vi raccontiamo conferma **che la parità di genere è entrata nell'agenda politica come fattore di investimento e profitto, economico, sociale e culturale**. Per il nostro Governo, per l'Europa, per i leader del mondo, i temi dell'occupazione, del welfare, della formazione STEM, dell'imprenditoria e della leadership femminili rappresentano, al pari della questione energetica o climatica, le fondamenta dell'unico futuro possibile. I grandi della Terra hanno impiegato ventuno anni più di noi a capire che *Donna Economia & Potere* non è uno slogan ma una condizione del progresso! E parlare di potere e non di inclusione è già il segno di una rivoluzione.

Certo un primo passo, cui dovranno seguire azioni concrete, come chiarisce nel suo intervento la Ministra per le Pari Opportunità e la Famiglia **Elena Bonetti**. I 440 milioni di euro destinati all'imprenditoria femminile, il Family Act, la legge sulla parità salariale e l'istituzione del Sistema nazionale sulla Parità di genere sono segnali di un cambio di paradigma. **Trasformare il Recovery Plan in una She Covery è la vera rivoluzione**. Rendere le donne co-protagoniste non della ripresa ma del futuro dell'economia e della politica, in Italia e nel mondo.

Tutte le donne, anche coloro che ogni giorno rischiano la vita per inseguire un sogno di libertà e indipendenza. Mi riferisco alle donne afgane, quelle "sorelle" evocate dalla commovente testimonianza di **Sakinah Hossieni**, parlamentare afgana rifugiata politica nel nostro Paese, che troverete a pagina 56. È stata lei a inaugurare la mostra **"La vita negata"**: un *reportage* – che ora porteremo in giro per l'Italia – che racconta il "mio" Afghanistan attraverso le fotografie scattate durante le tantissime missioni internazionali.

La sfida per la parità passa anche dalle donne afgane le cui storie di povertà ed emarginazione abbiamo ascoltato durante la Cop26 e dalla studentessa afgana Malila Nazzari all'apertura dell'anno accademico in Sapienza: «Mi hai tolto la penna dalle mani, per impedirmi di parlare. Catene sul mio corpo, una serva nella tua casa». **A questo serve il potere** che reclamiamo e che, un passo alla volta, stiamo conquistando. **A salvare loro e noi da un futuro senza Speranza, Libertà, Gusto**.



IL GAP DA COLMARE

di **Maria Cristina Messa** *Ministro dell'Università e della Ricerca*

Il tema dell'Intelligenza Artificiale che avete deciso di affrontare nel corso della 21ª edizione di *Donna Economia & Potere* è molto interessante e di grande pertinenza per il ministero dell'Università e della Ricerca. In questo ambito, infatti, pur avendo una classe di grandi esperti, uno tra i maggiori colli di bottiglia è la formazione: dobbiamo lavorare a tutti i livelli, dal fornire l'abc nelle scuole fino al promuovere i dottorati di ricerca, passando per la formazione continua. È un gap che stiamo colmando anche grazie ad alcune azioni inserite e collegate al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Come siamo messi a disparità di genere in questo ambito? In generale, c'è una scarsa partecipazione delle donne ai corsi di laurea, ma va notato un aspetto interessante: ovunque ci sia una combinazione di ingegneria, matematica o robotica con il "bio", le donne si iscrivono più facilmente. Se andiamo sulle lauree più classiche, infatti, la presenza femminile si attesta al 12% rispetto al 20% circa registrato per facoltà come Bioingegneria e simili, e in mezzo ci sono Fisica e Chimica.

Quando parliamo di Intelligenza Artificiale nei percorsi di studio, l'andamento dell'interesse nel tempo è stato altalenante. Negli anni Novanta abbiamo vissuto un primo momento – quando sono state scoperte le reti neurali – con un boom delle donne iscritte in queste facoltà. Oggi non è più così. Forse perché quella era una fase pionieristica, i corsi erano pochi, poi sono aumentate anche le facoltà, la possibilità di scelta e ha avuto il sopravvento un modello educativo stereotipato. Oggi, infatti, persiste una difficoltà delle donne a scegliere materie scientifiche che, credo, sia dettata anche da alcuni stereotipi. Un atteggiamento che, va detto, sta cambiando e che può cambiare ancora di più se spieghiamo alle bambine, alle ragazze, che scegliere informatica per il loro futuro non significa intraprendere un percorso stretto e mono-tematico, ma, al contrario, significa aprirsi a un mondo multi-disciplinare. Stiamo, infatti, abbattendo alcuni paletti di cui sono stati costellati, negli anni, i nostri percorsi di studi, paletti che hanno reso meno attrattive, per le ragazze, alcune materie STEM.

Una prima semplificazione la stiamo portando attraverso la riforma delle classi di laurea: togliamo la rigidità dei settori scientifico disciplinari e permettiamo agli atenei di costruire corsi di laurea innovativi, che combinino materie anche diverse tra loro ma complementari. Così il nostro sistema diventa realmente inter-disciplinare, in grado di fornire a studentesse e studenti un metodo flessibile grazie al quale saranno davvero in grado di affrontare e gestire la complessità dalla quale siamo circondati.

Questo è un primo passo che deve essere accompagnato da altri: accanto alle riforme, serve tanto orientamento sin dalle scuole per consentire a ragazze e ragazzi, oltre che di conoscere le facoltà, di autovalutarsi nel modo più adeguato possibile. Servono, poi, certezze nei percorsi per le ricercatrici e alcuni incentivi. Nei bandi che il ministero pubblicherà nelle prossime settimane per attuare alcune delle misure previste dal PNRR per la ricerca di filiera, per investire sei miliardi di euro, indicheremo come quota da destinare alle donne il 40%, superando le indicazioni della Commissione Europea che si fermano al 30%. E per stimolare ulteriormente il sistema, abbiamo previsto l'obbligo per gli enti pubblici o privati che si candideranno ai bandi di avere un bilancio di genere e un piano per le pari opportunità. Credo che questo meccanismo ci consentirà di affrontare ed eliminare le disparità, riducendo al contempo un gap salariale molto elevato.

Così, con misure di sistema, potremo incidere su un ulteriore punto: l'aspetto rinunciatario delle donne che vengono pagate meno e devono fare i conti con la complessa conciliazione tra lavoro e vita privata. Noi oggi stiamo cambiando le classi di laurea, aumentando i docenti e i dottorati di ricerca - molti dei quali dedicati a digital e green - ma è necessario poi che tutte queste competenze siano valorizzate e non sottoimpiegate, per le donne ma anche per gli uomini. E questo è un lavoro che deve fare la società tutta e anche il privato: dosare e dare un peso alle competenze, creando percorsi innovativi.



OGGI TOCCA ALLE DONNE

di **Elena Bonetti** *Ministra per le Pari Opportunità e la Famiglia*

Intanto grazie a Lella Golfo, una donna speciale che ha fortemente contribuito al mio servizio al Ministero per dare concretezza a quel "Gusto del Futuro" così ben opportunamente scelto come titolo di questa edizione e che il Presidente Draghi invita a riaccendere nel Paese.

In questi anni, la Fondazione Bellisario ha elaborato un pensiero innovativo e mi hanno molto colpito le parole del suo Inno, quando dice di "raccontare la nostra storia" perché c'è "qualcuno che ci ascolterà". È la grande responsabilità che oggi abbiamo come donne: esserci nella storia di un femminile che è al servizio del futuro, farci generatrici di un percorso rinnovato. Siamo arrivate qui grazie alle battaglie straordinarie di tante donne ma oggi dobbiamo raccogliere il testimone con tenacia e intelligenza, pronte a costruire alleanze, percorsi possibili e allo stesso tempo inediti e coraggiosi. Dobbiamo portare a compimento un mondo in cui la parità non sia solo un atto di giustizia ma un elemento costitutivo della società. Le 21 madri Costituenti ci hanno consegnato questo impegno ben 75 anni fa. Oggi tocca a noi. Parto perciò dalla parola "impresa". Come sapete, nell'ambito del PNRR l'attenzione all'imprenditoria e alle startup femminili è particolarmente accentuata, non solo per la destinazione di risorse ma anche per le finalità che vuole costruire. In tal senso, il Family Act investe sull'imprenditoria femminile riconoscendone la funzione di asse di riforma delle politiche familiari, promuovendo la libertà delle donne nella realizzazione delle proprie scelte.

La Legge di bilancio introduce la strategia nazionale per la parità di genere come elemento strutturale di medio e lungo termine. Lo fa, per esempio, dotandosi di un Osservatorio Nazionale sulla Parità che promuova step by step l'analisi degli obiettivi, la verifica, le azioni correttive, e che abbia un'azione interistituzionale sia a livello orizzontale, nelle azioni strategiche del Governo, sia di coesione di tutti i livelli territoriali. E lo fa al contempo stanziando 400 milioni per l'imprenditoria femminile. A chi ha obiettato la piccola entità di questa cifra in proporzione ai duecento miliardi previsti dal PNRR, rispondo che questi fondi hanno lo scopo di attivare azioni sistemiche – nell'ambito delle competenze e della formazione digitale e finanziaria – per consentire alle imprese femminili di competere alla pari su tutti gli altri miliardi stanziati.

L'altro asse strategico per l'empowerment femminile è rappresentato dalla governance dei processi di scrittura degli algoritmi. Il "Gusto del Futuro", infatti, lo stiamo scrivendo anche oggi materialmente attraverso gli algoritmi, ma se sono solo gli uomini a disegnare questo futuro mancherà sempre un pezzo di umanità. E non si tratterà solo di un quadro escludente ma di un'opera a metà, privata della prospettiva di profondità e innovazione che solo la co-partecipazione e la co-responsabilità possono mettere in campo. Bene, quindi, la battaglia della Fondazione Bellisario sulla formazione STEM, digitale e finanziaria per le ragazze. Su questo c'è un progetto incisivo, nel PNRR, che coinvolge le scuole dell'infanzia perché la matematica diventi un linguaggio di umanità ed esperienzialità anche al femminile.

Oltre all'orientamento, però, è necessaria la presenza, nei luoghi di regia, di donne che quelle competenze straordinarie le hanno già. Ecco perché accanto ad investimenti di lungo termine abbiamo introdotto strumenti che ci aiutino già oggi, sulla scia dell'effetto benefico della Legge Golfo-Mosca. Vanno in questa direzione la Legge sulla parità salariale e la Certificazione della parità di genere – strumento finanziato dal PNRR con un fondo significativo – che favorirà non solo l'equità ma le carriere e la presenza di donne in ruoli di governance, per aprire infine a una revisione del welfare. Il Paese ha bisogno della nostra azione e del nostro coraggio, di testa, cuore e mani femminili per operare il cambiamento che vogliamo. La parità non può essere concessa ma deve essere scelta in maniera strutturale. Sono sempre più convinta che per promuovere l'empowerment politico a favore delle nuove generazioni dobbiamo assumerci la responsabilità di fare da guida, non per occupare spazi di potere ma per interpretare e usare quel potere per agire e dare una svolta alla storia. È un'opportunità enorme ed è una chiamata a cui devono rispondere proprio le donne della nostra generazione. Questa è la sfida e la responsabilità a cui dobbiamo dire di sì.



"UN FUTURO PIÙ EQUO": IL RUOLO DI BAT PER UN MONDO PIÙ INCLUSIVO

BAT è un'azienda *leader* mondiale nei beni di largo consumo con un portafoglio prodotti *multi-category* nel settore del tabacco, che comprende le sigarette tradizionali, i prodotti a tabacco riscaldato, le sigarette elettroniche e i cosiddetti prodotti "modern oral" (sacchetti monouso con nicotina privi di tabacco).

È presente in **180 Paesi**, con più di **50.000 dipendenti** e una filiera agricola di oltre **80.000 tabacchicoltori** e ha sviluppato un'agenda globale basata su "*A Better Tomorrow™*". Si tratta di operare per un futuro migliore, riducendo l'impatto della sua attività sulla salute attraverso l'offerta ai consumatori adulti di un'ampia gamma di prodotti a potenziale rischio ridotto alternativi alle sigarette tradizionali e impegnandosi a costruire un futuro **più verde, più equo e più inclusivo** per i suoi dipendenti, per la società e per le comunità in cui operiamo.

Il contributo di BAT per un futuro più equo passa da molteplici azioni e da obiettivi straordinariamente ambiziosi. Diversità e inclusione sono al centro della sua agenda, infatti in BAT la **diversità è considerata in senso molto ampio: generazionale, di background, culturale e ovviamente la diversità di genere**, che rappresenta un focus importante.

In particolare, aumentare la rappresentanza femminile nel *senior management* a livello globale è da anni uno dei focus di BAT in tema di strategia nell'ambito Diversity&Inclusion e dal 2012 è stata raddoppiata dall'11 al 25%. La strada è ancora lunga e l'obiettivo è quello di raggiungere entro il 2025 il 45% di presenza femminile nei ruoli manageriali.

Per quanto riguarda il nostro Paese, BAT Italia è alla guida del *cluster* SEA (*Southern Europe Area*) che include **18 paesi, oltre 1.000 collaboratori** e più di **37 nazionalità** diverse e già oggi il **41%** dei manager italiani è donna e il *leadership team* italiano è composto al **50%** da donne.

Dal 2020 l'azienda è partner di **Valore D**, di cui è stato sottoscritto il **Manifesto**: un documento programmatico in nove punti che definisce strumenti concreti in linea con gli indicatori del Bilancio Integrato (standard GRI) per valorizzare e includere la diversità di genere nel mondo aziendale.

Da qualche anno è stato introdotto un programma di *onboarding* dedicato al **rientro dalla maternità**, così da accompagnare le neo-mamme durante il ritorno al posto di lavoro, mentre per supportare entrambi i genitori è nato **Parents@BATItalia**, un progetto per sostenere coloro che si preparano ad accogliere una nuova vita e **promuovere una parità di condizioni in materia di genitorialità**.

In questa ottica sono previste diverse forme di supporto tra cui: la possibilità di usufruire di cinque giorni di *smart working* volontario fino all'anno di vita del bambino, l'erogazione di un *voucher* e il rimborso per le spese della retta dell'asilo nido.

Obiettivi come occupazione femminile, **competenze STEM** e inclusione di *background* diversi guideranno anche la fase di recruiting prevista per l'apertura dell'**A Better Tomorrow™ Innovation Hub di Trieste**, il polo di innovazione e sostenibilità di livello internazionale di BAT Italia, che con un investimento totale fino a **500 milioni di euro** nei prossimi 5 anni porterà alla creazione di **2.700** posti di lavoro stimati tra diretti e indiretti.

A conferma del nostro impegno e come riconoscimento delle politiche inclusive messe in atto, nel 2020 BAT Italia ha ricevuto il **Premio Minerva di Federmanager** per aver favorito una cultura di empowerment al femminile e nel 2021 è stata premiata fra le migliori imprese a conduzione femminile e per i suoi valori green nell'ambito del **Premio Industria Felix**.



di **Maria Latella** Anchorwoman TV & Radio

Quando Lella Golfo mi ha proposto di moderare il dibattito sull'Intelligenza Artificiale e l'impatto che può e potrà avere sulla vita non solo professionale delle donne, ho subito pensato a quale straordinaria occasione si presentava per approfondire un tema del quale bisognerà sapere sempre di più e sempre più frequentemente.

Come giornalista, l'Intelligenza Artificiale mi interessa da vicino: in Cina e in Corea dei robot hanno già rimpiazzato i conduttori tv in alcuni programmi mentre *Le Figaro* e *Le Monde* li hanno già utilizzati per redigere testi che riassumono eventi sportivi o tabelle relative a elezioni locali. Notizie inquietanti? No, secondo chi, lavorando già all'innovazione tecnologica, sostiene che l'IA aiuta e aiuterà ancor di più il lavoro quotidiano delle redazioni, mentre non metterà a rischio il contributo del giornalismo d'opinione.

Un aspetto inquietante dell'Intelligenza Artificiale però esiste ed è emerso nel corso del dibattito promosso dalla Fondazione Marisa Bellisario all'Auditorium Parco della Musica di Roma in occasione dell'annuale *Donna Economia & Potere*. Se le tecnologie continueranno a essere un terreno di conoscenza lasciato a ricercatori e tecnici maschi, in poco tempo le donne si troveranno ai margini della più grande rivoluzione mai immaginata. Un cambiamento di tale portata che persino un grande vecchio della politica internazionale del secolo scorso, Henry Kissinger, forse una delle menti più lucide ancora in circolazione, ha deciso di dedicargli un libro.

La preoccupazione legata al ruolo marginale che le donne hanno finora avuto nella partecipazione all'Intelligenza Artificiale è emersa nel dibattito al quale partecipavano Elena Bottinelli, a capo dell'Innovazione, Digitalizzazione e Sostenibilità del Gruppo San Donato, Stefano da Empoli, Presidente dell'Istituto per la Competitività, Barbara Mazzolai, Associate Director all'Istituto Italiano di Tecnologia, Flavia Marzano, consulente per la trasformazione digitale, Francesca Rossi, IBM AI Ethics Global Leader e Valeria Sandei, CEO di Almaxwave.

Se un robot risponde a una programmazione pensata da un uomo come potrà intercettare la psicologia e i bisogni di una donna? Proprio per questo, anche per questo, serve centuplicare gli sforzi per ampliare la platea delle studentesse di materie STEM e rendere più accessibile alle donne il percorso della ricerca.

1 TAVOLA ROTONDA DONNE & INTELLIGENZA ARTIFICIALE

COSA È, QUALI EFFETTI HA E AVRÀ SULLE NOSTRE VITE, QUALI I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ PER LA COMPONENTE FEMMINILE DELLE NOSTRE SOCIETÀ SONO ALCUNI DEGLI INTERROGATIVI DA CUI PARTE LA PRIMA TAVOLA ROTONDA DEDICATA A DONNE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE. UN RAPPORTO COMPLESSO, CHE RICHIAMA LA SCARSA PRESENZA FEMMINILE NEL DIGITALE E LA NECESSITÀ NON SOLO DI FORTI INVESTIMENTI IN FORMAZIONE MA DI UN IMPEGNO CONDIVISO PER SRADICARE TUTTI QUEGLI STEREOTIPI CHE TENGONO ANCORA LONTANE LE RAGAZZE DALLE MATERIE STEM. IN PALIO C'È LA PARITÀ DELLE SOCIETÀ DEL FUTURO.

con la partecipazione di **Maria Latella** Anchorwoman TV & Radio

Elena Bottinelli Head of innovation, digitalization and sustainability del Gruppo San Donato

Stefano da Empoli Founder & President I-Com, Istituto per la Competitività

Flavia Marzano Consulente di Pubbliche Amministrazioni e Imprese per la trasformazione digitale

Barbara Mazzolai Associate Director for Robotics and Director of the Bioinspired Soft Robotics Laboratory
Istituto Italiano di Tecnologia (IIT)

Francesca Rossi IBM Fellow and the IBM AI Ethics Global Leader

Valeria Sandei CEO Almaywave



Maria Latella



«Solo Lella Golfo poteva avere l'idea di cominciare questa due giorni con l'Intelligenza Artificiale. Perché lei è sempre un pezzo avanti» così esordisce **Maria Latella**, moderatrice della prima Tavola Rotonda dedicata a un'Intelligenza Artificiale di cui «dobbiamo sapere tutto perché ci riguarda non da domani, ma da ieri così come la realtà aumentata e quella virtuale». Spesso in un modo che noi non riusciamo ancora a percepire nella sua pervasività. Lo chiarisce **Francesca Rossi**, IBM Fellow e IBM AI Ethics Global Leader, una vera e propria guru del tema. «L'Intelligenza Artificiale— dichiara la manager e ricercatrice in collegamento da New York, dove lavora attualmente — è presente già in tutte le attività della nostra giornata. Pensiamo, ad esempio, a quando utilizziamo la carta di credito, alla decisione della banca di concederci o meno un prestito, a quali annunci ci vengono proposti quando navighiamo su internet o quali post ci vengono mostrati sui social: dietro queste decisioni, dietro le informazioni che ci vengono fornite ogni giorno c'è un'analisi supportata dall'Intelligenza Artificiale. Anche quando scattiamo una foto e viene riconosciuto il volto, dietro c'è un algoritmo creato dall'IA».

