

RASSEGNA STAMPA.

Quando i **giornalisti**
Sanno dirlo meglio di noi.

LIFEED
CARING FOR PEOPLE

APRILE

20.04

IlSole24ore

CUORE BUSINESS. Per una nuova storia d'amore tra persone e lavoro

18.04

WIRED

Un manifesto in 5 punti per ridare senso al lavoro

12.04

La Repubblica

Settimana corta sì, ma con stipendio lungo: il 66% dei lavoratori la farebbe solo a parità di salario

11.04

Avvenire

Parità di genere. Con le aziende virtuose migliora anche il fatturato

04.04

La Repubblica

BCC Roma presenta Piano di Sostenibilità al 2024

MARZO

30.03

Donna moderna

Riccarda Zezza:
sai quanti talenti hai?

21.03

Diversity Mag

prendersi cura
di chi si prende cura

19.03

Luce (La Nazione)

Festa del papà, i padri di oggi più motivati
ed energici rispetto alle mamme

19.03

Fortune

Psicologia e lavoro,
i papà hanno una marcia in più

19.03

La 27esima Ora (Corriere)

Perché la cura del lavoro
conviene alle aziende

16.03

La voce di Asti

Poste Italiane celebra la Festa del Papà con una cartolina e un'iniziativa per i dipendenti

08.03

Pharma Retail

Alle donne il cambiamento fa meno paura, la ricerca LIFEED

08.03

Donna moderna

Child penalty gap: lo svantaggio delle mamme sul lavoro

03.03

The Good in Town

Leadership femminile, ecco come cambia

03.03

Il Venerdì di Repubblica

Piccole donne tra lavoro e famiglia

02.03

Donna moderna

Cosa vogliono le donne oggi: il nostro sondaggio

FEBBRAIO

16.02

Food Affairs

Mondelēz: in azienda il 51% di manager donne

12.02

Fortune

Giovani e lavoro: Ornella Casassa non è la voce di una generazione

11.02

La Repubblica

Gender pay gap, una donna lavora da inizio anno ma guadagna soltanto da oggi

09.02

ESG News

Crédit Agricole Italia: utile netto in crescita, spinta su inclusione e diversity

CENNAIO

26.01

Il Foglio

Bacilieri (Lifeed): 'Aiutiamo le aziende a traguardare le loro sfide'

25.01

La Stampa

"Mentorship Milano", 550 ragazze seguite da tutor d'eccellenza come Marcegaglia e Ferretti

20.01

Io Donna

Karen Ricci: «Perché ha senso dirci femministe». A Milano, un ciclo di "chiacchierate" sul tema

09.01

24Plus

Great resignation e nuovi profili hi-tech: 8 lavori su 10 stanno cambiando. Ecco come

Il Sole 24 ORE

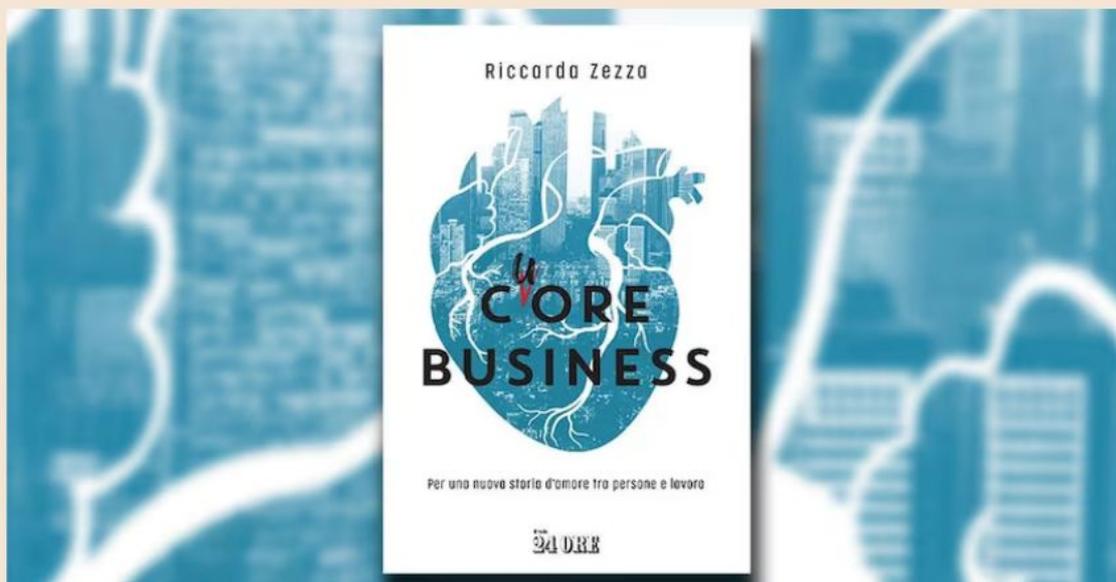
Servizio | In edicola da sabato 22/04



CUORE BUSINESS. Per una nuova storia d'amore tra persone e lavoro

Riumanizzare il lavoro per riscoprire la passione in un modo che valorizzi il nostro io e non comprometta ma amplifichi il nostro benessere spirituale e fisico