Chiarita l'importanza di questa tecnologia, si pongono due temi prioritari. Da una parte, il rischio che l'Intelligenza Artificiale amplifichi i pregiudizi in modo per noi inconsapevole. «Accade — spiega Rossi — perché alcune tecniche di IA imparano come risolvere problemi, prendere decisioni e suggerirle, da tantissimi dati che sono come esempi da cui estrapolano le decisioni. Se abbiamo più esempi sugli uomini rispetto alle donne, è chiaro che il sistema di Intelligenza Artificiale sarà meno in grado di prendere decisioni corrette e giuste per loro e per qualsiasi categoria andremo a prendere in esame. Questo è uno dei motivi per cui bisogna usare queste tecniche stando attenti che non replichino o addirittura amplifichino stereotipi e pregiudizi».

Lo conferma **Flavia Marzano**, Consulente di Pubbliche Amministrazioni e Imprese per la trasformazione digitale, informatica laureatasi 40 anni fa proprio con una tesi sull'Intelligenza Artificiale, approfondendo il tema dirimente dello sviluppo dei software. «Gli stereotipi di genere — spiega — sono processi cognitivi automatici, pregiudizi inconsci che ognuno di noi ha dentro di sé. Gli algoritmi, tutti, anche i più semplici, sono viziati da questi stereotipi. Per questo è necessaria la co-progettazione. Per esempio, nel 2018 Amazon ha creato uno strumento per la selezione del personale nel quale non ha tenuto conto della donna. Immaginate l'impatto discriminante. Uno studio del MIT, invece, si sofferma sui programmi di analisi facciale che sbagliano soprattutto sulle donne e sulle donne nere. L'effetto di errori del genere è, per esempio, che se ad Alexa si dice "You hot" — che vuol dire sei caldo — lei risponde: "È gentile che tu lo dica". Chi ha programmato queste assistenti artificiali? Probabilmente solo uomini e questo è il risultato. E se quest'esempio sembra innocuo, pensate a un ambito come la salute. Quando vengono diffusi i dati relativi agli



Francesca Rossi

infarti, si parla solo dei sintomi tipici maschili — come il dolore al braccio — ma non di quelli femminili, che sono più di frequente vomito e nausea. Ecco, immaginate una macchina che ha imparato a riconoscere l'infarto solo dai sintomi maschili: non riuscirà a prevederlo per una donna. Ecco perché è preziosa la partecipazione di tutti gli *stakeholder*. Le differenze, lo diceva Darwin prima di noi, sono necessarie per le evoluzioni e le differenze non sono imperfezioni o deviazioni dal normale, ma garantiscono la sopravvivenza degli ecosistemi. Chi è sopravvissuto? Chi ha imparato a collaborare. Come guardare un prisma: se ci mettiamo tutti insieme, nonostante guardiamo una faccia diversa, possiamo fare la differenza. Ma dobbiamo farlo ora e solo insieme. Anche la Commissione Europea ha proposto delle soluzioni per riconoscere il pregiudizio nei sistemi di IA. Certamente il punto chiave è promuovere la diversità all'interno dei gruppi che sviluppano questi sistemi». Anche perché, come ricorda **Francesca Rossi**, «le donne hanno quell'approccio multidisciplinare e multitasking che è l'unico possibile per capire come utilizzare questa tecnologia».

Ed ecco che si arriva al secondo tema dirimente quando si parla di sistemi di IA: la scarsa presenza femminile. Proprio quella che risulta fondamentale per evitare il rischio che questa tecnologia perpetri i pregiudizi di genere. Partendo dai dati, come ricorda la manager IBM, sono meno del 20% le donne che svolgono un dottorato di ricerca in Intelligenza Artificiale mentre **Flavia Marzano** mostra graficamente come la presenza delle donne nei settori ad alta tecnologia decresce al crescere del livello tecnologico. Qualcosa però si muove. «Nel mio ambito — racconta **Francesca Rossi** — le donne sono poche ma pian piano conquistano ruoli di leadership a più livelli. In IBM, per esempio, c'è un comitato etico dell'Intelligenza Artificiale che governa tutte le iniziative ed è guidato da due donne: io e il Chief Privacy Office. In questo senso, in base alla mia esperienza personale e professionale, è molto importante avere dei *role model*. Quando ero Professore di Informatica e di Intelligenza Artificiale a Pisa e Padova, le ragazze che facevano la tesi o il dottorato sceglievano me come insegnante: una donna che faceva capire loro che potevano proseguire quegli studi e quella carriera».

Role model, quindi, per cambiare la percezione stereotipata degli studi e delle carriere STEM e incentivare la presenza femminile, come conferma **Stefano da Empoli**, Founder & President di I-Com, Istituto per la Competitività. «Oggi, chi si occupa della parte più innovativa dell'Intelligenza Artificiale — spiega — viene tendenzialmente da informatica e fisica, due aree dove tradizionalmente la presenza femminile è limitata. Peraltro, il tema non è solo italiano, da tempo anche nella Silicon Valley imperversano le polemiche sulla scarsa presenza femminile nel settore. D'altro canto, io insegno Economia politica alla facoltà di Giurisprudenza e spesso e volentieri mi capita



Stefano da Empoli

di sentire dire alle allieve: "Io in matematica sono negata". In questo senso diventa fondamentale proporre modelli di donne di successo. E poi c'è il ruolo fondamentale dell'educazione, che deve trovare il modo, fin dalla scuola primaria, di trasmettere l'idea che questo tipo di discipline sono e devono essere aperte al contributo femminile. Peraltro, sebbene i numeri non siano favorevoli, in Italia buona parte degli scienziati che operano in questo settore sono donne e anche il Comitato sull'Intelligenza Artificiale nominato dal Premier Draghi vede una maggioranza femminile. Resta comunque il dato di base per cui le donne continuano a non scegliere determinate facoltà e quindi a essere in numero inferiore rispetto agli uomini. E l'Informatica è una delle più penalizzate, più di altre scienze. Forse ci vorrebbe una Madame Curie dell'Intelligenza Artificiale ma non possiamo aspettare passivamente che questo accada. Per questo credo che sarebbe molto utile creare programmi di *mentoring* rivolti non alle ventenni ma alle ragazze dai 10 ai 13 anni». Gli dà «dolorosamente ragione» **Flavia Marzano**. «Non conosco nessuno — aggiunge — che mi dica di non saper leggere o scrivere ma centinaia di persone che affermano di non capire niente di matematica. E anche sull'Informatica: uno studio di Ca' Foscari rivela che le ragazze non la scelgono perché non vogliono diventare "nerd". Ecco, manca loro un dato: il 5% degli informatici sviluppa software, gli altri fanno altro. Dunque, la soluzione passa per programmi di formazione che aiutino le giovani sin da piccole a capire che non è solo una materia tecnica. «Studiare e contribuire all'IA — spiega **Francesca Rossi** — significa anche capire l'impatto che questa tecnologia ha sulla nostra società, sulle persone e sull'ambiente, per guidare la ricerca e l'innovazione verso il futuro che noi vogliamo. Quindi è chiaro che gli aspetti sociologici sono molto importanti».

ok

E per capire appieno questo impatto, basta pensare alla fase pandemica da cui stiamo uscendo e all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale nel settore sanitario. Lo spiega bene **Elena Bottinelli**, Head of innovation, digitalization and sustainability del Gruppo San Donato. «Negli ospedali — racconta — l'IA viene usata attraverso le apparecchiature: il robot durante le operazioni che ti dice dove ti stai muovendo o la refertazione diagnostica. Il grande potenziale oggi è sviluppare negli ospedali di ricerca degli algoritmi specifici a partire dalle esigenze dei clinici. Poi va detto che questa tecnologia si porta dietro tutta una serie di questioni — legali, di privacy ed etica — che richiedono competenze ancora tutte da creare. Faccio un esempio concreto. Mentre gestivo il San Raffaele, abbiamo sviluppato un algoritmo per predire la potenziale criticità di un paziente che si presentava positivo al pronto soccorso. Partendo dai dati clinici, abbiamo impiegato mesi intanto per capire quali fossero i dati necessari, partendo dal presupposto che una miriade di informazioni non possono essere usate e che non si può sottoporre il paziente a più esami per non aumentare i costi per la sanità in prospettiva. Una volta selezionati i dati utili e sufficienti e



Flavia Marzano

creato l'algoritmo, per renderlo operativo abbiamo dovuto sottoporlo a una validazione, ovvero un processo del comitato etico che ci consentisse di fare sperimentazione clinica dell'algoritmo e che ha richiesto molto tempo per questioni di consensi e privacy. E alla fine comunque i casi di studio si sono rilevati troppo pochi per essere interessanti all'atto della presentazione del paziente in pronto soccorso. Questo per spiegare l'importanza di sviluppare percorsi formativi *ad hoc* che consentano di velocizzare processi complessi ma necessari.

Nuovamente il tema della formazione, dunque, che si incrocia però anche con quello della "motivazione": perché le giovani scelgano percorsi di studio e carriera STEM è necessario rendere il digitale, in tutte le sue declinazioni, più *appealing*. Una donna che in questo senso non ha avuto mai dubbi e che rappresenta già un *role model* è certamente **Barbara Mazzolai**, Associate Director for Robotics and Director of the Bioinspired Soft Robotics Laboratory dell'Istituto Italiano di Tecnologia (IIT), che nel 2010 ha vinto il Germoglio d'Oro della Fondazione Marisa Bellisario. Con lei **Maria Latella** cerca di capire se la robotica bioispirata possa essere un filone capace di interessare maggiormente le donne. «L'Istituto Italiano di Tecnologia — conferma la scienziata — include vari domini: non solo la robotica ma anche le neuroscienze, le scienze della vita e la robotica



Elena Bottinelli

bioispirata. Il suo ruolo è studiare i principi della natura e degli esseri viventi e provare a tradurli in macchine che si adattino ai cambiamenti e ci aiutino in contesti mutevoli e fuori dalle fabbriche. Questo include forme di intelligenza che prendono ispirazione non solo dagli umani. Quindi è una robotica che parte dalla scienza di base e include discipline diverse, che ha come modello quello animale e si muove nell'ambiente e per l'ambiente. Significa robot per l'agricoltura e per il monitoraggio ambientale, che per loro natura devono essere anche più sostenibili. Per la prima volta, infatti, ci stiamo chiedendo come fare dei robot biodegradabili ovvero macchine che, una volta svolta la loro funzione, possano essere riciclate. E ancora una volta la natura ci viene incontro facendoci capire come utilizzare nuovi materiali. Insomma, grazie a questi robot, torniamo in un certo senso alla biologia e questo aspetto rappresenta già un motivo di interesse maggiore per le donne. Mentre, infatti, nella robotica classica, quella meccanica — che comunque in Italia è una eccellenza sia dal punto di vista della ricerca sia industriale — la presenza femminile è piuttosto bassa, in quella bioispirata cresce notevolmente. Probabilmente anche perché vi confluiscono donne che vengono non solo dal mondo dell'Ingegneria ma da discipline come Biologia, Matematica, Fisica. E che si trovano a dover affrontare una sfida nella sfida: creare macchine ma interfacciarsi con uomini e donne che parlano un linguaggio diverso». Così se all'Istituto Italiano di Tecnologia le donne non sono poche — «circa il 45%, percentuale che oscilla per il turnover elevato» — nel gruppo di Barbara Mazzolai si arriva anche al 50%. «Credo proprio che ci sia — racconta — un interesse per lo studio della vita e dei suoi principi fondamentali e del connubio fra tecnologia e biologia. E la robotica sta costruendo tanto nella scuola, anche quella dell'infanzia, facendo i robot e insegnando a bambini e bambine a programmarli attraverso la matematica e la fisica. In Toscana e in Liguria, per esempio, esistono scuole dell'infanzia e di primo e secondo livello nelle quali i robot vengono utilizzati e questo fa sì che non si creino differenze fra bambine e bambini. E questo deve farci riflettere sul fatto che il senso di inadeguatezza delle bambine è dovuto forse e in parte alla scuola ma non solo: il contesto sociale e familiare fa la sua parte. Quindi è importante continuare a diffondere l'utilizzo della tecnologia, anche attraverso il gioco, e integrare il mondo femminile in quello della robotica».

E dopo la scienziata e ricercatrice, un altro *role model* nel settore è rappresentato da **Valeria Sandei**, CEO di Almaxwave, azienda quotata che si occupa di Intelligenza Artificiale e big Data. «La nostra società — spiega la manager — si occupa di IA ma la maggior parte dei nostri laboratori applica le tecnologie del linguaggio, e in particolar modo l'interpretazione del linguaggio naturale — che facciamo in 35 lingue — a contesti, come la Pubblica Amministrazione, in cui i nuovi paradigmi tecnologici possono introdurre efficienza e beneficio per cittadini e clienti. Le



Barbara Mazzolai

tecnologie del linguaggio sono un aspetto dell'Intelligenza Artificiale — e il nostro lavoro implica una forte attenzione allo sviluppo del software — ma per capire l'IA bisogna anche comprendere come e dove usarla per portare effetti benefici. Tutto ciò richiede varietà di pensiero e quindi rende fondamentale un forte contributo femminile. Purtroppo, attualmente le società quotate e le grandi aziende che sviluppano Intelligenza Artificiale sono poche e questo pone un problema non solo in termini di parità ma anche di formazione. È importante, quindi, creare una squadra e fare network lavorando su queste tematiche».

Quanto alle potenzialità di questa tecnologia, la CEO non ha dubbi: «Quando parliamo di un mercato che vale trecento milioni è evidente che il domani è sconfinato. Siamo ancora all'inizio di un utilizzo che potrebbe davvero semplificare la quotidianità e un ambito che trovo molto affascinante è quello della sanità».

«Una frase per convincere i genitori a far investire le figlie nelle STEM» chiede in chiusura Maria Latella. «Credo che la cosa più importante sia lasciare la libertà di decidere ed esprimere le proprie passioni» è la risposta di **Barbara Mazzolai**.



IN VIAGGIO VERSO IL FUTURO

Per una mobilità sempre più **integrata, innovativa e sostenibile**



www.fsitaliane.it

FS **FERROVIE**
DELLO STATO
ITALIANE



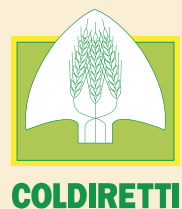
Valeria Sandei

Mentre quando domanda come convincerebbero un imprenditore che scegliere una donna Ingegnere è la migliore delle decisioni, **Stefano da Empoli** fa notare che «esistono tanti studi che dimostrano come la diversità sia correlata alle prestazioni dell'azienda» mentre **Valeria Sandei** ricorda che un imprenditore guarda all'aspetto economico e quindi invita a dare l'esempio, «facendo mentoring nelle scuole». Chiude **Francesca Rossi**, che incoraggia il sistema Paese ad adottare strategie efficaci per «far rientrare in Italia gli esperti che sono andati all'estero e trovare un modo per avere ragazze e ragazzi pronti al mondo del lavoro, con un approccio già orientato».



La combinazione che crea valore.

www.urbanitartufi.it



CAMPAGNA AMICA

**PROMUOVE IL CIBO LOCALE
NEI SUOI MERCATI**

**DIFENDE LA BIODIVERSITÀ
CONTADINA**

VALORIZZA IL TERRITORIO

**FAVORISCE
IL TURISMO RURALE
CON I SUOI AGRITURISMI**



WWW.COLDIRETTI.IT

WWW.CAMPAGNAMICA.IT

LO SWITCH-OFF IN GRIGLIA DI PARTENZA

Parti in **pole position**
con **tivùsat**.

Il digitale terrestre è in griglia di partenza!

Non farti trovare impreparato e scegli il satellite gratuito di **tivùsat**. Solo con **tivùsat** potrai vedere una TV di qualità con oltre **180 canali** di cui **60 in HD** e **7 in 4K**, senza alcun abbonamento. Ti occorrerà solo una parabola satellitare e attivare la smartcard inclusa nella confezione del **decoder** o della **CAM**. Il segnale satellitare arriva **ovunque** anche nelle zone con problemi di **ricezione**, scegli **bene**, scegli **tivùsat**.

**tivù
sat**



tivusat.tv



L'ESIGENZA DI CAMBIARE STRADA

di **Federico Fubini** *Giornalista Corriere della Sera*

Le dinamiche della demografia sono simili al movimento di un ghiacciaio. Sono lente ma quasi ineluttabili, a meno di interventi radicali. L'invecchiamento della popolazione e il calo già avvenuto delle nascite fanno sì che l'Italia sia destinata a perdere circa sei milioni di persone in età di lavoro al 2040, rispetto all'inizio di questo decennio. Per chi non avesse a cuore la questione femminile per ragioni civili, culturali o per un semplice spirito di equità, questa semplice considerazione dovrebbe bastare a capire l'esigenza di cambiare strada. La società italiana non ha *chance* di mantenere i tassi di crescita che occorrono a sostenere il debito e garantire il futuro, se non riesce a organizzarsi per integrare le donne nel mondo del lavoro molto meglio di come abbia fatto fin qui. L'occupazione femminile in Italia, com'è noto, è fra le più basse d'Europa e naturalmente è un problema che viene da lontano. Viene dalla nostra storia. Ancora fino quasi alla metà degli anni '60 il matrimonio in Italia era legittima causa di licenziamento ai danni di una donna. Quella legge, radicata nel codice del lavoro d'impronta fascista del 1942, fu faticosamente cambiata nella prima metà degli anni '60 nella prima stagione di riforme economico-sociali di cui regista fu allora Aldo Moro. Ma dietro una legge così dura si trovava una mentalità diffusa che, in mille sfumature di ambiguità, è molto più lenta da trasformare.

Paradossalmente i maggiori progressi per l'inserimento delle donne nel sistema produttivo si erano registrati nel decennio più difficile della storia economica della Repubblica. Fra il 2010 e il 2019 è l'aumento della quota di occupazione femminile, per la prima volta ben sopra il 50% della popolazione fra i 15 e i 65 anni, ad aver permesso una certa tenuta del mondo del lavoro. La partecipazione maschile, presa da sola, segna invece dei crolli catastrofici nel decennio successivo alla crisi finanziaria. Poi è arrivato Covid, come un meteorite su un Paese semiaddormentato. E la pandemia fra i suoi aspetti perversi ha anche la capacità di discriminare in molti modi a svantaggio delle donne che lavorano. Ha colpito di più l'attività dei servizi – come l'accoglienza – nella quale la partecipazione femminile è più importante. Ha obbligato molte donne a turni più pesanti di lavoro doppio, per le mansioni domestiche troppo spesso ignorate dagli uomini oltre che per il lavoro ordinario. Ha mostrato una ripresa del lavoro maschile più vivace rispetto a quella del lavoro femminile (dal punto più basso, gennaio 2021, gli uomini in Italia hanno recuperato il 57% dei posti perduti mentre le donne solo il 37%).

Parte dei progressi dell'ultimo decennio, benché insufficienti, sembrano dilapidati. Ma personalmente trovo qua e là anche segni più incoraggianti: quando la Ministra della Giustizia Marta Cartabia ha bandito 8mila posti per assistenti nell'ufficio del processo, le domande per due terzi sono state presentate da donne. Naturalmente lo si deve al fatto che circa il 60% delle iscrizioni a Legge e delle nuove lauree in Legge sono raggiunte da donne. Ma le richieste al concorso previsto da Recovery Fund eccedono persino questi valori. Forse è solo un piccolo segno. Ma è un segno.



con la partecipazione di **Federico Fubini** *Giornalista Corriere della Sera*

Paola Angeletti Chief Operating Officer Intesa Sanpaolo

Silvia Celani Head of Innovation Acea

Beatrice Coletti Presidente Tivù

Anna Masutti Presidente Rfi

Chiara Goretti Coordinatrice Segreteria tecnica PNRR

Anna Matteo Direttore trasformazione digitale e CIO di OVS

Antonella Polimeni Rettore Università Roma Sapienza

Fabio Pompei CEO Deloitte Central Mediterranean





Il futuro è anche una questione di approccio: decidere di subire la trasformazione epocale in atto o interpretarla come opportunità, dotandosi degli strumenti per affrontarla e vincerla. Anche da questa scelta dipenderà lo sviluppo e il progresso del Paese. Lo spiega bene in apertura il moderatore e giornalista del *Corriere della Sera* **Federico Fubini**. «Il momento di transizione che stiamo vivendo — esordisce — forse non ha uguali dal Dopoguerra. Sbalzi del Pil come quelli che abbiamo conosciuto negli ultimi tempi — dal -8,9% dello scorso anno al +6,1 di quest'anno — non rappresentano spostamenti statistici ma equilibri produttivi, sociali e dunque anche di costumi. Ora, ci sono due modi per interpretare e affrontare questo momento. Da una parte, attraverso il pensiero lineare — mantenendo *l'imprinting* di questi ultimi anni e quindi sostanzialmente di una stagnazione sociale — possiamo adottare una visione pessimistica e pensare che tutto continuerà come prima. Dall'altra parte, invece, possiamo cambiare approccio e convincerci che questa transizione segni l'ingresso in un mondo diverso. Una delle chiavi credo sia proprio la nostra capacità, come Paese, di capire che stiamo entrando in una economia della conoscenza».

Assumere la visione del cambiamento positivo, però non esime da un impegno concreto, supportato da cospicui investimenti, per costruire e diffondere quel "sapere" alla base dell'economia della conoscenza. Fatto in gran parte di competenze tecniche e digitali. Siamo pronti? La società italiana, i lavoratori e le lavoratrici, i giovani che devono ancora entrare nel mondo del lavoro, sono equipaggiati per affrontare un mercato in continuo movimento?

Il primo che prova a dare una risposta è **Fabio Pompei**, CEO di Deloitte Central Mediterranean. «Come Deloitte — spiega — abbiamo presentato lo scorso anno i risultati di un osservatorio sulle tematiche STEM con l'obiettivo non solo di raccogliere dati utili ma anche di suggerire possibili soluzioni. Il punto di partenza è che un'impresa su quattro in Italia non trova le competenze STEM che cerca. E succede anche perché abbiamo un tasso di laureati dieci punti sotto la media europea: il risultato di scarsi investimenti sull'istruzione ma anche un tema di cultura e quindi di valorizzazione e premio della competenza su cui siamo deficitari da decenni. Tra i pochi laureati italiani, solo il 27% è nelle discipline STEM e appena il 25% di quella già scarsissima percentuale è donna. Indagando invece su chi orienti al percorso di studi da intraprendere, abbiamo scoperto che non lo fa la scuola né i centri appositi ma principalmente la famiglia che, non avendo di partenza una base STEM, non indirizza verso quelle discipline. La *survey* che abbiamo realizzato, infatti, ci dice che al liceo il livello di affinità con le materie scientifiche tra ragazzi e ragazze non è poi così distante. Quindi è nel momento della scelta che si creano le differenze che poi ci portiamo dietro. Ed è questo il paradosso italiano: pur con un'altissima disoccupazione giovanile e un gap tra richiesta e offerta di occupazione nelle materie STEM, il collegamento tra istruzione e mercato del lavoro continua a mancare».



Come intervenire su questa sfasatura è il vero punto, cui il CEO prova a dare delle indicazioni di azione. «Bisogna certamente partire dalla scuola per superare gli stereotipi. Penso ad esempio al modo di insegnare queste materie, ancora troppo teorico. Due professori e studenti su tre, infatti, lamentano la mancanza di strumentazioni che aiuterebbero a insegnare in modo più concreto e pragmatico queste discipline. Certamente affrontare il *digital divide* già al liceo potrebbe fare la differenza. E poi c'è un tema di contaminazione tra materie che all'estero è molto più ampia e facilita l'avvicinamento delle donne alle STEM».

Una lettura confermata da chi il mondo dell'istruzione lo vive da sempre e da un anno è a capo di uno dei più grandi e prestigiosi Atenei d'Europa: **Antonella Polimeni**, prima Rettore nella storia dell'Università di Roma Sapienza. «L'economia della conoscenza ovvero il costo dell'ignoranza — esordisce — è un tema che non fa differenze di genere. L'Italia è fanalino di coda della classifica OCSE relativamente ai laureati e questo tema ci deve occupare in maniera rilevante soprattutto ora. Perché l'abbandono scolastico, che si estende poi all'abbandono universitario, subirà certamente un'impennata post Covid. D'altro canto, gli ultimi dati Invalsi testimoniano una situazione preoccupante sulle competenze non solo matematiche ma anche legate all'italiano. Questo ci dice che dobbiamo lavorare non solo sull'orientamento — e dunque su un rapporto più osmotico tra Università e sistema scolastico — ma anche sul tutoraggio in ingresso per i nostri studenti. L'orientamento deve trasformarsi in un rapporto più stretto e di carattere biunivoco fra Università e mondo del lavoro: bisogna lavorare nelle scuole non solo come presentazione ma con una penetrazione e un *imprinting* deciso sugli orientamenti e sulle discipline STEM. Accanto a questo, c'è il tema della formazione degli insegnanti, le cui competenze vanno rinforzate e rinnovate».

Esiste quindi anche una responsabilità da parte delle aziende a coltivare l'interesse informato delle nuove generazioni — e delle ragazze in particolare — per quegli ambiti disciplinari con le maggiori potenzialità di occupabilità. Un'impresa che in questo senso si è presa in carico concretamente di questa responsabilità è Intesa Sanpaolo, come conferma la sua *Chief Operating Officer* **Paola Angeletti**. «Sono ancora poche le donne laureate in materie STEM, ce ne accorgiamo quotidianamente in fase di assunzione. Mentre sono numerose in Giurisprudenza e facoltà umanistiche, è difficile trovare ingegneri, fisici, informatici o matematici donna. Internamente ci siamo dotati di una politica di *diversity inclusion* — approvata dal Consiglio di Amministrazione lo scorso anno — con impegni di equità di genere espliciti. Per metterla in pratica, tra le altre iniziative, attuiamo una strategia di assunzioni equilibrate non solo a livello di gruppo ma in ogni specifica area, in modo che non si creino strutture con netta maggioranza di donne o di uomini. Sarebbe doppiamente discriminante dal momento che l'ambito tecnologico, statisticamente a vocazione più maschile, sarà sempre più strategico e importante per disegnare la banca del futuro».



Paola Angeletti

Dunque, da parte del più grande istituto di credito italiano c'è un'esigenza reale a trovare più donne con competenze tecnologiche e digitali, che si traduce in azioni concrete, a partire dalla collaborazione con gli Atenei. «Abbiamo accordi — prosegue Angeletti — con più di 60 Università — anche al Sud, dove è ancora più importante coltivare la cultura STEM —, mettiamo a disposizione borse di studio per studentesse che scelgono facoltà scientifiche e sosteniamo programmi di *mentorship* e coaching per le ragazze. Gli interessi e l'orientamento allo studio, però, si maturano già da piccole, per questo è fondamentale rafforzare l'autostima e fornire esempi alle giovanissime anche attraverso *role model*. Su questo fronte, ad esempio, sosteniamo il progetto *Inspiring Girls*, grazie al quale oltre 100 colleghe manager vanno nelle scuole medie per raccontare la loro professione. È interessante osservare come esistano fin dalla giovane età quei pregiudizi per cui è strano che una donna possa lavorare nella finanza o essere a capo di una struttura e quindi anche di uomini. Scardinare questi stereotipi è fondamentale».

La sfida, soprattutto per le donne, è quella di gestire il cambiamento senza esserne soffocati. Una questione che coinvolge scuola, famiglie, aziende, come sottolinea **Anna Matteo**, Direttore trasformazione digitale e CIO di OVS. «Il passato e i libri di fantascienza — spiega — ci hanno insegnato che non tutto quello che leggiamo poi accade. E quindi bisogna trovare un equilibrio fra le varie componenti della conoscenza per avere una lettura critica anche sul nuovo che avanza. Gestirlo, vuol dire innanzitutto stimolare l'innovazione e la curiosità nei ragazzi, quindi le competenze tecnologiche e trasversali nelle aziende. Poi va detto che l'economia della conoscenza presuppone una formazione nel corso di tutta la vita lavorativa e non solo durante i percorsi scolastici: si continua a studiare per potersi trasformare costantemente». E a proposito del bagaglio di cui dotarsi per affrontare e vincere la transizione, la Presidente di Tivù, **Beatrice Coletti**, parla di «un'economia dei diritti» che deve viaggiare di pari passo con l'economia della conoscenza. «Tutti noi — sostiene — abbiamo diritto ad avere contezza del contesto in cui viviamo e degli strumenti che abbiamo a disposizione per comprenderlo. Perché credo che se per un verso la digitalizzazione ci sta portando a un presente e futuro migliori, per altri ci ha investiti come un treno. E parlo di quotidianità. Ad esempio, la mia società, Tivù, nasce da un accordo tra i soci Rai, Mediaset e Tim nel 2008 — in occasione del primo *switch off* del digitale terrestre — per promuovere l'offerta digitale e consentire ai cittadini non ancora attrezzati per ricevere il segnale digitale di vedere comunque tutti i canali attraverso la piattaforma satellitare TivùSat. Ed è questo che fa ancora Tivù mentre è in atto un nuovo *switch off* richiesto dalla Comunità europea. Ma vi chiedo quanti cittadini sono al corrente di questo ulteriore cambiamento e hanno capito esattamente come avviene e cosa devono fare per continuar a vedere la tv? In questo senso parlo di economia dei diritti: abbiamo bisogno di sapere cosa sta succedendo perché il digitale corre più di noi. In un libro che mi piace



Anna Matteo

molto, *Plenitudine digitale*, l'autore Jay David Bolter parla del flusso ininterrotto di immagini, cinema, film, televisione, grafiche, testi che viviamo professionalmente e privatamente. Banalmente, sono a casa sul divano e guardo un film in televisione, contemporaneamente ho il tablet aperto con le news e ho in mano il mio smartphone e messaggio con gli amici o guardo post sui social. Questo flusso in cui siamo immersi, dice Bolter, è piacevole, accomodante e costante tanto da farci perdere la coscienza di come lo viviamo. A volte la tecnologia supera addirittura il contenuto: ciò che guardiamo non ci interessa ma ci piace la dimensione in sé. Quali sono i pericoli di vivere così? Le *fake news*, per esempio, la dipendenza o l'incapacità di manifestare attitudine allo studio diffusa tra i giovani. Mi ha colpito leggere i dati dell'Osservatorio italiano sull'adolescenza: il 96% dei bambini vede video su YouTube, il 43% li vede su TikTok, e nella fascia di età degli otto anni, 3 bambini su 4 usa WhatsApp e uno su due le chat collegate ai videogames. La Presidente di quest'Osservatorio ha lanciato un appello contro la dipendenza da iperconnessione suggerendo di stabilizzare delle *no smartphone zone*, per esempio durante i pasti o l'attività fisica, in cui i ragazzi non abbiano accesso ai *device* e alla connessione digitale. Ecco, rispetto al tema di riprogrammare la nostra istruzione, credo sia importante anche fornire sin da bambini strumenti che permettano di utilizzare il digitale in maniera corretta». E qualcosa sembra muoversi in questa direzione, stando all'esperienza di Rfi, «la prima stazione appaltante in Italia — spiega la sua Presidente **Anna Masutti** — è guidata da due donne: la sottoscritta e l'Amministratrice Delegata. Un bel traguardo cui concorre una squadra molto coesa di Direttori, uomini e donne, che lavorano insieme, oggi con l'obiettivo di realizzare gli interventi previsti nel PNRR. Lo sforzo sarà grande perché per il 2022 dovranno essere programmati ed elaborati progetti pari a 20 miliardi di euro e ad aprile 2022 verranno messi a gara progetti per oltre 6 miliardi. La nostra azienda è leader a livello europeo nell'utilizzo di alcune tecnologie e i fondi del PNRR serviranno a rafforzare proprio i progetti legati all'innovazione, mantenendo una grande attenzione al capitale umano. Io e Vera Fiorani, l'AD, siamo di supporto ai Direttori e alle Direttrici mettendo a disposizione la nostra esperienza ma anche cercando di comprendere le tensioni e le difficoltà di portare a termine un progetto così complesso: un approccio di massima collaborazione per una sfida cui lo stesso Governo ci chiama». E, nemmeno a dirlo, al centro della sfida c'è la tecnologia come strumento fondamentale per la transizione ecologica. «L'innovazione tecnologica è fondamentale — continua Masutti — laddove ci consentirà lo *shift* modale verso forme di trasporto più ecologiche. Già oggi, se mettiamo a confronto i dati sull'inquinamento delle diverse modalità di trasporto, che sono pari al 72%, il trasporto ferroviario incide per lo 0,5%. In questo senso, i fondi del PNRR e quelli governativi rappresentano l'occasione per realizzare un'infrastruttura ancora più sviluppata e moderna».



Beatrice Coletti

Anna Masutti

Un esempio di sfida tecnologica e ambientale colta da una leadership tutta femminile che fa ben sperare e che trova proseliti in settori altamente innovativi come quello energetico. «Acea – aggiunge il suo *Head of Innovation* **Silvia Celani** – è una società che ha cambiato pelle, facendo dell'innovazione uno degli asset fondamentali. A testimoniare, il piano industriale 2020/2024 che investe nell'innovazione 615 milioni: un gesto concreto, ancora più significativo in un settore che, con il PNRR, avrà un ruolo sempre più importante per la trasformazione del Paese. E che a capo dell'innovazione tecnologica ci sia una donna, segue il filo rosso di un'innovazione pragmatica. Pragmatica perché stiamo applicando l'Intelligenza Artificiale alle infrastrutture critiche, come progetti di monitoraggio realizzati con droni e algoritmi che ci permettono di predire e lavorare tempestivamente sui disservizi della rete. E usiamo l'IA anche per i processi aziendali, per esempio nelle Risorse Umane per efficientare il lavoro di chi si occupa dello screening dei Curricula».

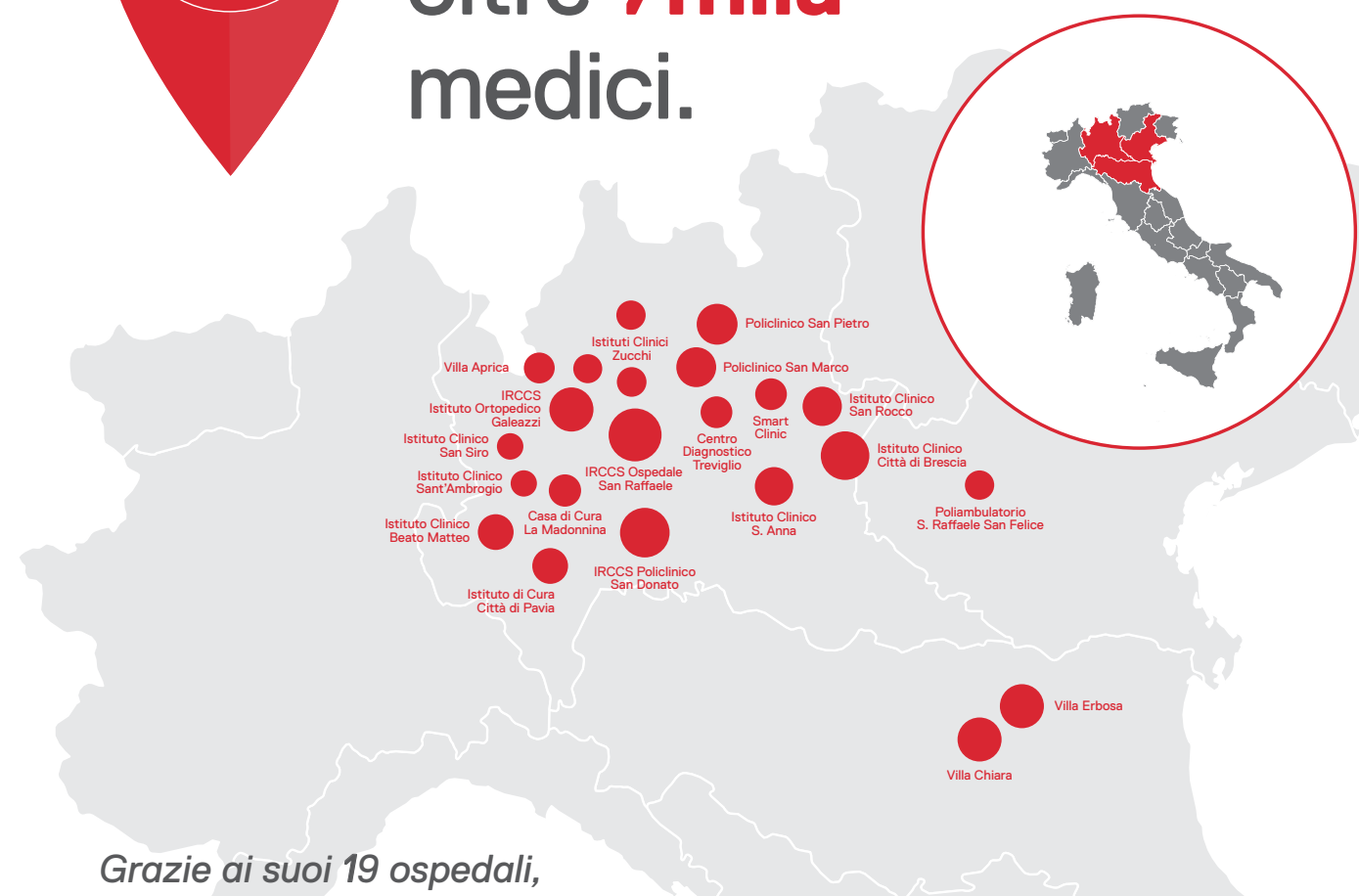
E a proposito di innovazione, tre sono le caratteristiche per la manager fondamentali. Innanzitutto, deve essere «pragmatica e quindi guidata da figure strategiche, come gli *Innovation Manager*, fondamentali per aiutare le imprese nel processo di trasformazione. Poi, deve permeare tutti i livelli aziendali e venire promossa come cultura e prassi. Acea, per esempio, ha un programma che consente ai dipendenti di partecipare all'ideazione dei prodotti per i clienti, stimolandoli a creare idee innovative che poi possano scalare il mercato cambiando l'azienda. Infine, l'innovazione deve accompagnare i vertici nelle strategie aziendali e nel raggiungimento degli obiettivi di business». Lo stesso accade in un settore diverso come quello bancario, dove la trasformazione digitale ha cambiato non solo il modo di lavorare ma il rapporto con i clienti, come chiarisce **Paola Angeletti**. «La pandemia – aggiunge – ha accelerato un processo già in atto e di per sé molto veloce definendo nuove modalità di lavoro. Mettiamo le persone in condizione di contribuire al meglio alla vita dell'azienda favorendo l'equilibrio con le esigenze personali, in modo da non lasciare indietro nessuno. Lo facciamo attraverso un programma di ascolto delle necessità e dando a tutti la possibilità di aggiornarsi. Abbiamo un grande progetto di formazione continua e di *reskilling* per riorientare le persone verso le nuove professioni dettate dalla digitalizzazione. Negli ultimi quattro anni abbiamo portato più di 5400 persone a cambiare lavoro all'interno del Gruppo, con percorsi personalizzati sulla base delle competenze e aspirazioni di ognuno».

Esiste tuttavia una specificità femminile, in termini di rischi e potenzialità, in questo passaggio epocale, in gran parte guidato dal digitale e certamente influenzato da un tornante storico come la pandemia? Sembra di sì se partiamo da uno dei temi di più scottante attualità, focus del dibattito pubblico, politico ed economico come il PNRR. A parlarne è un'esperta in materia: **Chiara Goretti**, Coordinatrice della Segreteria tecnica del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza «Il

Gruppo San Donato è il più grande gruppo ospedaliero d'Italia.



56 sedi,
oltre 7mila
medici.



Grazie ai suoi 19 ospedali, tra cui 3 Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS), offre le migliori cure possibili a chiunque ne necessiti, perseguendo come primo obiettivo la salute e il benessere delle persone.