20 aprile 2023



Oggi si torna a discutere di qualità del lavoro. Riumanizzare il lavoro è il grande tema del nostro tempo, dopo lo smantellamento del fordismo e il declino del mito della produttività. Possiamo riumanizzare il lavoro e trovare motivi per rimetterci il cuore, possiamo addirittura amare quel che facciamo? Una riflessione attenta e puntuale arriva dal libro "Cuore business. Per una nuova storia d'amore tra persone e lavoro" di Riccarda Zezza, ex manager di grandi aziende, oggi imprenditrice premiata da Fortune Italia come "Most Influential and Innovative Woman", in edicola con Il Sole 24 Ore da sabato 22 aprile e in libreria dal 28 aprile.

Possiamo riscoprire la passione per il lavoro in un modo che valorizza il nostro io e non compromette, ma anzi amplifica, il nostro benessere spirituale e fisico? La risposta è in questo libro, un potente manifesto per ridefinire i posti di lavoro e le carriere e allinearli alle aspettative moderne: una lettura che combina una capacità unica di portare in vita le scienze comportamentali e sociali, distillate in suggerimenti pratici, basati sui dati, per persone interessate a migliorare i loro team, le organizzazioni e il lavoro, spiega Tomas Chamorro-Premuzic, professore di psicologia aziendale alla Columbia University e all'Ucl – University College London nella prefazione a sua firma. È un libro tempestivo, destinato a diventare ancora più importante a mano a mano che il mondo del lavoro diventa sempre più asettico e sterilizzato dalla crescente dipendenza dalla tecnologia e dall'influenza diffusa dell'intelligenza artificiale e delle macchine, conclude.

In quattro capitoli il volume affronta gli stereotipi; le emozioni e come essere (umani) nel lavoro ibrido; donne e potere; leader: che senso danno e perché non bastano.

Scrive l'autrice nell'introduzione al volume: "La ragione per cui scrivo questo libro è che essere madre ha cambiato il mio modo di lavorare, avere un lavoro ha cambiato il mio modo di essere figlia, la mia fragilità di figlia ha cambiato il modo in cui faccio la manager e tutta la mia vita è fatta di pezzi che si tengono e compongono insieme. E tutti abbiamo questo problema. Tutti abbiamo questa possibilità. Prima del lavoro che facciamo, prima di come lavoriamo, prima, viene chi siamo". Autrice: Riccarda Zezza è nata a Napoli, ha due figli, gioca a pallavolo, è stata manager in grandi aziende e, nella sua seconda età adulta, ha fondato Lifeed, un'azienda che dimostra alle organizzazioni che l'umanità conviene (anche al business). Premiata da Fortune Italia come "Most Influential and Innovative Woman", è tra le imprenditrici che stanno modificando l'innovazione di genere nel mondo secondo Ashoka e Citi Foundation. È autrice, insieme ad Andrea Vitullo, del libro MAAM – La maternità è un master (Rizzoli, 2014) e scrive regolarmente sul blog Alley Oop del Sole 24 Ore. Dopo una carriera da manager e una da imprenditrice, da grande farà l'attivista.



Dati libro

Titolo: CUORE BUSINESS

Sottotitolo: Per una nuova storia d'amore tra persone e lavoro

Autrice: Riccarda Zezza

Editore: Il Sole 24 ORE

Tipologia: Libro cartaceo

Pagine: 144

Formato: 14x21 cm

Rilegatura: Brossura con alette

Lingua: italiano

Uscita edicola: 22 aprile 2023

Uscita libreria: 28 aprile 2023

edicola: € 12,90

libreria: € 16,90

ebook: € 9,99

18.04.2023 | WIRED

Un manifesto in 5 punti per ridare senso al lavoro

WIRED

MARIA ROSARIA IOVINELLA ECONOMIA 18.04.2023

Un manifesto in 5 punti per ridare senso al lavoro

Tutele, salari, competenze, organizzazione, smart working: in una stagione di grandi trasformazioni, quali aspetti non possono essere trascurati? 5 tendenze dal congresso generale di Cefriel



Sotto il “**cielo**” del lavoro, tanto più nel mondo post pandemico, la confusione è grande ma per professionisti e imprese, la situazione - a differenza del celebre aforisma - non appare eccellente. Organizzazioni e persone sono infatti alle prese con grandi **trasformazioni** che in parte erano già in atto ma anche con la complessa gestione di problemi strutturali che interessano il mercato del lavoro italiano da tempo: mismatch tra domanda e offerta; fuga di cervelli e [bassi salari](#); un numero elevato di [neet](#) e, in proiezione, gli effetti di un inverno demografico che si tradurrà, semplificando molto, nell'assenza di ricambio generazionale.

In passato lo sforzo più grande era trovare il lavoro, ma un nuovo *layer* si è sovrapposto, ovvero la ricerca del “*senso del lavoro*”: se ancora oggi svolgere una mansione resta un formidabile punto di contatto tra realizzazione del Sé e l'apporto alla comunità, le aspettative sono profondamente cambiate, perché, in uno scenario dove sono in evoluzione le stesse professionalità, non è possibile ereditare il senso del lavoro -in larga parte novecentesco- dei padri.

Qual è allora il senso del lavoro oggi? Una domanda alla quale ha provato a rispondere, con un apporto diversificato di voci, anche il **General Meeting 2023 di Cefriel**, il **Centro di innovazione digitale italiano fondato dal Politecnico di Milano** che [promuove la collaborazione](#) e la condivisione di conoscenze tra mondo della ricerca, imprese e società, con un forte focus sul trasferimento tecnologico.

Il Meeting è tornato in presenza dopo tre anni, convogliando così - nella discussione e negli interventi di esperti e addetti ai lavori- il portato degli ultimi anni, un tempo di osservazione privilegiato in quanto, complice la [pandemia](#), molte più realtà si sono confrontate col bisogno di **ripensare l'organizzazione del lavoro**, di ascoltare i bisogni profondi dei dipendenti e, in molti casi, di mettere mano alla formazione che ancora molti faticano a vedere come dimensione essenziale, continuando invece a concepirla soprattutto come “costo”. Cosa possono quindi imparare le aziende dagli ultimi tre anni e come possono proiettarsi, assieme ai dipendenti, alla ricerca di un “*nuovo senso del lavoro*”? Ecco le principali risposte emerse al General Meeting di Cefriel.

Andare oltre le performance

Trattenere i dipendenti è diventato molto più complicato: molti lasciano e vanno altrove. La narrativa della *Great resignation* si traduce - a conti fatti - in un [grande turnover](#), dove pochissimi lasciano il certo per l'incerto e molti, semplicemente, approdano in un nuovo contesto professionale/aziendale. Il problema tuttavia resta perché per le aziende non è facile creare una **salda e solida cultura dell'appartenenza**. Come sottolineato da **Francesco Seghezzi**, presidente di Adapt, le aziende non possono limitarsi *“a chiedere, chiedere, chiedere senza mai accompagnare”*. Detto diversamente, devono fare molto di più: *“C'è stata un'eccessiva attenzione a valutare le persone **unicamente sulle performance** e a chiedere tantissimo da questo punto di vista. L'elemento di valutazione sulla base delle performance lascia sullo sfondo le persone e guardando ai dati si traduce in un basso livello di soddisfazione. Allora poi il lavoratore va in un posto dove ha meno questo tipo di pressione o dove c'è un modo di organizzare il lavoro meno basato sulla valutazione”* e basta. Un aspetto importante a livelli medio-alti ma anche in quelli medio-bassi, laddove *“entrano in gioco elementi organizzativi anche meno soft”*. A parità di salario basso, ad esempio, un lavoratore si sposta in un settore dove, almeno, c'è certezza dei tempi e delle entrate e più possibilità di gestire la vita appena finisce la giornata lavorativa.

Ricucire i gap di aspettativa e offerta

In principio c'è la caduta dell'engagement, poi le dimissioni ma spesso i lavoratori cercano altrove quello che potrebbero trovare già in azienda. Quali sono allora i fattori che a monte generano un'instabilità che si riflette in dimissioni o *quiet quitting*? Per **Mariano Corso**, docente di Leadership & Innovation del Politecnico di Milano, si verifica *“una divaricazione tra l'aspettativa che si è ingenerata nei lavoratori di equilibrio, conciliazione, senso e significato e quello che le organizzazioni riescono a offrire”*. Il gap non è solo un problema anche un'opportunità a patto di mettersi in ascolto. Si scopre quindi che *“a stare meglio sono i veri smart worker; chi sta peggio sono i falsi smart worker, ovvero coloro che sono rimasti intrappolati in situazioni di compromesso”*. In molti casi, viene concessa flessibilità ma non si investe poi sulle professionalità, sugli obiettivi e sugli stili di leadership. Far evolvere i modelli, anche in questo senso, significa non restare intrappolati in un'era che non c'è più.