**Gruppo
San Donato**

www.grupposandonato.it



Silvia Celani

PNRR — spiega — è una grande sfida per la PA, le donne e il Paese e per tutti coloro che vogliono riempire i divari che ci portiamo dietro da anni. Per capire gli snodi è importante avere un quadro di insieme del Piano, che prevede lo stanziamento di oltre 230 miliardi per 6 missioni e 16 componenti, 530 *milestone* e target da raggiungere. Nell'ambito della mole di questi interventi, il PNRR si muove su tre linee guida che sono poi tre priorità trasversali: donne, giovani e divari territoriali. Questo è il primo punto di innovazione: riconoscere che il tema della parità è trasversale e orizzontale e deve coinvolgere più ambiti a livello multidisciplinare. Proprio multidisciplinarietà e trasversalità rappresentano un primo passo per superare la frammentarietà che ha caratterizzato finora le politiche sul divario di genere. Tre sono i grandi blocchi in esame a favore della parità di genere: innanzitutto, istruzione e formazione, ovvero formazione degli insegnanti, orientamento, quote per le ricercatrici negli oltre 11 miliardi destinati alla ricerca. Poi il blocco del mercato del lavoro che prevede non solo aiuti diretti e incentivi all'imprenditoria femminile ma anche politiche attive che dovranno guardare alla disoccupazione di più lunga durata, e alle persone più fragili, in genere le più seguite dalle donne. Il terzo blocco, infine, è quello della cura e dell'uso del tempo attraverso tante linee di intervento. Penso ad asili nido, assistenza agli anziani, telemedicina con oltre sette miliardi, ristrutturazione delle reti minori ferroviarie molto utilizzate dalle donne per recarsi a lavoro. È un Piano di risultato non di procedure e quindi, a fronte di queste linee di intervento, abbiamo tre milioni di soggetti disoccupati da incanalare in percorsi di formazione e riqualificazione, oltre 230mila posti in asili nido, oltre 12mila anziani non autosufficienti presi in carico, oltre 5mila disabili aiutati quotidianamente, chilometri di linee ferroviarie rese più sicure e rapide. Sono questi gli interventi di realizzazione del Piano che possono fare la differenza tra un prima e un dopo per tantissime donne, ragazze, giovani».

Dunque, sul fronte pubblico, l'enorme mole di risorse messe a disposizione dall'Europa, combinata con un approccio innovativo e di rottura rispetto al passato, sembra dare alle donne la *chance* di diventare protagoniste del cambiamento. Certo, la strategia pubblica deve essere accolta e integrata dalle politiche attuate dentro le aziende. **Beatrice Coletti**, che si occupa di media in Rai, conferma che la televisione è in un certo senso un'isola felice perché «l'acume, la capacità organizzativa e la cura femminile le ha rese protagoniste del settore». Eppure, anche lì, la parità di genere esiste fra le dipendenti ma si assottiglia man mano che si salgono i vertici, dove la componente femminile si ferma al 25%».

«È anche e soprattutto — aggiunge **Fabio Pompei** — un tema culturale. Il punto, allora, è capire se attendere l'evoluzione naturale, che ci sarà, oppure imprimere un'accelerazione. In Deloitte, per esempio, il problema non è assumere donne ma farle arrivare a livello apicale: tra le manager scendono già al 30% e a livello di leadership al 15%.



Chiara Goretti

Questo è lo snodo e va affrontato e risolto considerando, anche solo prospetticamente, il passaggio critico della maternità. In quest'ambito, per esempio, il processo di digitalizzazione potrà dare un supporto importante e imprimere una svolta».

Lo conferma **Silvia Celani**: «Anche in Acea stiamo per lanciare un'app di conciliazione fra vita privata e lavorativa per mettere la tecnologia a servizio dei dipendenti e delle persone, fattore abilitante delle aziende».

«Agli inizi della globalizzazione — conclude **Federico Fubini** — si credeva di poter gestire da soli, rinchiusi nel proprio silos, la trasformazione in atto. È completamente falso e la discussione di oggi ce ne ha dato ennesima conferma».



ACEA 111 ANNI DI INNOVAZIONE

DAI SERVIZI PRIMARI ALLA TECNOLOGIA DELLE SMART CITY
ACEA CREA VALORE, OGNI GIORNO, PER IL PAESE

Realizzato da Acea Communication®

Un importante percorso che il Gruppo ACEA porta avanti offrendo servizi essenziali, dall'acqua all'energia, fino al trattamento dei rifiuti, con una costante attenzione alle persone ed ai territori in cui opera.

Acea, grazie ad una solida esperienza, accompagna i suoi clienti verso un domani sempre più sostenibile investendo nella gestione delle risorse idriche ed energetiche, creando valore per tutti gli stakeholder e per il Sistema Italia.

ace
IL FUTURO È
IL NOSTRO AMBIENTE

QUANTE **SFIDE** PER NOI DONNE!

di **Silvia Vaccarezza**, Giornalista Tg2 Rai

Un insegnamento delle materie scientifiche troppo teorico lo avevo sempre notato qui in Italia, anche il fatto che sono ancora troppo poche le giovani donne che scelgono gli studi STEM è un problema annoso, ma il grido di allarme lanciato in questo 21° Seminario di *Donna Economia & Potere* mi ha scosso nel profondo. Ricorriamo all'Intelligenza Artificiale in moltissimi settori — da quello medico alla robotica, dal sistema azionario a quello della domotica — ma non mi ero mai posta il problema di una differenza di genere nelle impostazioni di questi algoritmi e del danno alle donne che può derivarne. E invece, studi ed esempi concreti che gli ospiti di grande spessore delle Tavole Rotonde hanno portato non lasciano scampo ai dubbi.

Un esempio per tutti, fatto da Flavia Marzano, è lampante. Immaginate un'auto intelligente in grado di fare un *check up* prima che vi mettiate alla guida e di conseguenza avvertire il guidatore del rischio di un imminente infarto. La stessa automobile non sarebbe in grado di salvare anche la vita di una guidatrice perché i parametri inseriti dall'Intelligenza Artificiale non prendono in considerazione i sintomi legati all'infarto nelle donne. Algoritmi, dunque, in grado di discriminare e di rafforzare stereotipi se lo studio alla base della loro formulazione non verrà fatto con un lavoro di squadra. L'unica strada percorribile per evitare i *bias*, gli errori ha avvertito la Marzano, è quella di promuovere la diversità all'interno dei gruppi di sviluppo, promuovere la ricerca interdisciplinare, fare formazione continua.

Occorrono competenze tecniche e sociali per gestire l'Intelligenza Artificiale ha sottolineato Francesca Rossi di IBM. Serve una preparazione sociotecnica per guardare al futuro e all'innovazione e capire che impatto avranno le soluzioni prese dall'Intelligenza Artificiale sulle persone. Servono *role model* e programmi di *mentoring*, ha incalzato Stefano da Empoli, perché è troppo scarsa la presenza femminile nell'Intelligenza Artificiale. E ad affondare il coltello nella piaga ci ha pensato Fabio Pompei: c'è il 10% dei laureati in meno del necessario nei settori STEM e le donne sono pochissime perché mancano figure suppletive alle famiglie che le indirizzino verso questi studi. Intesa Sanpaolo, ben consapevole di tutto ciò, oltre alle borse di studio per incentivare le ragazze agli studi STEM, ha investito sull'esempio, che è più forte di qualsiasi libro, come ha spiegato Paola Angeletti, e così inviano dirigenti donna nelle scuole medie: perché l'orientamento allo studio si matura da piccoli ed è importante a quell'età rafforzare l'autostima e presentare dei *role model*. È commovente, ha raccontato, la reazione degli studenti nel capire che si tratta di donne manager che lavorano in banca, a capo di uomini.

D'altronde ragiono io, da giornalista a cui è caro il ruolo di servizio pubblico della Rai, se non vogliamo un'intera generazione di ragazzi che hanno come unici modelli i tronisti, le veline o i personaggi più seguiti su Tik Tok e Instagram, dobbiamo riprendere le fila di una società che sta cambiando alla velocità della luce e dove alle antiche professioni se ne sostituiscono di nuove che è necessario far conoscere.

Abbiamo tante eccellenze nell'Intelligenza Artificiale, ha detto la Ministra Maria Cristina Messa ma non abbiamo un'adeguata formazione: c'è molto lavoro da fare per dare l'abc dell'innovazione dalle scuole elementari, ai Dottorati di ricerca e ai Master. Serve una formazione continua, ha ricordato Anna Matteo: nelle discipline STEM non puoi fermarti mai, nell'innovazione non è consentito rimanere indietro. Quante nuove sfide per noi donne!

E concludo con Beatrice Coletti: nell'economia della conoscenza dovremmo anche parlare di economia dei diritti. La digitalizzazione ci ha investito come un treno e mentre siamo immersi in un fluido piacevole di interconnessione dobbiamo anche capire come non sviluppare dipendenze e darci delle regole.



Il "B-FACTOR" delle startup al femminile

Il contest del talento imprenditoriale delle donne proposto dalla Fondazione Marisa Bellisario ha selezionato e premiato storie di nuove imprese integralmente nate in rosa

di **Carlo Alberto Carnevale Maffè**,
SDA Professor di Strategy and Entrepreneurship - Bocconi School of Management

La Fondazione Marisa Bellisario ha lanciato la propria "Quota 100". Nel senso di 100% rosa, il colore delle startup pensate e fondate da donne. Con l'evento "B-Factor", il contest del talento imprenditoriale femminile lanciato per selezionare lo spirito imprenditoriale, la Fondazione Bellisario ha voluto dare spazio e visibilità alle bellissime storie di aziende nate dalla professionalità, dalla creatività e dalla leadership di giovani donne italiane. Dove, per una buona volta, la quota di talento femminile in una impresa non ha dovuto essere negoziata, normata o chiesta per favore allo scopo di limitare il predominio maschile, ma è stata naturalmente e spontaneamente conquistata dallo spirito imprenditoriale di chi quell'azienda ha pensato, voluto, fatto nascere e crescere. Il talento imprenditoriale femminile è un giacimento di energia per l'intero Paese ed è tuttora pochissimo sfruttato. La battaglia per l'inclusione e la parità di genere, infatti, non va limitata alle quote di posti di lavoro o di responsabilità nelle imprese esistenti, ma va sempre di più estesa all'inizio del ciclo di vita dell'impresa, nel mondo delle startup e dell'imprenditorialità di prima generazione. Lella Golfo, Presidente della Fondazione Marisa Bellisario, in occasione della XXI edizione del Seminario *Donna Economia & Potere*, ha voluto così lanciare la sfida del

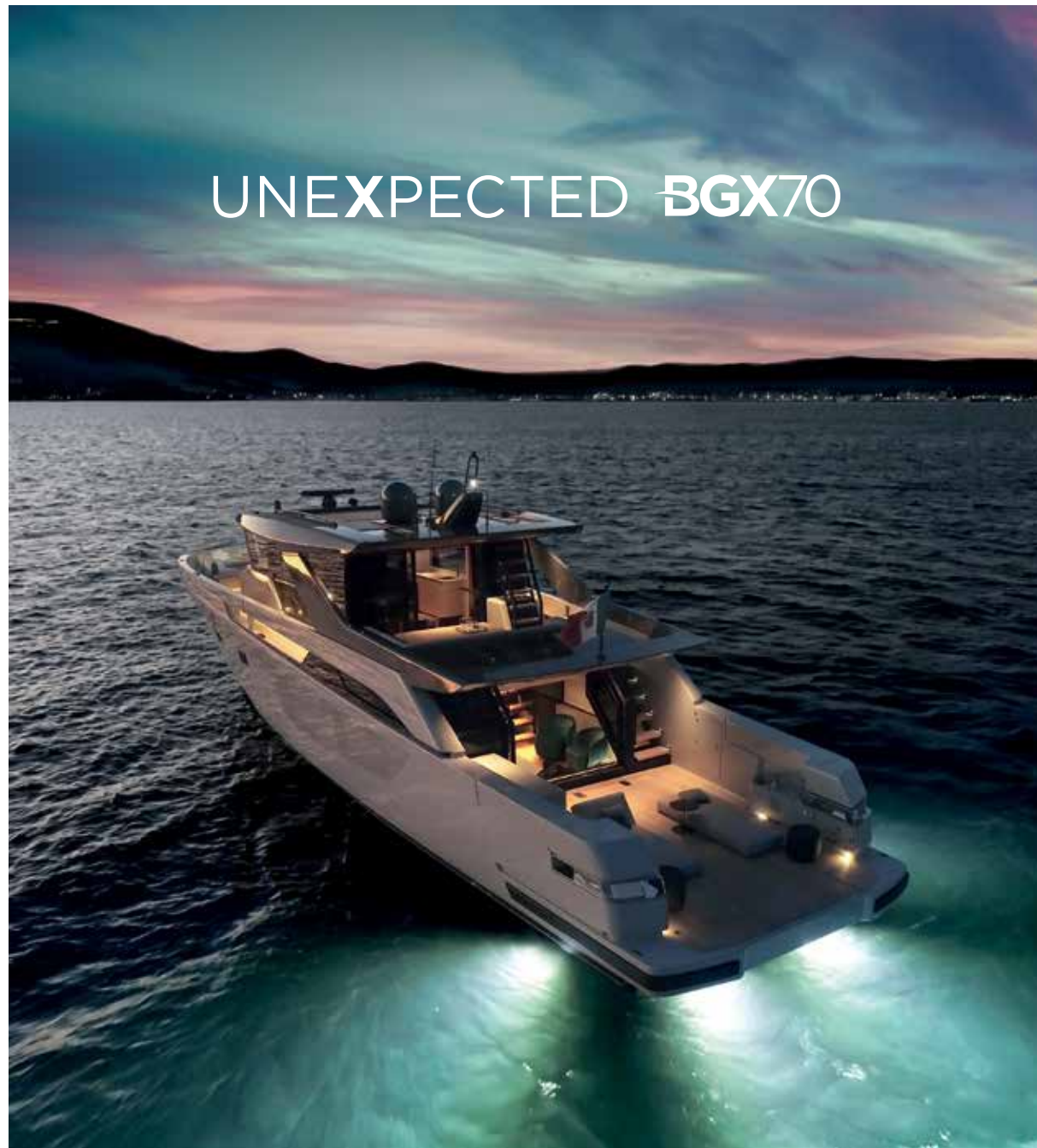
"B-Factor", dove la lettera "B" sta per il "Fattore Bellisario", quello spirito di leadership che può essere fatto riferire proprio all'esempio di Marisa Bellisario e che fa emergere il fuoco interiore dell'innovazione e dell'imprenditorialità femminile. Il contest aveva l'obiettivo di stimolare e dare visibilità alle esperienze di imprenditorialità femminile che riprendono i valori di riferimento della Fondazione, invitando decine di candidature di grande rilievo a presentare, davanti a una giuria di esperti, il proprio progetto imprenditoriale. Il "B-Factor" valutato nelle candidate era appunto lo spirito indomabile di innovazione e la tenace determinazione nel fare impresa al servizio della società che costituiscono l'eredità di valori lasciata da Marisa Bellisario. Come in un *casting* televisivo, la Fondazione Bellisario ha chiamato a presentarsi davanti a una giuria composta da specialisti di diverse discipline ed esperienza le donne che hanno avviato o stanno facendo partire un'azienda o un'iniziativa innovativa. Le candidate dovevano dimostrare, oltre a un convincente modello d'impresa, anche di avere il "B-Factor", quel particolare mix di leadership e di tenacia, di passione e di attenzione, che può essere associato ai caratteri distintivi dell'imprenditorialità femminile. "B-Factor" è aperto a qualsiasi donna che abbia fondato o intenda fondare o far nascere una nuova realtà organizza-

tiva, sia essa azienda o entità non-profit. Le candidature sono state valutate in base a criteri di leadership, determinazione ad affrontare sfide di innovazione, responsabilità nelle scelte organizzative e di business. L'iniziativa della Fondazione Bellisario ha l'obiettivo di saldarsi al filone degli interventi attivati dal Governo per rendere operativo il "Fondo Impresa Donna", con l'obiettivo di rafforzare gli investimenti e i servizi a sostegno dell'imprenditorialità femminile, incentivando la partecipazione delle donne al mondo delle imprese, supportando le loro competenze e creatività per l'avvio di nuove attività imprenditoriali e la realizzazione di progetti innovativi, attraverso contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati. Tra oltre venti affascinanti e appassionate storie di creatività e di coraggio imprenditoriale, la Fondazione Bellisario ha voluto scegliere cinque casi particolarmente meritevoli per distinzione personale. Il "B-Factor", infatti, non costituisce in alcun modo un premio all'idea di business, all'azienda o comunque una validazione del piano economico finanziario d'impresa, bensì un riconoscimento alla persona, alla sua leadership, alla sua responsabilità, alla sua volontà di innovare e di cambiare le cose, sia nel piccolo di uno specifico mercato, sia nel grande scenario del contesto globale. Sono state selezionate cinque storie di coraggio, professionalità e responsabilità, che spaziano dalla ricerca scientifica più avanzata all'innovazione di prodotto e processo insieme più ingenua e geniale. Questi i loro profili. Valentina Garonzi è CEO di *Diamante Tech*, una startup veronese che sviluppa e produce applicazioni biotech in ambito diagnostico e terapeutico per la ricerca di malattie autoimmuni, sfruttando le piante come bioreattori per la produzione di nanoparticelle basate su virus vegetali modificati. Cristina Angelillo è ingegnere software, co-founder di *Marshmallow Games*, che sviluppa, per il mercato mondiale, giochi elettronici educativi per genitori e bambini usando tecnologie di intelligenza artificiale per assicurare il corretto bilanciamento tra componente ludica e componente educativa e sociale.

Irene Simone, è CEO e co-founder di *Zero Impact*, una intelligente soluzione di packaging-as-a-service sostenibile e tracciabile, indirizzata al nuovo mercato della food delivery. Francesca De Gottardo, Master in Marketing alla SDA Bocconi, ha fondato *Endelea*, nome che deriva da una parola di origine africana che significa "andare avanti senza mai fermarsi", per promuovere una moda sostenibile in chiave di contaminazione estetica e manifatturiera tra Europa e Africa, dove le collezioni sono disegnate in Italia e fatte a mano in Tanzania, dove vengono reinvestiti parte dei ricavi in programmi educativi per studenti di moda e design. Infine, Emanuela Barbano, fondatrice di *Biova*, startup innovativa di economia circolare, dove il pane rimasto invenduto diventa birra: per ogni chilo di pane che viene trasformato in birra si risparmiano circa 1.000 litri d'acqua con una riduzione nell'atmosfera di 11 chili di CO2, e si restituisce nuova vita a un bene diventato rifiuto. In un ambito sociale che le vede troppo spesso svantaggiate, le donne oggi possono affrontare la sfida dell'imprenditorialità femminile con un importante vantaggio: per una volta, non devono chiedere favori o negoziare posti, ma semplicemente e naturalmente creano. Dare vita a un'impresa diventa quindi un gesto distintivamente femminile, caratterizzato da un impegno strutturale e nativo, e non accidentale o strumentale, alla responsabilità e alla sostenibilità. L'essenza dell'imprenditorialità, e il segreto del "B-Factor" ricercato dalla Fondazione Bellisario, non è infatti il mero atto di ereditare un'impresa o la scelta di fondarla, bensì l'impegno costante alla cura, alla crescita e all'innovazione. Il "B-Factor" è quindi il talento e la passione per una vera maternità d'impresa: un ruolo appassionato e pervasivo, una scelta tenace e permanente di dedizione indivisa e indivisibile. La partecipazione al lavoro femminile non è un problema che riguarda solo le donne, ma tutta la nazione. Se a essa si aggiunge la capacità di creare lavoro e sviluppo generata dall'imprenditorialità femminile, opportunamente supportata da investimenti pubblici e privati, si può schiudere la singola più grande opportunità di crescita del Paese.

UNEXPECTED BGX70

A BRAND OF SANLORENZO



BLUEGAME



MOST AVANT-GARDE YACHT 2019
YACHTS TROPHIES - CANNES



BEST CUSTOM YACHT 2020
MOTOR BOAT AWARDS



BEST COMEBACK 2020
ROBB REPORT

Bluegame S.r.l. | Ameglia (SP), Italy | +39 0187 618490 | info@bluegame.it

B-FACTOR FATTORE BELLISARIO

La Giuria

Federica Garbolino Responsabile Sviluppo Mercato e Servizi Invitalia

Maria Laura Garofalo Amministratore Delegato Garofalo Health Care

Luca Josi Consigliere di amministrazione Fondazione TIM

Elena Miroglio Presidente Miroglio Fashion

Monica Mosca Giornalista

Roberta Palazzetti Presidente e Amministratore Delegato British American Tobacco Italia

Anna Roscio Responsabile Sales & Marketing Imprese Intesa Sanpaolo

Olga Urbani Presidente Urbani Tartufi



BIOVA FOOD INNOVATION CONTRO LO SPRECO

Fondata nel novembre 2019 a Torino, Biova Project è la start up innovativa di *food innovation* con la missione di ridurre lo spreco alimentare per il Pianeta, creando prodotti sempre nuovi dall'alto valore aggiunto: sia di gusto che economico e sociale.

Biova Project ha sviluppato la prima gamma di birra da pane invenduto d'Italia, a cui si aggiunge Ri-Snack, il primo snack italiano da economia circolare, capace di ridurre anche gli scarti della birrificazione.

Per ogni 2500 litri di Birra Biova ci sono più di 150 kg di pane che, invece di diventare avanzi, diventano qualcosa di meraviglioso: la BIRRA Biova. Questo permette anche di risparmiare fino al 30% di materie prime, che rende il prodotto sostenibile per il Pianeta, riducendo di molto lo sfruttamento di risorse vergini. Tra i partner della startup ci sono Gdo come Coop NordOvest e Unes, Eataly e birre fatte in collaborazione con Associazioni locali di Panettieri a Como e Bergamo oltre a collaborazioni con panifici industriali e gruppi della ristorazione collettiva.

L'idea nasce dalla mente di due Ingegneri. Emanuela Barbano, laurea in Ingegneria Gestionale, fondatrice e Presidente di Equoevento Onlus — no profit che si occupa di lotta allo spreco alimentare — è attualmente Presidente di Biova Project. Co-fondatore e CEO è Franco Dipietro, anche lui proveniente da studi di ingegneria e logistica. I due si incontrano lavorando in *Duel: Film*, azienda di comunicazione e produzione video, e lì arriva l'idea di Biova Project: finalmente un marchio che non deve inventarsi un impatto sociale ma che lo ha già al suo interno per nascita.

I numeri dell'impatto sociale di Biova convincono in partenza e ne confermano lo status di progetto di *circular economy*: 5mila kg di CO2 risparmiata all'ambiente dalla riduzione del malto nella produzione di birra e 4mila e 500 kg dalla gestione dell'invenduto evitando che il pane diventi rifiuto; 54,20 tonnellate di bottiglie di vetro riciclate e lattine in alluminio riciclato 100%; 3mila kg di pane invenduto recuperato. Insomma, la prima birra italiana contro lo spreco alimentare.



DIAMANTE BIOTECH PER LA SALUTE

Germoglio d'Oro della Fondazione Marisa Bellisario nel 2016, la storia di *Diamante* ha inizio cinque anni fa quando tre giovani donne decidono di unire le forze con l'obiettivo di far emergere progetti accademici in un contesto aziendale e di respiro internazionale.

Quello che allora era solo un progetto nato dalla determinazione di tre ragazze — Valentina Garonzi, Linda Avesani e Roberta Zampieri — oggi è *Diamante*, startup innovativa in ambito biotecnologico e in particolare nella produzione di nano-particelle che possono essere utilizzate per applicazioni diagnostiche e terapeutiche. Partita con lo sviluppo di un kit di diagnosi per una malattia autoimmune, la società sta ora crescendo verso la realizzazione di soluzioni per l'ambito terapeutico.

La *value proposition* di *Diamante* è creare un approccio terapeutico unico al mondo per le malattie autoimmuni, utilizzando un innovativo sistema di produzione basato sulle piante. Il progetto principale è lo sviluppo di un nuovo approccio terapeutico per l'Artrite Reumatoide, malattia autoimmune cronica che colpisce nel mondo 20-50 persone ogni 100mila, con una prevalenza dell'1% della popolazione adulta. Una malattia per la quale non esiste una cura ma solo una serie di trattamenti, principalmente basati su un approccio immunosoppressivo — ovvero di soppressione generale dell'azione del sistema immunitario — che, oltre a provocare severi effetti collaterali, risulta inefficace per il 10-20% dei pazienti.

Quello che propone *Diamante* — acronimo che sta per Diagnosi di Malattie Autoimmuni mediante NanoTecnologie — è invece un approccio specifico, che agisce nel bloccare la sola reazione sbagliata del sistema immunitario, senza comprometterne le capacità di difesa. Come lo fa? Spegnendo il fuoco con il fuoco, ovvero utilizzando la stessa particella che causa la malattia autoimmune ma che in

questo caso alza l'asticella della tollerabilità immunitaria. Inoltre, per produrre le particelle, la startup usa un metodo produttivo basato sull'utilizzo delle piante come bio-fabbriche. In particolare, a partire da una specifica nano-particella, si va a modificare geneticamente dei virus vegetali e utilizzando le piante come bioreattori naturali, vengono prodotte le molecole utili.

Tutto questo è possibile grazie a un team di competenze eterogenee, composto da Valentina Garonzi, Amministratore Delegato e responsabile dell'area business; Roberta Zampieri, Presidente dell'azienda e responsabile della parte tecnica; Linda Avesani, responsabile dell'area di ricerca e sviluppo ed Elisa Gecchele, Project manager nell'area tecnica. A livello societario, c'è anche una quota azzurra.

Nel corso della sua storia, *Diamante* è stata supportata da numerosi attori, fra i quali la Fondazione Marisa Bellisario. È stata inoltre inserita in un consorzio di partner nell'ambito di un progetto europeo e di recente in un programma a Houston.

L'impegno quotidiano della startup è nel supportare e far crescere il proprio team. In questa prospettiva, *Diamante* ha gestito due maternità in parallelo con il rientro con contratti a part-time, attivato contratti di dottorato industriale per permettere la formazione dei dipendenti e gestisce l'attività lavorativa in modo flessibile, senza vincoli di orario e luogo di lavoro. L'obiettivo è crescere come azienda, competere a livello internazionale e continuare a creare posti di lavoro. E per questo, la startup è alla ricerca di partner e investitori che possano supportarla nella crescita e unirsi alla sfida biotech.



ENDELEA LA STARTUP CHE SOGNA IN GRANDE

Endelea è un brand di moda etica nato a Milano nel 2018 con l'idea di creare collezioni di abiti e accessori in tessuti africani dal design made in Italy.

Le collezioni sono disegnate a Milano e fatte a mano a Dar es Salaam, in Tanzania.

Il nome *Endelea*, che in lingua Swahili significa «andare avanti senza arrendersi alle difficoltà», racconta la filosofia del brand ed è coerente con un approccio che mette al centro le persone, creando valore sia per i clienti sia per le comunità coinvolte nel progetto.

L'obiettivo di *Endelea* è duplice. Da un lato, l'azienda vuole contribuire allo sviluppo di un'industria della moda in Tanzania, a oggi quasi del tutto assente. A questo scopo, gli acquisti di tessuti sono fatti in loco, così come la quasi totalità della produzione, mentre parte dei ricavi è investita nella realizzazione di *workshop* e collaborazioni con scuole e università tanzaniane.

Nel 2021 è stata firmata una partnership di 5 anni con l'Università di Dar es Salaam per organizzare cicli di lezioni online e in presenza, coinvolgendo professionisti del settore italiani ed europei.

Dall'altro, *Endelea* punta a creare un dialogo tra Europa e Africa, facendo conoscere l'autentica cultura tessile africana e proponendosi come brand inclusivo. Le campagne di comunicazione ritraggono sempre modelle di diverse etnie, età e forme, e sono scattate sia in Italia sia in Tanzania, dove il lavoro è affidato a un team di *stylist*, fotografi e *videomaker* locali.

Endelea presenta ogni anno due collezioni, frutto dell'unione tra la competenza del design italiano e l'artigianalità della sartoria africana, composte di capi e accessori pensati per rendere protagonisti i colori dei tessuti *wax* africani. Il concept è quello di una femminilità pragmatica: gli abiti devono avvolgere il corpo della donna seguendone i mo-

vimenti e offrendo nello stesso tempo comfort, versatilità e femminilità. Un insieme colorato e *bold*, pensato per una donna determinata e positiva, che crede nei sogni e nella propria indipendenza. Le collezioni si completano con *capsule collection* realizzate con tessuti tipici diversi dal *wax* o dedicate a progetti particolari.

Dal 2020 *Endelea* è una società benefit, un'impresa che lavora per avere un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente. Il team è composto all'85% da donne, con un gender pay gap pari a zero. La retribuzione di sarti e sarte in Tanzania è del 40% più alta della media e tutti godono di assicurazione sanitaria per sé e per le proprie famiglie.

Per l'approccio inclusivo e l'impatto sociale, nel 2020 è stata insignita del Premio "Gaetano Marzotto 2030 Social Impact", teso a valorizzare le imprese che si impegnano a realizzare gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) dell'ONU.

I tre soci fondatori di *Endelea* sono Francesca De Gottardo, CEO e Responsabile marketing e operations; Serena Izzo, Vicepresidente e Responsabile e-commerce; e Andrea De Gottardo, CFO e Responsabile fundraising. Il team si completa con diverse figure che collaborano stabilmente con *Endelea*, sia in Italia sia in Tanzania, integrando le competenze di fashion design, modellistica, controllo produzione, graphic design, comunicazione e organizzazione di eventi. Il team in Tanzania è coordinato da Rose Minja. Designer e responsabile di produzione, è cresciuta insieme a *Endelea*, dove ha iniziato nel 2019 con il confezionamento delle tovaglie.



MARSHMALLOW GAMES LE APP EDUCATIVE DI CRISTINA ANGELILLO

Dall'idea di rivoluzionare il mondo dell'*edutainment* per bambini a un'azienda di 20 dipendenti. Ecco il "B-Factor" della CEO di *Marshmallow Games*.

Se è vero che dalla necessità di superare i momenti di stallo nascono le opportunità migliori, la storia di Cristina Angelillo, CEO di *Marshmallow Games*, non fa eccezione e non è solo una storia di successo imprenditoriale al femminile, ma la prova tangibile che, con caparbia e spirito d'iniziativa, cambiare vita è possibile. Non è un caso che il suo motto sia «Se voglio, posso».

Ingegnere delle telecomunicazioni, Cristina trascorre un periodo di pausa forzata da lavoro durante la sua prima gravidanza. È in questo momento che ha modo di riflettere sul suo percorso professionale e sulle sue vere passioni: l'educazione e i bambini. Bloccata a letto, realizza da sola la sua prima app "fatta in casa", senza particolari competenze in grafica o programmazione informatica ma con un'unica forte convinzione: voler creare un contenuto di qualità, un mix di giochi e racconti per intrattenere i più piccoli.

Marshmallow Games nasce da quell'idea e, a distanza di 7 anni, è diventata un'azienda in crescita con 20 dipendenti. La mission non è cambiata: dare valore al tempo che i bambini trascorrono con smartphone e tablet.

La convinzione di Cristina e del suo team è che creare esperienze digitali di qualità per bambini è possibile. E non solo. Il digitale è anche un'ottima opportunità di apprendimento, se si sceglie una tipologia di intrattenimento attivo.

Dopo i primi esperimenti di format per insegnare l'astronomia, il corpo umano o cimentarsi con l'arte e la musica, si è recuperata l'idea originaria della formula "gioco-racconto" ed è stata creata *Smart Tales*, l'app di punta di *Marshmallow Games* per bambini dai 3 ai 6 anni, che ha scalato le classifiche negli App Store, vanta riconoscimenti

internazionali ed è utilizzata dagli insegnanti nelle scuole e da oltre 300mila famiglie in tutto il mondo.

Smart Tales è un catalogo molto ricco di racconti e giochi educativi disponibili in 5 lingue. Quello che rende speciale le sue storie sono le animazioni coinvolgenti e le attività basate sulle materie STEM (Scienze, Tecnologia, Ingegneria, Matematica) che i bambini devono risolvere per proseguire con il racconto. Di recente, l'app è stata arricchita anche di un laboratorio di scienze e di musica interattivi e di una collezione di racconti in collaborazione con Unicef Italia, che ha scelto *Smart Tales* per promuovere i diritti dei bambini e sensibilizzarli su tematiche sociali fondamentali come il rispetto per l'ambiente, la collaborazione, la sana nutrizione.

Cristina e il suo team sono fermamente convinti che non si dovrebbe demonizzare la tecnologia. Se è quasi impossibile, ai nostri giorni, vietare l'uso dei dispositivi ai cosiddetti "nativi digitali", si possono trasformare questi momenti in occasioni di apprendimento. Quando un bambino utilizza *Smart Tales*, infatti, impara valori sani e allena le sue abilità di logica e concentrazione.

Un'altra convinzione condivisa è che serve un'educazione al digitale. Ai più piccoli bisognerebbe proporre contenuti adatti e limitare il tempo di utilizzo di tablet e smartphone. In *Marshmallow* si sta quindi lavorando a una nuova area per genitori in app dove poter impostare un timer di utilizzo. L'educazione al digitale, infatti, dovrebbe coinvolgere anche loro, che spesso usano i dispositivi come babysitter 2.0. In questo caso serve un cambio di mentalità: lo stesso tempo in cui il bambino è esposto passivamente a video in *streaming*, può essere impiegato con contenuti di qualità per imparare qualcosa di nuovo e coinvolgere l'intera famiglia.



ZERO IMPACK LA STARTUP CHE ELIMINA I RIFIUTI DEL FOOD PACKAGING

In Europa, dal 2008 a oggi, i rifiuti legati al *packaging* sono aumentati del 9,4%, raggiungendo 80 milioni di tonnellate nel 2020. Circa il 65% deriva da *packaging* alimentare monouso e, di questi, circa il 40% è in plastica. Il *food delivery* – un settore in rapida e costante crescita (+54% per un fatturato di 1,4 miliardi nel 2020) – ha contribuito in modo significativo a un ulteriore incremento dei rifiuti legati al *food packaging*, che oggi rappresentano circa il 15% del totale dei rifiuti urbani. La Commissione Europea negli ultimi anni ha intrapreso azioni concrete per fronteggiare il problema, introducendo misure drastiche quali la *Single Use Plastic Directive*, che vieta agli Stati membri l'utilizzo di determinati prodotti in plastica usa e getta. I principali attori della ristorazione sono quindi chiamati a soddisfare, da un lato la domanda crescente di *delivery*, dall'altro la sostenibilità ambientale, adottando soluzioni in linea sia con la legislazione sia con le scelte di consumatori sempre più consapevoli e attenti al Pianeta.

È in questo contesto che Irene Simone, che oggi ricopre il ruolo di CEO, fonda *Zero Impack* insieme al fratello Giulio, una laurea in Ingegneria dei Materiali e delle Nanotecnologie presso il Politecnico di Milano e un Dottorato in Fisica applicata in Olanda. Lei, laureata in Relazioni Internazionali all'estero e con uno Specialized Masters Degree in Green Management and CSR alla Bocconi, dopo diverse esperienze in giro per il mondo presso istituzioni europee e organizzazioni internazionali, dal 2019 è Vice Responsabile dell'Unità di *Open Innovation* della Fondazione Policlinico Gemelli di Roma. L'idea nasce durante il *lockdown*, quando all'incrementato uso di *food delivery* si accompagna la frustrazione della scarsa sostenibilità del servizio. Con *Zero Impack* vogliono proporre un'alternativa, una soluzione che cambi il paradigma del monouso

in questo settore. L'obiettivo è costruire un sistema in cui il *food packaging* si trasforma da mero prodotto di consumo ad asset intelligente che viene riutilizzato, in modo da non generare rifiuti e favorire la transizione verso un'economia circolare. *Zero Impack*, infatti, offre un servizio che non include solo *packaging* riutilizzabile, ma un sistema di *reverse logistic* e sanificazione completo, dove ogni passaggio è pensato per ridurre al minimo l'impatto ambientale. Una soluzione di *smart and reusable packaging-as-a-service* che prevede la fornitura di contenitori riutilizzabili, interamente disegnati e prodotti in Italia, il ritiro dei contenitori usati, un servizio di lavaggio e sanificazione e, infine, la restituzione al cliente di contenitori puliti e pronti per il riuso.

Il *packaging* diventa un asset intelligente che raccoglie dati e genera valore.

La circolarità del sistema è garantita da una piattaforma digitale, che traccia, localizza e monitora lo stato dei contenitori durante l'intero processo. La piattaforma è completamente integrabile con i sistemi informativi dei clienti e consente di gestire l'inventario e avere visibilità delle scorte in tempo reale. Inoltre, gli *Smart QR Codes* posizionati sui contenitori, permettono di misurare e raccogliere dati quantitativi rispetto all'impatto ambientale positivo generato dal servizio, come ad esempio, la quantità di CO₂ salvata. Le informazioni e i dati raccolti dai contenitori verranno presentati su una piattaforma in *cloud*, sempre consultabile e intuitiva, che, grazie a meccanismi di *machine-learning*, sarà in grado di integrare e analizzare dati eterogenei (ambientali, comportamentali, geografici) e restituire al cliente un supporto decisionale e strategico per efficientare i processi e migliorare la performance.

IA: UNA DISCIPLINA SOCIO-TECNOLOGICA DOVE LE DONNE SONO FONDAMENTALI

di **Francesca Rossi** IBM Fellow e AI Ethics Global Leader

L'Intelligenza Artificiale (IA) ci offre l'opportunità di risolvere problemi importanti quali quelli legati alla salute e al clima, o all'ottimizzazione e al miglioramento dei processi aziendali, aiutando gli esseri umani a prendere decisioni più informate e consapevoli, qualunque sia il loro campo di attività. La capacità di analizzare grandi quantità di dati e di alimentare conoscenza da essi è fondamentale per raggiungere questi scopi.

È però anche necessario capire e affrontare i possibili rischi insiti nell'uso di questa tecnologia così trasformativa della nostra vita. Non solo le aziende, ma l'intera società deve capire in modo realistico le sue capacità, i suoi limiti e i rischi del suo uso, individuando in modo condiviso le soluzioni tecnologiche e le regole per rendere l'uso dell'IA responsabile e positivo per le persone, la società e il pianeta.

Uno dei rischi su cui concentrare maggiormente la nostra attenzione è che questa tecnologia, soprattutto quando si basa su tecniche di apprendimento automatico (*machine learning*), possa prendere decisioni discriminatorie, per esempio tra donne e uomini. L'IA impara dai dati, che mostrano esempi di problemi e loro soluzioni, e generalizza in modo da saper risolvere anche problemi mai visti prima. Se gli esempi che le forniamo non rappresentano in uguale misura sia uomini sia donne, avrà difficoltà a imparare ugualmente bene a risolvere problemi relativi a entrambi i generi. Ad esempio, se vogliamo costruire un sistema di Intelligenza Artificiale che decida se accettare una richiesta di prestito — e gli esempi che gli forniamo includono soprattutto richieste rifiutate a donne e accettate di uomini — assocerà il risultato negativo con un richiedente femminile e lo userà per prendere le sue decisioni. Oppure, se programiamo un sistema di IA per individuare il miglior candidato per un posto di lavoro nel settore tecnologico, e lo alleniamo con esempi di assunzioni negli anni passati, che si riferiscono soprattutto a uomini, è poco probabile che sceglierà candidate donne.

È quindi importante che i programmatori sappiano individuare questi problemi nei dati usati per creare i sistemi di IA. Ma i programmatori sono ancora soprattutto uomini, e come ogni persona hanno i loro *bias* cognitivi, preconcetti insiti nei retaggi culturali di ogni comunità. Quindi è essenziale che i team vengano creati con attenzione alla diversità e all'inclusione di varie categorie di persone: di diverso genere, etnia o *background* culturale. Solo così è possibile riconoscere i limiti e i *bias* dei singoli individui, creando tecnologia inclusiva che possa fornire servizi ugualmente utili per tutti.

Le donne sono ancora troppo poche in questo settore — meno del 20% negli studi STEM — ma sono invece fondamentali, non solo per assicurare diversità e inclusività nei team, ma anche perché la loro naturale apertura alla multi-disciplinarietà e all'attenzione agli aspetti sociali è essenziale per avere un approccio responsabile all'IA. È quindi estremamente importante stimolare le nuove generazioni di ragazze a intraprendere studi e carriere STEM aiutandole a capire che sono fondamentali per creare un futuro in cui le persone, le aziende, i governi e la società in generale possono essere migliori anche grazie alla tecnologia.



LA VISIONE DELLE DONNE PER I ROBOT DI DOMANI

di **Barbara Mazzolai**

Associate Director per la Robotica
Direttrice del Laboratorio di Robotica Bioispirata
Istituto Italiano di Tecnologia

La biorobotica, nella sua accezione di robotica bioispirata, si pone come sfida quella di trarre ispirazione dalla Natura e dal mondo degli esseri viventi per fare innovazione e realizzare nuova tecnologia al servizio dell'umanità. L'obiettivo è quello di imitare le capacità di reazione e di adattamento degli organismi naturali ad ambienti che cambiano dinamicamente, non sono strutturati e quindi meno prevedibili. I robot ispirati a queste proprietà biologiche saranno in grado di operare in contesti naturali, fuori dalle fabbriche, ad esempio in attività di monitoraggio dell'ambiente, in agricoltura, così come nell'esplorazione di nuovi pianeti o in azioni di salvataggio dopo un disastro. L'ambito medico è un altro settore di grande interesse per realizzare endoscopi e nano-robot minimamente invasivi a scopi diagnostici e terapeutici.

In questo contesto, recentemente le piante sono state prese a modello per realizzare nuovi robot e tecnologie avanzate. In particolare, l'Istituto Italiano di Tecnologia ha sviluppato il primo robot al mondo ispirato alle radici delle piante per l'esplorazione dei suoli, lanciando così un nuovo settore di ricerca e sviluppo per la robotica. Le ricerche più recenti in questa nuova area puntano allo studio delle caratteristiche delle piante rampicanti, al fine di creare robot che imitino le loro capacità di esplorazione, così come alla ideazione di nuovi mini-robot soffici e biodegradabili ispirati alla morfologia dei semi e alle loro capacità di dispersione nell'ambiente per applicazioni in agricoltura.

Ma esiste un'altra faccia di questa affascinante disciplina. Poiché questi robot nascono sulla base di principi biologici, opportunamente elaborati e semplificati, essi stessi rappresentano degli strumenti nelle mani degli scienziati per validare ipotesi sulle funzioni del modello naturale dal quale sono partiti e al quale si sono ispirati, come quelle legate all'interazione del biologico con il mondo esterno e come questo influisca sulle strategie di adattamento e di sopravvivenza. Biologia e tecnologia sono legate in un circolo virtuoso di progresso della conoscenza che non ha fine e fa avanzare entrambe le discipline.

La robotica ha anche un fondamentale ruolo pedagogico, dalla scuola primaria fino all'Università, offrendo importanti opportunità per migliorare il processo di apprendimento-insegnamento di materie scientifiche e tecnologiche, che vada al di là dell'aspetto di genere, e dimostrando come la tecnologia a livello scolastico sia fondamentale per attirare le ragazze verso materie STEM e superare quel pregiudizio culturale che vuole le donne incapaci di intraprendere un percorso di formazione scientifica e, in particolare, matematica.

La presenza delle donne e il loro ruolo in questo nuovo ambito dell'ingegneria stanno crescendo in maniera significativa in questi ultimi anni. Il carattere scientifico e i potenziali impatti della robotica bioispirata e della bioingegneria nella società di oggi e di domani sembrano essere le principali motivazioni e gli aspetti attrattivi nei confronti di giovani ricercatrici che trovano in questo ambito un'ampia valorizzazione delle loro competenze e passioni, di una visione interdisciplinare e di una fervida curiosità.



Un'Italia che non ti aspetti

di **Luca Josi** Consigliere di amministrazione Fondazione TIM

Ho avuto la fortuna di vivere la giuria della primissima edizione del *contest* "B-Factor: Fattore Bellisario" col compito di segnalare cinque startup degne di menzione. È stata un'occasione unica per fotografare il Paese nelle sue potenzialità (e ovviamente, quei cinque posti, non bastavano a contenere le proposte, ma l'abbondanza di risorse è il male che ogni sistema economico vorrebbe augurarsi). Una raffica di passione si è mostrata in modo ordinato e organizzato con idee e attività — in molti casi già avviate — capaci di abbracciare interessi e aspirazioni dallo spazio al sociale, dal cibo alla didattica, dall'architettura alla sanità. Intuizioni per gestire lo sfriso delle produzioni dall'abbigliamento all'alimentare; *app* per risolvere le complessità organizzative dei nostri nuovi modelli di vita e tante, tante suggestioni e concretezze per iniziative medico-assistenziali.

Storie uniche di fantasia e creatività condensate in due ore, profondissime, d'immersione in un'Italia che sogni ma non ti aspetti. E così, distribuite sull'intero territorio della penisola, ecco invenzioni frutto di un pensiero di reazione o di rivalsa verso la prepotenza del caso e del destino o semplicemente della non accettazione dello *status quo*. Studi portati all'affinamento di un'idea che trova la capacità, una volta incontrati l'entusiasmo e la competenza, di trasformarsi da illuminazione a fatto.

È la sepoltura delle peggiori cassandre del Paese. Avranno studiato anche all'estero, si saranno aperte al mondo, ma queste ragazze e signore che raccontano il domani sono, in verità, il frutto della più concreta vocazione di un popolo elastico capace di mangiarsi le difficoltà e gli ostacoli per scavalcare l'impasse del presente. Imprenditrici che in po-

chi minuti di narrazione riducono a caricatura gli stereotipi macchiettistici di generazioni perdute nell'inconcludenza e nella rassegnazione. O, ancor peggio, in un abbandono di qualunque senso civico e partecipativo. Infatti, risultano orfane di quelle nenie e litanie ideologiche che hanno fatto da premessa a ogni giustificazione d'insuccesso o d'impossibilità a costruire del passato. Ho ascoltato persone che agiscono modificando la realtà quotidiana delle esistenze del loro tempo, tutte consapevoli che il pragmatismo porta a preferire colui che individua un servizio o un prodotto, capace di migliorare qui e subito il nostro vivere, a un grappolo di diritti teorici.

Poi, a giuria conclusa, posso confessare la mia plateale sintonia, tra le tante esperienze che hanno calcato il palco, con quelle portatrici di opportunità per il benessere fisico (sanitario). Pur avendo fatto nella vita, professionalmente, tutto l'opposto rimango sempre schiacciato dalla potenza di chi occupandosi del "primum vivere" o semplicemente dell'alleviarne le sofferenze consente al mondo di "philosophari". Quindi ascoltare e vedere giovanissime imprenditrici che cercano di combattere l'artrite reumatoide; altre che lavorano a innovazioni chimiche vertiginose; quelle che s'industriano per trovare soluzioni alle *défaillance* delle assistenze socio-sanitarie con sistemi digitali o che sperimentano nuove e avveniristiche tecnologie di protesi per alleviare l'esistenza di coloro che hanno incontrato i "tranelli" della vita, lo considero semplicemente entusiasmante.

Un plauso quindi alla Presidente Lella Golfo che con la straordinaria macchina della Fondazione ha ancora una volta costruito un esempio di speranza e realtà.

Un lavoro continuo e tenace che continua a regalare futuro.

Il presente guardando al futuro

di **Roberta Palazzetti** Presidente e Amministratore Delegato British American Tobacco Italia

Solo guardando al futuro le donne possono progredire nel loro processo di eguaglianza. Siamo partiti da questo presupposto alla Tavola Rotonda organizzata in occasione della XXI edizione di *Donna Economia & Potere*. Abbiamo avuto l'occasione di soffermarci su temi di grande attualità, consapevoli della necessità di lavorare allo sviluppo di un'economia della conoscenza che si ponga alla base di uno sviluppo sostenibile.

Le sfide che ci riserva il futuro sono un'importante opportunità da cogliere per un'ulteriore crescita del ruolo delle donne nella società e nelle professioni del futuro. La necessità di sviluppare maggiori conoscenze e competenze in settori cosiddetti STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*) apre nuove strade. Oggi le donne sono chiamate a rispondere all'esigenza, sempre più impellente, di costruire un futuro più sostenibile e inclusivo anche attraverso Intelligenza Artificiale, digitalizzazione e innovazione.

Tutto questo è stato reso tangibile nel *contest* "B-Factor: Fattore Bellisario. Adotta una startup", durante il quale ho avuto l'opportunità di vestire i panni del giurato insieme ad altri rappresentanti di importanti realtà italiane. Il nostro privilegio è stato quello di poter ascoltare e valutare le idee innovative presentate dalle startup al femminile in gara. I progetti proposti hanno coinvolto diversi settori, passando dall'*healthcare* alla formazione, dal riciclo alla produzione sostenibile, arrivando fino all'utilizzo dell'agricoltura molecolare come approccio terapeutico per le malattie autoimmuni.

È stato di forte ispirazione vedere così tante professioniste possedere il cosiddetto "Fattore B" (Fattore Bellisario): lo spirito indomabile di innovazione e la tenace determinazione nel fare impresa al servizio della società. È lampante come, ancora una volta, le donne in Italia abbiano la capacità, la volontà e la visione per dare il loro contributo al miglioramento della società in cui viviamo.

Un aspetto interessante del *contest* è stato la straordinaria diversità dei profili di donne che animano queste realtà: giovani alla loro prima esperienza, professoresse universitarie, manager o ex manager con *background* e percorsi professionali differenti. È stato bello vedere che quando si parla di futuro ci sono tantissime donne che hanno idee e competenze in grado di proporre soluzioni innovative e di grande valore.

Questa visione e questa necessità di lavorare per un futuro migliore si sposa perfettamente con il proposito di BAT di costruire *A Better Tomorrow*, che si traduce nel nostro im-

pegno per un futuro più verde, più equo e più inclusivo. Siamo quindi onorati di "adottare" una startup e contribuire così al processo di trasformazione che viviamo ogni giorno, che deve imprescindibilmente comprendere la sostenibilità e la trasformazione digitale.

Tutti i progetti coinvolti in questo *contest*, nella loro diversità, hanno lanciato un unico e forte messaggio: solo guardando al futuro si riesce a creare il presente e le donne sono già pronte per affrontare tutto questo. Quindi, a tutte coloro che ogni giorno si impegnano per migliorare il domani, vorrei far sentire il mio ringraziamento, perché ci stanno regalando con entusiasmo la loro visione di quello che potrebbe essere un futuro migliore per tutti.



DONNE E UOMINI AL SERVIZIO DELLA SOCIETÀ DELLA CONOSCENZA

di **Antonella Polimeni** *Rettrice Sapienza Università di Roma*

Società della conoscenza è un'espressione che indica come nel nostro tempo i saperi e le conoscenze abbiano guadagnato centralità nei processi del vivere comune.

Dobbiamo, però, interrogarci sulla natura di questa trasformazione. Quale conoscenza è infatti quella che auspichiamo possa muovere la cultura e l'economia delle nostre società, soprattutto nel difficile periodo che stiamo vivendo a causa della pandemia da Covid-19? Di certo, una conoscenza messa al servizio della collettività, che sia in grado di operare per il bene comune e per il miglioramento delle condizioni esistenziali delle persone.

Tale riflessione è oltremodo rilevante in una fase in cui la pandemia, nel colpire duramente la Società - ed in particolare le donne, che hanno subito gli effetti maggiori della crisi - ha aperto spazi inattesi per affrontare senza altri ritardi o esitazioni alcune sfide di portata epocale che di molto la precedevano. Ed ecco che il contributo delle Università, considerate nella loro vasta e ricca eterogeneità, risulta fondamentale per salvaguardare la Società.

Tuttavia, per raggiungere questo obiettivo, un Ateneo non può esaurire il suo compito unicamente trasmettendo conoscenze (sapere), senza fornire alle generazioni di studenti abilità tecnico-professionali (saper fare) e competenze trasversali (saper essere), ignorando così gli imperativi che la società della conoscenza ci impone, ovvero un continuo processo di aggiornamento delle competenze in considerazione dei costanti mutamenti della Società.

Se è vero che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza è lo strumento per cogliere la grande occasione del Next Generation EU e rendere l'Italia un Paese

più equo e inclusivo, con un'economia maggiormente competitiva, dinamica e innovativa, è evidente che esso dovrà anche porsi l'obiettivo di ridurre lo squilibrio di genere che caratterizza sempre più il nostro Paese.

Le disparità rischiano ancora oggi di negare quella equità delle condizioni di partenza che rappresenta la premessa necessaria per la valorizzazione del merito - pari opportunità per pari capacità -. Al contrario, riuscire a porre al centro il valore della persona consente a ciascuno di esprimere al meglio le proprie qualità, contribuendo così anche al miglioramento della performance di qualsiasi sistema sociale.

Le Università giocano un ruolo decisivo su questo piano. Esse costituiscono il livello più alto della formazione, danno l'opportunità di emanciparsi da ruoli stereotipati e di combattere ogni forma di disuguaglianza e ingiustizia. In tale direzione, dopo i risultati delle ultime prove Invalsi, che ci hanno restituito la fotografia di un preoccupante aggravamento dei deficit formativi tra le allieve e gli allievi delle scuole superiori, stiamo consolidando tutte le attività di orientamento di Sapienza dei prossimi anni: un impegno concreto rivolto non solo alla rimozione di ogni ostacolo alla scelta degli studi universitari, ma anche alla formazione finalizzata al superamento dei debiti formativi, fortemente connessi con gli abbandoni.

Le conoscenze con cui studentesse e studenti si avvicinano all'Università sono di prioritario interesse per tutti noi e rappresentano le basi da cui partire per preparare i giovani ad affrontare una sfida sistemica non più rinviabile. Ma non di meno, l'attenzione alle problematiche di genere e la spinta verso la parità e l'inclusione sono priorità che bisogna riconoscere come sempre più fondamentali per la crescita, lo sviluppo e il progresso della Società.



di **Federica Garbolino** *Responsabile Sviluppo Mercato e Servizi Invitalia*

Negli ultimi cinque anni sono stati oltre 42.000 i progetti presentati a Invitalia da piccole imprese o startup per la richiesta di agevolazioni finanziarie: tra questi, quelli in cui è presente almeno una donna tra i soci o titolari dell'impresa si aggirano intorno al 32% del totale. Questa percentuale si abbassa vertiginosamente se osserviamo i dati sulle startup innovative: il numero di donne che fanno impresa in settori ad alta tecnologia o che riescono a coniugare imprenditorialità e tecnologie, è molto limitato. Su 3.560 progetti di startup innovative che hanno fatto richiesta dell'incentivo *Smart&Start*, solo il 3% ha delle donne tra i soci fondatori. Oltre al fatto che la dimensione media dei progetti presentati è significativamente più bassa rispetto ai team con prevalenza di uomini. Questa situazione è confermata anche dai dati del registro delle imprese: solo il 13% delle startup innovative è a maggioranza femminile.

È per questa ragione che è stato un piacere immergersi per una intera mattinata nella sessione di ricerca del "B-Factor" promossa dalla Fondazione Marisa Bellisario durante il Seminario *Donna Economia & Potere*: venti donne fondatrici di imprese che spaziano dai *marketplace* per le PMI al riciclo dei materiali, dai satelliti in miniatura alla moda ecosostenibile, dalla *gamification* per bambini fino alle terapie per le malattie autoimmuni, con un'interessante prevalenza nei settori della sostenibilità e dell'economia circolare.

Abbiamo ascoltato donne determinate e creative che hanno il "Gusto del Futuro" e che - per citare le parole della Ministra Elena Bonetti - possono e devono «contribuire, con il loro coraggio, intelligenza e capacità di costruire alleanze, alla crescita materiale e spirituale della comuni-

Dalla parte delle Imprenditrici: startup e B-Factor

tà». Come fece circa 40 anni fa Marisa Bellisario, alle cui caratteristiche di personalità è stata ispirata la ricerca del "B-Factor".

Queste imprenditrici rappresentano la testimonianza concreta che le donne hanno tutte le carte in regola per creare e gestire un'impresa, anche se, da un punto di vista numerico, sono ancora poche. Allora, come fare a far crescere il numero di donne che fanno impresa e a far emergere il "B-Factor", quel mix di determinazione e leadership che fa la differenza nel successo di un'impresa? Fra le molteplici azioni possibili, è opinione condivisa e sostenuta in tutti i panel del seminario, che un ruolo determinante abbia la formazione.

È quindi fondamentale che, contestualmente all'accesso ai finanziamenti - e su questo versante il Fondo Impresa Donna offrirà molte opportunità - venga garantito un innesto potente di conoscenze multidisciplinari, in modo che le donne dispongano di tutte le leve che servono per creare e gestire un'impresa, da quelle economico-finanziarie a quelle tecnologiche, da quelle legali a quelle gestionali, da quelle marketing e commerciali a quelle per l'internazionalizzazione. Più competenze si possiedono, più è facile fare innovazione e cogliere opportunità, prendere decisioni ponderate e in autonomia, governare e guidare il proprio business, comprendere i fenomeni nella loro complessità.

La competenza, infine, rinforza la sicurezza in sé e fa acquisire coraggio, e costituisce senza dubbio un terreno fertile per consentire al B-Factor di emergere ed espandersi.

Dedicato all'Ingegnere Antonia Terzi, una pioniera nelle tecnologie aerodinamiche e nel coraggio.



Giovani imprenditrici: una marcia in più

di **Maria Laura Garofalo** *CEO Garofalo Health Care*

Quando Lella Golfo mi ha chiesto di far parte della giuria del contest "B-Factor" lanciato dalla Fondazione Marisa Bellisario, ho risposto subito con grande entusiasmo perché curiosa di verificare l'approccio personale e professionale delle donne di questa generazione rispetto al mondo dell'imprenditoria, con uno sguardo di confronto anche alla mia esperienza personale.

Mi ha quindi emozionato vedere sfilare venti giovani donne che hanno esposto in poco tempo la loro iniziativa imprenditoriale e la motivazione che le ha spinte ad avviare il loro piano industriale.

La rappresentazione dei loro progetti mi ha fatto sentire orgogliosa di essere donna perché dalle singole esposizioni sono emerse caratteristiche fondamentali, prettamente femminili, ovvero passione, empatia, intraprendenza, determinazione, coraggio e fantasia. Si è trattato di progetti innovativi, frutto di una elaborazione nata il più delle volte da una spinta personale dettata da un vissuto caratteristico. In alcuni casi, è emersa anche una certa rabbia, esplicita in senso costruttivo, ovvero come una spinta in più per uscire dall'impasse e realizzare qualcosa di buono.

Tutti i progetti hanno evidenziato un forte impegno verso la digitalizzazione, l'Intelligenza Artificiale e la sostenibilità, intesa come creazione di valore aziendale coniugata con il rispetto degli interessi rappresentati da tutti gli *stakeholder*. Ricerca scientifica, servizi di assistenza ai soggetti non autosufficienti, digitalizzazione, intrattenimento dei bambini, servizi di formazione e supporto al genere femminile, nonché progetti incentrati sul riciclo creativo dei rifiuti riutilizzati in un processo circolare. Un contesto in cui ho percepito una significativa innovazione dell'ap-

proccio imprenditoriale associata all'intenzione di cogliere le esigenze dei tempi con uno sguardo costruttivo verso il futuro e tanta fantasia. Giovani donne che hanno saputo coniugare la rigidità e la schematicità dell'ingegneria o degli studi economici con la creatività femminile.

Sono un'imprenditrice appassionata che, spinta da una forza interiore profonda, è riuscita a staccarsi da una realtà familiare preconstituita per investire l'esperienza derivante dalle proprie origini in una nuova impresa operante nel settore sanitario, evoluta in una storia giunta sino alla quotazione in borsa. E quella spinta, quella passione e quella rabbia che mi hanno consentito di superare ostacoli apparentemente insormontabili le ho riscontrate in quei venti racconti in cui è emersa quella magica percezione dell'azienda non come strumento volto a creare ricchezza per se stessi, ma come entità comune atta a produrre valore nell'ambito di una realtà collettiva di cui si fa parte e che stimola quel senso di appartenenza e quello spirito di squadra in cui emerge la consapevolezza che nelle imprese di successo nessuno mai vince da solo.

La mia più grande soddisfazione è aver notato come questa generazione al femminile sia perfettamente al passo con i tempi e dimostri ancora una volta come le donne, quando credono nelle loro capacità, hanno davvero una marcia in più.

Il mio augurio sincero per tutte loro è di riuscire a esprimere tutte le loro potenzialità, senza mai snaturare la loro identità femminile. Perché l'intelligenza e la sensibilità delle donne rappresenteranno sempre più un valore aggiunto in un mondo in cui è fondamentale una logica che sia inclusiva ed al contempo aperta allo scenario circostante.

Automobile Club Roma | 1922-2022

CENTO ANNI DI STORIA



L'Automobile Club Roma, fondato il 2 dicembre 1922, sta entrando nel suo centesimo anno e si prepara a celebrare un secolo di storia a fianco delle automobiliste e degli automobilisti romani.

Sempre più donne si stanno affermando nel campo economico, politico e delle relazioni internazionali; ma le

donne sono anche impegnate nelle tante attività quotidiane, chiamate al difficile compito di conciliare i tempi delle attività professionali con gli impegni sociali e familiari, percorrendo le strade della Capitale in un crescente fabbisogno di mobilità.

L'Automobile Club Roma, sotto la guida del Presidente

Giuseppina Fusco (già premio "Marisa Bellisario"), proseguirà nell'impegno istituzionale a sostegno delle donne, dedicando il mese di marzo 2022 alle automobiliste romane, con iniziative di promozione della sicurezza, di facilitazione alla circolazione e di sensibilizzazione per una mobilità sempre più sostenibile.



Automobile Club Roma

Avanti, senza arrendersi

di **Monica Mosca** Giornalista

Endelea è una parola, anzi un verbo, che non conoscevo. Mai trovato per caso in un libro, ascoltato in una canzone, non sapevo neppure che fosse della lingua africana swahili. Non mi ci ero mai imbattuta, ecco. E invece è tanto vicino al mio sentire che può rappresentare da solo e appieno lo spirito che ha animato tutto il XXI Seminario *Donna Economia & Potere* della Fondazione Marisa Bellisario. Endelea significa "andare avanti, continuare senza arrendersi", esattamente ciò che chiede alle donne la Presidente Lella Golfo, che quest'anno ha intitolato l'appuntamento "Il Gusto del Futuro". Metti insieme due Ministre — la titolare del dicastero dell'Università e della Ricerca Maria Cristina Messa e la titolare delle Pari Opportunità e della Famiglia Elena Bonetti — trecento imprenditrici e manager e venti donne determinate ad affrontare il domani da protagoniste ed ecco la formula vincente della due giorni di lavori, che si è tenuta all'Auditorium Parco della Musica di Roma e dove sono stata invitata in qualità di giurata. Interessante, e anche simpatica perché no, la novità di quest'anno, che ha introdotto il contest "B-Factor: Fattore Bellisario". Sì, come nel talent "X-Factor", dove la X sta per talento, anche qui si sono sfidate venti "concorrenti" che hanno presentato altrettante startup dedicate alla digitalizzazione e all'ecosostenibilità. Una sfilata di intelligenze che è stata un vero spettacolo, tante erano le idee e le competenze raccontate. E sono contenta che proprio quest'anno, con la Legge di Bilancio, il governo abbia finalmente introdotto un buon pacchetto di misure, soprattutto di denari, per incentivare l'imprenditoria femminile, era ora, perché in Europa quanto a occupazione delle donne, siamo cenerentole ed è uno scandalo e un vero peccato. Ho ascoltato le presentazioni delle startup e ho preso appunti come facevo a scuola, diligente e attenta, perché an-

che dal mio voto dipendeva la vittoria di cinque candidate e una certificazione di qualità della grande famiglia della Fondazione Bellisario che per le donne che lavorano vale quanto un Oscar.

Endelea è arrivata nelle prime cinque, appunto, ed è quella che mi ha emozionato di più perché ha qualcosa di romantico che accompagna e completa l'innovazione tecnica: è un nascente marchio di moda etica che connette persone e valori. Li mette in contatto, in società, rendendo tutte le attrici della filiera interdipendenti e indispensabili fra loro. In parole povere, questo brand milanese disegna una collezione di abiti e accessori con tessuti wax africani acquistati nei mercati locali e fa poi realizzare i capi in Tanzania, in un laboratorio dove le competenze vengono messe in comune. Tutte le donne sono valorizzate, dalle designer alle sarte di Dar es Salaam. Io ho dato 10 alla startup perché è l'esempio, seppur in piccolissimo, di un mondo sostenibile che va nel verso giusto. Che va avanti senza lasciare nessuno indietro. Mi fa però piacere citare anche le altre quattro vincitrici: *Diamante*, difficile da raccontare in poche righe perché qui si tratta di biotecnologia. Vi basti il significato dell'acronimo: DIAGnosi Malattie Autoimmuni mediante Nano TECnologie. E poi *Marshmallow*, godibile e colorata come i dolcetti di cui porta il nome, startup di App per bambini che stimolano l'apprendimento. Per chiudere, hanno vinto anche due esempi smart di economia circolare: *Zero Impact*, imballaggi per il food-delivery che vengono distribuiti, raccolti, sterilizzati e infine restituiti, e *Biova*, contro lo spreco alimentare. Dal pane raffermo nasce una nuova birra e dagli scarti del malto uno snack sano e sostenibile. Ho votato con soddisfazione i sogni di tante donne preparate e determinate, con l'augurio che presto diventino realtà affermate.

Un viaggio tra passione e innovazione

di **Anna Roscio** Responsabile Sales & Marketing Imprese Intesa Sanpaolo

Durante il Seminario *Donna Economia & Potere* ho avuto il piacere di conoscere venti startup guidate da donne. Abbiamo fatto un viaggio straordinario lungo tutta la penisola e abbiamo incontrato realtà imprenditoriali bellissime. Storie che rivelano la passione, la forza di volontà, la creatività e l'ingegno italiano espresso da giovani donne imprenditrici che hanno saputo intuire nuovi filoni di business, partendo spesso anche da esperienze di vita personale. Tutte sono state accomunate da un elevato tasso di innovazione, anche nei settori da cui non te lo aspetti. Tutte caratterizzate da una grandissima attenzione al capitale umano, universalmente riconosciuto come la risorsa più preziosa e che hanno ricercato un legame con il proprio territorio, con le proprie origini e con la qualità della propria manifattura.

Come Intesa Sanpaolo crediamo nella crescita: il nostro spirito è quello di proporsi come partner delle imprese a tutto tondo, favorendo i percorsi di crescita delle imprese, in particolare quelle al femminile. Per questa ragione, lavoriamo sulla formazione delle imprese, con corsi di Alta Formazione dedicati, oltre alla collaborazione con Elite di Borsa Italiana, con la quale abbiamo definito dei programmi biennali di formazione incentrati sui percorsi di crescita manageriale. Alcune delle startup che si sono presentate stanno proprio affrontando questo programma in Elite. A giugno del 2021, trenta imprese guidate da donne hanno partecipato a un corso di Alta Formazione condotto insieme all'Università degli Studi di Torino.

Le storie delle imprese rappresentano un vero e proprio patrimonio di esperienza. Se ne parla, ma quasi mai ne viene data evidenza in maniera forte. Come Intesa Sanpaolo, insieme alla Fondazione Marisa Bellisario, crediamo che dare visibilità a queste esperienze possa costituire uno stimolo al Paese e rappresenti un esempio di come oggi fare impresa al femminile sia un elemento cruciale per contribuire alla crescita del nostro sistema economico. Per questa ragione, abbiamo lanciato dei programmi di valorizzazione delle imprese, che guardano alle imprese al femminile: *Women Value Company*, insieme alla Fondazione Bellisario, e dei programmi dedicati alle startup, come *BE Hereos*, oltre a *Imprese Vincenti*. Per portare alla ribalta le storie delle imprese, raccontarle e favorire la loro crescita. Certamente, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza darà un nuovo impulso alla nostra economia, e queste imprenditrici hanno dimostrato di aver saputo già cogliere in anticipo le migliori leve per la crescita. Sono uscita da questo momento di *Donna Economia & Potere* con la convinzione che tutte le startup partecipanti erano vincitrici. Ma soprattutto con la convinzione che l'Italia è rappresentata da moltissime imprese che sanno mettersi in gioco e rappresentano l'eccellenza del Made in Italy. Il nostro Gruppo si è impegnato ad attivare, nell'arco del PNRR, erogazioni nel medio-lungo termine per 410 miliardi di nuovo credito da qui al 2026, proprio con l'obiettivo di sostenere il tessuto produttivo italiano e contribuire, così, alla crescita del nostro sistema economico.

L'intelligenza artificiale nella MODA

di **Elena Miroglio** Presidente di Miroglio Fashion

Il Seminario internazionale della Fondazione Marisa Bellisario, dedicato quest'anno a "Il Gusto del futuro", si è confermato un appuntamento da non perdere. Dalle Tavole Rotonde e dai vari interventi sono emerse conferme sulle priorità di oggi e di domani e nuovi stimoli su cui riflettere. Si è parlato molto, ad esempio, di Intelligenza Artificiale e dell'utilizzo strategico dei Big data, delle loro potenzialità e delle implicazioni sulla vita professionale e personale di ognuno di noi. Oggi, infatti, la digitalizzazione è una realtà con cui tutti dobbiamo confrontarci. Nel nostro settore, quello della moda, è già in atto un impiego delle tecnologie più avanzate in vari ambiti, dalla programmazione dell'offerta, alla gestione dell'inventario, fino alla progettazione e sviluppo del prodotto in 3D. L'Intelligenza Artificiale, inoltre, può aiutare a migliorare l'efficienza lungo tutta la filiera, per ridurre gli sprechi e migliorare l'impatto ambientale. Di rilievo, a mio parere, è poi l'uso dei Big data per individuare soluzioni che permettano una maggiore personalizzazione dell'esperienza dei clienti. In questo ambito l'aspetto etico è fondamentale. La richiesta e l'analisi dei dati devono infatti essere finalizzate alla costruzione di una relazione autentica con i consumatori, dove gli obiettivi di profitto dell'azienda non contrastino il rispetto della privacy. Il ricorso a tecnologie innovative come l'Intelligenza Artificiale non deve far venir meno l'empatia nella gestione delle relazioni con i clienti: l'a-

spetto umano va preservato e deve rimanere centrale. Per questo è fondamentale che anche alla base dello sviluppo delle tecnologie e degli algoritmi si dia maggiore spazio a una *diversity* di pensiero con una più forte componente femminile. Solo così, riusciremo a tenere in considerazione non solo i processi cognitivi ma anche quelli emozionali e a evitare che pregiudizi a monte creino dei bias nell'interpretazione e nell'impiego finale dei modelli predittivi. Con l'utilizzo corretto dei dati e una volontà autentica di relazione con i clienti, si potranno costruire modelli sempre più orientati a soddisfare l'utente finale, con un'ottimizzazione continua dell'offerta e del servizio e la costruzione di una vera e propria relazione basata su valori condivisi. Un aspetto fondamentale legato alle nuove tecnologie è poi quello della formazione, che riguarda tutti i settori industriali ed è molto rilevante anche per la moda. Lo sviluppo di maggiori competenze tecniche e scientifiche, infatti, permette all'organizzazione nella sua interezza di comprendere al meglio i meccanismi delle nuove tecnologie e di implementarne i modelli in modo efficace. Oltre a promuovere la diffusione di una cultura digitale più trasversale, rimane però altrettanto importante continuare a investire in cultura, arte e in tutte le discipline che stimolano la creatività e la capacità di generare emozioni e di sorprendere.



almawave.it

La naturale interazione con la tecnologia



ARTIFICIAL INTELLIGENCE . SPEECH TECHNOLOGIES

DIALOGUE . OMNICHANNEL . BIG DATA SERVICES

 **ALMAWAVE**



Innovazione e competenza

di **Olga Urbani** Presidente Urbani Tartufi

Come ogni volta, la Fondazione Marisa Bellisario non finisce mai di sorprendermi, per la visione del futuro sempre innovativa e mai scontata.

Parlare di Intelligenza Artificiale è un *must* per l'azienda che presiedo, la Urbani Tartufi. Grazie alle molteplici versioni in cui da qualche anno tentiamo di introdurla nel nostro quotidiano, i benefici più evidenti sono stati un notevole risparmio di tempo, di costi e di risorse, un migliore impiego dei lavoratori, una maggiore soddisfazione dei clienti. La disponibilità di informazioni centralizzate è stata determinante nel miglioramento della conoscenza collettiva aziendale dei processi ed ha avuto un ruolo fondamentale anche nell'aumento della produttività del personale.

La Urbani ha sei sedi in America e altre 22 in tutto il mondo. Senza l'Intelligenza Artificiale e gli strumenti di cui essa ci ha dotato, sarebbe stato impossibile per me e per la mia famiglia poter esercitare un controllo serio e approfondito di ogni filiale, tenere il polso della situazione con i nostri dirigenti più lontani, così come il collegamento

costante tra sedi centrali e punti vendita.

Con il progredire dell'impresa, stiamo man mano sostituendo ogni procedura manuale in flussi digitali, con l'aiuto degli smartphone abbiamo visione immediata di documenti aziendali, liste clienti e fornitori, fino ad arrivare al calendario digitale che ci ha davvero cambiato l'organizzazione della giornata.

Il nostro mondo si sta evolvendo a una velocità impressionante e non perdona chi rimane indietro: un nuovo modo di lavorare, nuovi modi di comunicare ci portano sempre più vicino ad un futuro dove Intelligenza Artificiale e digitalizzazione dei processi saranno componenti fondamentali della vita dell'uomo.

Innovazione è la parola chiave che ogni giorno determina ogni mia azione nel ruolo che svolgo e che non può mai prescindere da etica e competenza.

La Fondazione Marisa Bellisario ha svolto ancora una volta un ruolo da apripista, mettendoci ancor più davanti all'unica via possibile per il futuro e ci ha portato con il suo stile inconfondibile a incamminarci per migliorare ancora.

IL DIGITALE E LA RIVOLUZIONE DEI MEDIA

di **Beatrice Coletti** Presidente Tivù

L'avvento del digitale determina nel mondo dei media, come è noto, una rivoluzione straordinaria.

A partire dal 2008 ha luogo il primo *switch off*, cioè il passaggio dalla TV analogica a quella digitale, che ha consentito di vedere più canali televisivi e in alta definizione. Sempre nel 2008 nasce Tivù, costituita da Rai, Mediaset, Tim, Associazione TV Locali e Aeranti Corallo, con il duplice obiettivo di promuovere la diffusione dell'offerta televisiva digitale terrestre sul territorio nazionale e lanciare Tivùsat, la prima piattaforma televisiva satellitare gratuita, che dà accesso alla visione anche ai cittadini italiani non raggiunti dalle frequenze del DTT. Oggi Tivùsat offre 140 canali nazionali e internazionali, di cui 60 in alta definizione e 7 in 4K. Intanto è in corso un nuovo *switch off*, in accordo con le normative europee e a favore della transizione digitale, che prevede l'attuazione del piano nazionale di riassegnazione delle frequenze e, contestualmente, il passaggio delle trasmissioni alla codifica MPEG-4, che aumenta la qualità dell'immagine.

Nei tredici anni che separano queste due rivoluzioni riguardanti il digitale terrestre, se ne è verificata una terza, che ha trasformato totalmente il modo di vedere la televisione: la nascita delle piattaforme digitali. La più nota è Netflix, sbarcata in Italia nel 2015, oggi vanta 4 milioni di abbonati, ma molti altri brand internazionali hanno posizionato le loro piattaforme sul nostro mercato. Ramon Lobato, ricercatore australiano nel campo dei media, in *Netflix Nations*, inizia il suo racconto da Las Vegas, quando nel 2016, sul palco del Consumer Electronics Show, mister Reed Hastings, Cofondatore, Presidente e Amministratore Delegato di Netflix, annuncia un'espansione del servizio a livello globale e proclama: «Basta aspettare. Basta guardare un palinsesto che non è il vostro. Basta frustrazione. Soltanto Netflix».

La profezia si avvera, la globalizzazione di Netflix è realtà e per l'utente creare il proprio palinsesto è ormai una abitudine consolidata. La rivoluzione digitale dei media ormai non riguarda più solo la televisione, ma un universo di prodotti, come cinema, videogiochi, social media e le relative modalità di fruizione. Jay David Bolter, professore di media digitali presso il Georgia Institute of Technology spiega in *Plenitudine digitale* come siamo costantemente sollecitati da informazioni, immagini, grafiche, video, testi; vivendo appunto all'interno di una *plenitudine*, o abbondanza, un flusso digitale continuo in cui è facile perdersi piacevolmente e nel quale talvolta la tecnologia, la padronanza nell'utilizzo e il suo facile accesso, importano più del contenuto.

Ora questo contesto di iperconnessione può anche generare dei pericoli, specie se non si hanno gli strumenti necessari per gestirlo e tra i soggetti più sensibili vi sono i giovani, che nella *plenitudine digitale* vivono dalla nascita: fake news, dipendenza, sovraccarico cognitivo, sono alcuni dei rischi a cui possono essere sottoposti. L'Osservatorio Nazionale Adolescenza Onlus avverte che il 96% dei bambini guarda video su Youtube, il 43% su Tik Tok; dagli 8 anni in su, per 3 ragazzini su 4, è abituale l'uso di Whatsapp, mentre quasi un bambino su due utilizza chat di videogame. La pandemia, con il massiccio ricorso al digitale, ha acuito i rischi di un uso sregolato dell'offerta on line. Diventa a questo punto necessario educare e aiutare l'audience giovane e non solo, a orientarsi correttamente, per essere protagonista del mondo digitale. A partire dalla scuola, che deve saper costruire percorsi formativi capaci di intercettare e comprendere la complessità di questo ambito.



IL POPOLO AFGHANO



NON PUÒ ESSERE LASCIATO SOLO

Sakinah Hossieni *Parlamentare afghana rifugiata politica in Italia*

Nel nome di Dio, con il permesso delle persone presenti inizio rendendo omaggio, prima di tutto, a quanti sono morti per la libertà e che non si sono arresi all'oppressione e voglio rendere omaggio anche ai 53 soldati italiani morti in Afghanistan. Voglio ricordare le parole dell'Imam Ali, "riempi il tuo cuore di gentilezza e amore per le persone e non essere duro con loro". Vorrei che capiste cosa è l'Afghanistan oggi e che per un secondo immaginate che vostra figlia domani non possa più andare a scuola. Immaginate che vostra moglie non possa più andare al lavoro o all'università. Immaginate di non avere più un lavoro domani e di non avere i soldi per comprare il cibo più semplice. Immaginate che le persone intorno a voi muoiano di fame. Immaginate di non poter procurare vestiti caldi ai vostri bambini nel duro freddo dell'inverno afghano. Immaginate che vi venga detto che da domani dobbiate abbandonare le vostre case occupate ora da persone sconosciute. A questo sta assistendo il popolo afghano in questi giorni, cercando disperatamente una via d'uscita. La situazione è disperata. Forse una delle ragioni determinanti è la fuga dei governanti dell'Afghanistan e dei loro alleati. Durante i due decenni di presenza delle forze internazionali sono stati intrapresi tanti interventi in collaborazione con la popolazione. Mi fa piacere ricordare alcuni effetti della presenza internazionale in Afghanistan e delle organizzazioni umanitarie come la Fondazione Marisa Bellisario. Tutte le ragazze afghane potevano andare a scuola e all'università e sono riuscite a istruirsi. Donne e ragazze afghane sono riuscite ad ottenere grandi ri-

sultati in contesti nazionali e internazionali. In alcuni sport come taekwondo, basket, pallavolo e ciclismo, nonostante le privazioni, sono riuscite a vincere molte medaglie. Le donne hanno compiuto grandi progressi nella politica riuscendo ad essere elette come membri del Parlamento, del Senato e dei Consigli provinciali; presenti nei dipartimenti governativi come Ministro, Vicegovernatore, Sindaco. Il numero di donne è cresciuto significativamente anche nell'esercito, nella polizia e nella sicurezza nazionale. Nel settore economico le donne hanno creato aziende e sindacati e una Camera per il Commercio femminile. Ad esempio nel centro per il commercio per le donne di Hazrat Khadijeh Kobra a Herat che è stato costruito grazie all'aiuto del Governo italiano. Grande era l'attività nel settore legale e civile per la difesa dei diritti delle donne. Nell'agricoltura la coltivazione di stupefacenti ha lasciato spazio alla coltivazione di zafferano e di altre colture utili. Sono state realizzate importanti infrastrutture come strade, dighe e aeroporti. Tutti questi risultati sono stati distrutti dall'oggi al domani e la caduta del governo è stato uno tsunami per le speranze e le aspirazioni del popolo afghano. Il regime talebano ha distrutto tutto questo. Sebbene sia stata annunciata un'amnistia generale da parte dei talebani, molte persone, uomini e donne attive in vari campi sono stati assassinati o fatti sparire e molti soldati vivono in segreto cercando asilo in altri paesi. Una mia amica, Direttrice del reparto femminile del carcere di Herat, è scomparsa da giorni. I talebani le hanno chiesto di tornare al suo lavoro e dopo due giorni di lavoro non è più tornata a casa. Il suo destino è sconosciuto. Altre persone hanno dovuto lasciare le loro case e la loro terra. Alcune di loro sono state decapitate. Questi sono i problemi che la popolazione sta affrontando dopo la caduta del governo afghano. Come donna e a nome delle donne afghane voglio trasmettervi questo appello: il popolo afghano non deve essere lasciato solo. Ci sono molte persone ricercate che hanno bisogno di essere salvate. Il popolo afghano deve essere aiutato prima che le opportunità si esauriscano e si verifichi una catastrofe umanitaria. Serve cibo e serve che sia distribuito equamente prima che si sprofondi in una grave carestia. Siamo in debito con tutte le persone che hanno perso la vita per la prosperità e la libertà dell'Afghanistan. Bisogna proteggere gli ideali che sono costati la vita e hanno privato migliaia di famiglie di padri, figli, coniugi, fratelli. Non si deve sacrificare il loro sangue per questioni politiche. Saluto infine tutti coloro che hanno lavorato per il mio Paese e non sono fra noi. Saluto le loro famiglie. Apprezzo tutti coloro che sono qui anche se la parola non basta per descrivere il loro sacrificio. Ringrazio la Presidente Lella Golfo per quello che ha fatto per le donne afghane con la Fondazione Marisa Bellisario. Ringrazio le persone che hanno aiutato me e la mia famiglia a metterci in salvo. Ringrazio la Senatrice Anna Cinzia Bonfrisco e suo marito Stefano Ciccardini. Ringrazio il Viceministro della Difesa, Senatrice Stefania Pucciarelli. Ringrazio Marianna Caló e suor Michela, Direttrice dell'Opera femminile di Don Guanella. Ringrazio Silvia e Martina della Caritas e tutti i loro colleghi. Ringrazio infine anche la Croce Rossa Italiana.





Una testimonianza, quella di Sakinah, che tocca il cuore di tutti.

Un momento di grande commozione che riflette la sofferenza di un popolo martoriato.

A seguire le risposte accorate della Presidente Lella Golfo e dell'Europarlamentare Cinzia Bonfrisco.

Grazie per essere con noi e grazie per le tue parole, che pesano come macigni. La tua testimonianza, il doloroso e commosso racconto della tragedia vissuta insieme alla tua famiglia e a un popolo inerme ci rattrista ma ci fa riflettere. Hai raccontato la guerra che si è abbattuta all'improvviso sul tuo Paese ma non hai rivelato che tuo marito è rimasto ucciso a Herat per mano di un kamikaze, lasciandoti con una bambina piccola. Quella bimba oggi è una ragazza ed è qui con te, con noi. Una ragazza che ha subito una seconda violenza per mano dei talebani. Una ragazza che desiderava continuare i suoi studi, che voleva ancora divertirsi, stare con le amiche. Una giovane donna che ha conosciuto la libertà e che oggi si trova davanti un'altra realtà, un avvenire così terribilmente diverso da quello sognato.

Conosco bene la tua città, in uno dei miei viaggi ho incontrato quella che allora era la Procuratrice Generale della Provincia di Herat, Mareya Bashir, che come te è riuscita a fuggire dall'Afghanistan. E sono davvero felice che, su proposta di due Ministre — Marta Cartabia e Luciana Lamorgese, due Premi Bellisario — le sia stata conferita la cittadinanza italiana



per meriti speciali. Ho visitato anche il carcere femminile di Herat e lì ho conosciuto tante donne con i loro bambini. Donne e madri forti e coraggiose che avevano scelto di vivere in prigione per fuggire dalle violenze subite nelle loro case.

Hai raccontato delle donne afgane che orgogliosamente coltivano lo zafferano e io ricordo ancora di essere stata una delle prime occidentali a visitare le loro aziende. Anche oggi, sotto la dittatura dei talebani, proprio da quelle donne di Herat è partito il messaggio più forte. Sono scese in piazza, sfidando i kalashnikov e gridando che non si fermeranno: nonostante i divieti e le violenze continueranno a coltivare il loro zafferano. E le notizie che arrivano da Herat lo confermano. Le donne non si fermano, vanno avanti perché sanno che il lavoro equivale alla libertà.

Sono stata per la prima volta in Afghanistan nel 2003, e a chiusura di questi lavori potrete vederlo, attraverso le foto scattate nel corso dei miei viaggi. Appena scesa dall'aereo il primo impatto è stato un cielo azzurro con una luce stupenda, di una limpidezza mai vista. Me ne sono subito innamorata. Ma strada facendo mi sono innamorata anche delle donne, delle ragazze, dei bambini afgani. Gente desiderosa di imparare e istruirsi. E ho ancora davanti agli occhi l'entusiasmo e la volontà delle 60 donne afgane che abbiamo portato in Italia per un corso di formazione.

Bene, c'erano riusciti in vent'anni di pace, progresso e aiuti, soprattutto dall'Italia. Il nostro Paese ha portato in Afghanistan istruzione e specializzazione, ha formato donne avvocato e contribuito in maniera determinante al rafforzamento



LA VITA NEGATA L'Afghanistan fotografato da Lella Golfo
"Un reportage di emozioni e ricordi del Paese dai Mille Splendidi Soli"

del sistema giudiziario. Sono arrivata fino a Bamiyan per vedere con i miei occhi la distruzione compiuta dei talebani di quelle statue uniche al mondo. Pensare che tutto questo oggi non ci sia più, cancellato con un colpo di spugna... Non riesco proprio a immaginarlo né tantomeno farmene una ragione.

Sakinah, noi continueremo a credere e a lottare per la libertà del tuo Paese. Non solo perché è giusto ma perché ve lo meritate, perché siete persone straordinarie. Da questa platea di donne arrivate da tutta Italia per ascoltarvi, possiamo solo dirvi che continuiamo a credere nella libertà del tuo Paese e in un futuro migliore per il tuo popolo.

E faccio appello a tutte le forze politiche, perché la tragedia dell'Afghanistan chiede l'impegno determinato di tutta la comunità internazionale. La brusca ritirata degli Stati Uniti è stata scioccante, in meno di 24 ore tutto è precipitato, lasciando attoniti di fronte e immagini che mai avremmo voluto vedere. Prima l'occupazione di Herat e in meno di un giorno i talebani sono arrivati a Kabul e vi assicuro che è una distanza che non si copre in 24 ore. Era tutto già predisposto, tutto pronto per riprendersi il Paese e portarlo indietro di vent'anni. Ma noi vogliamo essere fiduciose e continueremo a lavorare insieme a te e alle tue sorelle perché l'Afghanistan riconquisti libertà e pace.

Come Lella Golfo ci ha insegnato dal lontano 2003, siamo qui per testimoniare la nostra vicinanza alle donne afgane. E proprio sull'esempio di Lella Golfo non potevo non provare a fare la mia parte. Quando è scoppiata la crisi afgana, c'è stato un grande impegno da parte delle parlamentari per salvare quante più donne possibile e farle uscire da quell'inferno. In quell'inferno erano rimaste intrappolate tante donne e ancora lo sono. Abbiamo quindi ancora tanto da fare e la Fondazione Marisa Bellisario continua a lavorare per questo.

L'appello fatto da Lella Golfo al G20, tempestivo e giusto, oggi viene raccolto da tante colleghe. E infatti la settimana scorsa dodici donne afgane che erano riuscite ad andare via sono state candidate, dalle colleghe del Parlamento europeo, per il premio Sakarov, il premio che l'Europa dedica a chi si batte per i diritti umani e civili.

Oggi, quindi in questa sala piena di donne impegnate, affermate, noi celebriamo le donne che abbiamo provato ad aiutare con la missione in Afghanistan. E questi venti anni di lavoro non sono andati perduti se noi continueremo a lavorare per quelle sorelle, per quelle donne che oggi testimoniano meglio di tutti un semplice concetto che non sempre ricordiamo. Ovvero che quelle libertà, quelle conquiste si possono anche perdere.

E noi siamo qui oggi con Sakinah Hossieni, unica donna eletta nel Consiglio Provinciale di Herat. Una donna che ha aiutato il contingente italiano a creare rapporti con la popolazione. In sala abbiamo il maggiore Caló che ha conosciuto Sakinah lavorandoci, andando nelle case in cui le donne potevano stare solo indossando il burqa, perché quel burqa potesse essere un giorno abbandonato diventando simbolo della fine di una discriminazione.

Lella grazie per aver accolto Sakinah in aeroporto e grazie a tutte le amiche della Fondazione Marisa Bellisario.

E grazie ancora Lella per l'insegnamento che ci ha dato.



L'ECCELLENZA E IL TALENTO NON HANNO GENERE. IN INTESA SANPAOLO LO SAPPIAMO BENE: LE DONNE SUL LAVORO SONO ISTRUITE, PREPARATE, ATTENTE, COLLABORATIVE E RESILIENTI. FORTE DEL PROPRIO PATRIMONIO UMANO E DI PROFESSIONALITÀ, INTESA SANPAOLO CONSIDERA LA GENDER EQUITY, LA VALORIZZAZIONE DELLE DONNE, L'INCLUSIONE TRA I PROPRI OBIETTIVI IRRINUNCIABILI: SOSTENIAMO CON TENACIA IL LAVORO E L'IMPRENDITORIA FEMMINILE IN ITALIA, CON PARTICOLARE ATTENZIONE AL WORK-FAMILY BALANCE E ALLA PREMIAZIONE DEL MERITO, CON RISULTATI CHE COMPROVANO IL NOSTRO CONTRIBUTO ALLA CRESCITA DELL'ECONOMIA REALE.

WOMEN VALUE COMPANY 2022 INTESA SANPAOLO

la collaborazione con la Fondazione Marisa Bellisario

Cinque anni fa, dalla collaborazione tra Intesa Sanpaolo e la **Fondazione Marisa Bellisario**, è nato il **Premio Women Value Company**: un riconoscimento alle piccole e medie imprese che si distinguono per le proprie **politiche di sviluppo innovative e inclusive**, per la capacità di **valorizzare il talento femminile e il merito**, per lo sviluppo di **soluzioni efficaci di welfare aziendale**. Con questa iniziativa vogliamo sostenere, dare visibilità e propagare un modello d'impresa lungimirante, che vede le **differenze non come un problema, ma come un valore aggiunto** cui dare spazio per crescere e competere.

Il premio – una speciale categoria delle prestigiose **Mele d'Oro** assegnate ogni anno dalla Fondazione Bellisario alle migliori espressioni del talento femminile nei vari campi – è diventato un importante **appuntamento di attrazione e valorizzazione delle eccellenze imprenditoriali italiane**, in particolare quelle femminili: in questi anni sono state raccolte le storie di oltre **3.300 imprese**, attive su tutto il territorio italiano, di cui circa **500 arrivate alla fase della selezione finale e 10 premiate con la Mela d'Oro – Women Value Company Intesa Sanpaolo** per l'eccellenza delle politiche attuate a favore della parità di genere.

Non solo le premiate, ma tutte le imprese che negli anni hanno preso parte a "Women Value Company" – in particolare nelle ultime due edizioni, realizzate nel contesto di una pandemia che ha ulteriormente inasprito le difficoltà delle donne nella società e nel mondo del lavoro – sono per noi delle vere e proprie **"role model" di un'imprenditoria inclusiva e di successo**: le loro storie sono una fonte di ispirazione, che ci aiuta a guardare con fiducia a una società che metta il talento e il merito al centro della ripartenza.

Nel 2022, Intesa Sanpaolo e Fondazione Marisa Bellisario lanceranno la VI edizione di **Women Value Company**, che riaccenderà i riflettori sulla gender equity: tema più che mai attuale anche alla luce delle scelte del Pnrr, il piano che disegnerà il prossimo futuro del Paese e che investirà almeno 7 miliardi di euro entro il 2026 per la promozione dell'uguaglianza di genere e 400 milioni per l'imprenditoria femminile.

INTESA SANPAOLO E L'OFFERTA DEDICATA ALL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

L'impegno di Intesa Sanpaolo per contribuire alla diffusione di una cultura meritocratica e inclusiva e per valorizzare il ruolo della donna nel contesto socio-economico si concretizza anche attraverso una serie di nuove iniziative volte a potenziare l'**offerta rivolta all'imprenditoria femminile**: servizi, prodotti e agevolazioni che mirano ad accompagnare le imprese "femminili" nei percorsi di crescita, valorizzando il patrimonio intangibile e i fattori che consentono una sostenibilità prospettica riconosciuta e "premiata" dal Gruppo nella valutazione del merito creditizio.

Tra questi, **Business Gemma**, il finanziamento a medio e lungo termine dedicato alle imprese femminili e alle lavoratrici autonome, che beneficia del Fondo di Garanzia per le PMI e della sospensione fino a un anno della quota capitale delle rate; **mamma@work**, il finanziamento a condizioni vantaggiose per le mamme lavoratrici, anche autonome, che integra le disponibilità economiche per favorire la conciliazione tra vita professionale e impegni familiari; e **Welfare Hub**, il servizio con cui le aziende possono incrementare il benessere personale e familiare dei propri dipendenti, grazie all'accesso a una piattaforma digitale in cui è possibile spendere il proprio "credito welfare" scegliendo tra beni e servizi nelle aree di maggiore interesse (casa e famiglia, salute e benessere, risparmio e tempo libero).

Il sostegno alla parità di genere si è arricchito quest'anno di una linea dedicata del finanziamento **S-Loan (Sustainability Loan)**, che prevede uno **sconto di tasso** per le imprese che effettuano investimenti sostenibili, con un focus particolare per le iniziative volte alla **promozione delle pari opportunità di genere** (es. incremento dell'occupazione femminile; policy per garantire la parità di genere nel contesto d'azienda; programmi di welfare aziendale).

In collaborazione con Intesa Sanpaolo Formazione, il Gruppo ha lanciato la **"Women Skills Academy. Donne nella leadership"**: un **percorso di alta formazione** focalizzato sulla **leadership al femminile** e specificamente **dedicato alle imprese guidate da donne** - in particolare quelle che operano in contesti con interlocutori prevalentemente maschili - per sostenerle nel percorso di rafforzamento strutturale e orientarle su settori a sempre maggior contenuto innovativo. L'obiettivo è costruire conoscenze in tema di educazione finanziaria e rafforzare leadership, competenze, capacità di networking, comunicazione e negoziazione. **Il corso è stato offerto a 35 imprenditrici, selezionate tra le finaliste del premio Women Value Company.**

Questa iniziativa nasce dalla considerazione che la crisi sanitaria ed economica provocata dal Covid-19 ha avuto un impatto negativo soprattutto sulle imprese al femminile. Dopo sei anni di crescita costante, **l'Osservatorio sull'imprenditoria femminile di Unioncamere e InfoCamere** ha registrato nel 2020 la prima battuta di arresto: appena un -0,29%, pari a quasi 4mila attività in meno rispetto al 2019, e tuttavia un segnale in controtendenza.

Le ragioni sono da ricercare nel fatto che i settori in cui tradizionalmente le donne sono più presenti restano commercio, turismo, assistenza alle persone e, tra le attività manifatturiere, il tessile: proprio le attività più colpite dalla pandemia, che sembra aver fatto venire in luce una sorta di **debolezza strutturale dell'imprenditoria femminile**, non tanto in termini di cessazioni, quanto di natalità lorda.

INTESA SANPAOLO E L'IMPEGNO NELLA PARITÀ DI GENERE E NELL'INCLUSIONE

Negli anni, la Banca si è dotata di strumenti concreti ed efficaci, che le hanno permesso di avere oggi un **numero maggiore di donne (53%) rispetto agli uomini** ed essere ben posizionata come donne manager (40%, tra dirigenti e quadri direttivi) e come direttrici di filiali (40%).

Questa attenzione ha raggiunto maggiore sistematicità nel 2018, con la costituzione di una **struttura dedicata proprio alle pari opportunità e inclusione**, che riporta direttamente alla Chief Operating Officer Paola Angeletti.

Nel 2020, il Gruppo ha approvato una **policy inerente ai "Principi in materia di Diversity & Inclusion"**, che esplicita politiche e azioni di inclusione verso tutte le forme di diversità e si basa sul rispetto di tutte le persone, sulla meritocrazia e sulle pari opportunità, individuando impegni e comportamenti concreti. Una sezione del documento è dedicata agli impegni sull'equità di genere in ambito **assunzioni, promozioni a responsabile, nomine a dirigenti e piano di successione del top management.**

Per valorizzare il talento femminile e favorire la creazione di contesti lavorativi inclusivi, sono stati introdotti un **KPI** (obiettivo gestionale) specifico per premiare i manager attenti all'equità di genere e molteplici **iniziative di sviluppo per donne professional e manager**: job rotation, percorsi di shadowing, formazione per l'empowerment al femminile, programmi di accelerazione delle carriere.

I sistema integrato di welfare si è evoluto negli anni, con un'ampia gamma di soluzioni - es. banca del tempo, asili nido aziendali, permessi più ampi per maternità/paternità, smart working, orari flessibili in entrata e uscita, part-time - che affrontano concretamente il tema della gestione del tempo e dell'**equilibrio tra esigenze aziendali e personali** delle nostre persone.

Intesa Sanpaolo è uno dei più grandi datori di lavoro, con circa **80.000 persone**. All'interno degli accordi sindacali risultanti dall'acquisizione di UBI Banca, il Gruppo ha un piano di assunzioni, impostato su criteri di equilibrio, che vedrà entrare 4.600 giovani entro il dicembre 2025.

Abbiamo anche accordi con le principali **Università e scuole**, per offrire opportunità di stage e borse di studio ai giovani, e partecipiamo a tante iniziative per favorire in particolare lo **sviluppo delle competenze cosiddette "STEM" nelle donne** - altro tema su cui si indirizzeranno le risorse del Pnrr - proprio per indirizzarle verso quelle materie considerate di tradizionale appannaggio degli uomini. Materie che danno grandissime opportunità di lavoro: anche nelle banche, che nei prossimi anni hanno grandissime sfide da affrontare nel digitale.

Intesa Sanpaolo si distingue per le numerose **collaborazioni** che promuovono la parità di genere, tanto da essere la **prima Banca in Italia e tra le prime in Europa ad aver ricevuto la Gender Equality European & International Standard (GEEIS-Diversity)**, certificazione internazionale dell'associazione Arborus rilasciata tramite Bureau Veritas e finalizzata a valutare l'impegno delle organizzazioni in materia di diversità e inclusione); e l'**unica banca italiana e sesta banca al mondo confermata nel Diversity and Inclusion Index di Refinitiv** (indice internazionale che seleziona le 100 aziende al mondo quotate in borsa come più inclusive e attente alle diversità).

Ma sono molti altri i riconoscimenti che certificano la qualità e la portata dell'impegno di Intesa Sanpaolo: la Banca è inserita nel **Bloomberg Gender-Equality Index 2021-GEI** (con punteggio ampiamente superiori alla media del settore finanziario globale); ed è stata nella top 5 del FTSE MIB 40, nella classifica **2020 Gender Equality in Spain, Italy and Greece di Equileap Research.**

La Banca ha inoltre aderito ai **Women's Empowerment Principles - WEPs** promossi dall'ONU e alla sottoscrizione della **Carta ABI "Donne in banca"**.



in collaborazione con
INTESA  **SANPAOLO**

DAI UN'IMPRONTA DIGITALE ALLA TUA IMPRESA

**MOTORE ITALIA DIGITALE:
CON LA SOLUZIONE D-LOAN DIAMO VALORE
AI TUOI INVESTIMENTI NEL DIGITALE.**

Per accelerare la **digitalizzazione** delle imprese italiane
offriamo supporto finanziario dedicato
agli investimenti in **multicanalità, dialogo con clienti e fornitori,
creazione di infrastrutture e organizzazione digitale.**

In partnership con:



Google Cloud

Forvalue
TINEXTA GROUP



Scopri di più su: intesanpaolo.com

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

La soluzione D-Loan è basata sul prodotto Crescita Impresa. Per le condizioni economiche e contrattuali del finanziamento consulta il Foglio Informativo "Crescita Impresa" disponibile in Filiale e sul sito internet della Banca www.intesanpaolo.com. La concessione dei finanziamenti è soggetta alla valutazione e approvazione della Banca.

INTESA  SANPAOLO