Affrontare più problemi assieme

La profonda crisi demografica italiana non è certo un tema nuovo ma deve crescere, giocoforza, la consapevolezza dell'impatto sul mercato del lavoro. Per invertire la rotta, bisognerà fare un lavoro di interconnessione tra i diversi problemi esistenti, come sottolineato da **Cristina Tajani**, docente del Politecnico di Milano e già assessore al lavoro e al commercio del Comune di Milano. Formazione, [salari](#), asimmetria tra domanda e offerta, ricambio generazionale, immigrazione sono più interconnessi di come appaiono. Secondo l'accademica, *"vi è un consenso unanime sul fatto che siamo tra i paesi europei che hanno visto meno crescita salariale, semmai un decremento nel corso degli ultimi decenni, che dà vita a dispersione di cervelli. C'è difficoltà nel mettere a punto strumenti che consentano il matching tra domanda e offerta, **una questione molto nominata ma poco risolta dalle politiche pubbliche**. Quando c'è problema di mismatch il tema va affrontato su tutti e due i lati, non è solo un problema del sistema formativo ma anche un'attitudine sbagliata delle imprese a non considerare la formazione come asset strategico".* Bisogna quindi lavorare sulle competenze, ma anche, in prospettiva *"far camminare assieme politiche demografiche e di accoglienza di persone che vengono da altri mercati del lavoro"*.

Saper immaginare e ascoltare

Il digitale ha ridisegnato i processi, spesso siglando un divorzio tra attività e luogo di lavoro. Ma chi ci guadagna e chi ci perde (davvero)? La riflessione è in corso e si amplifica appunto laddove si cerca un nuovo senso del lavoro. La smaterializzazione della fatica fisica è solo una trasformazione che chiama in causa un più ampio ingaggio cognitivo delle persone? In alcune categorie sì, secondo **Marco Bentivogli**, fondatore di Base Italia, che sottolinea la complessità di ragionare sul senso del lavoro in particolare per chi ha identificato la mansione più con il luogo che con le attività. In questo quadro di varie transizioni, *"ci stiamo accorgendo che dalla piccolissima alla grandissima impresa sono proprio le risorse chiave che mollano. Tutti i fenomeni sono effetto della non capacità di immaginare e ascoltare: non è vero che le persone hanno meno voglia di lavorare ma un tempo dilatato ha consentito più domande. Il lavoro ci sarà ma ha bisogno di nuovi pensieri, parole, strutturali, dorsali di [innovazioni](#)".* Servono quindi nuove figure, che possiamo identificare come *"architetti del lavoro"*.

Valorizzare le altre competenze

Riportare la vita nel lavoro: cosa significa esattamente? Non si tratta solo di stimolare politiche di conciliazione ma anche di valorizzare le competenze che le persone maturano fuori dalla dimensione professionale, grazie anche alle grandi **rivoluzioni private**. Parola di **Riccarda Zezza**, fondatrice e ad della edtech company Lifeed: *“Ogni ruolo della nostra vita reca con sé cinque competenze soft. Circa il settanta per cento delle competenze soft resta fuori, in quanto solo un terzo dei ruoli è lavorativo. Bisogna allora riportare dentro le competenze facendo una cosa difficile, rompere il bias dell'ancoraggio, ovvero pensare che l'essere umano non cambi”*. E invece cambia e a volte vuole usare il lavoro per ritrovare il senso e prendersi cura non solo dell'ufficio e dello stipendio ma anche “del mondo”.

la Repubblica

Settimana corta sì, ma con stipendio lungo: il 66% dei lavoratori la farebbe solo a parità di salario

a cura della redazione Economia

ESPERTO LAVORO



la Repubblica

L'indagine di Adecco sulla nuova organizzazione del lavoro. Grande interesse, ma preoccupazione per il possibile impatto in busta paga

Settimana corta sì. Ma a patto che lo stipendio resti lungo, ovvero non venga ridotto in proporzione con il taglio dei giorni di lavoro. E' quanto mettono in chiaro i lavoratori in una fase di crescente sperimentazione dell'accorciamento della settimana lavorativa, che in alcuni Paesi esteri [è già in fase avanzata](#) ma anche in Italia [ha fatto capolino in diverse esperienze](#) accelerate dalla pandemia e dalle nuove flessibilità.

A tastare il polso ai lavoratori è stata una ricerca di The Adecco Group, *Global Workforce of The Future*, secondo la quale c'è un plebiscito di interesse verso la settimana breve, che riguarda sette lavoratori su dieci: sono convinti che migliorerebbe il benessere mentale, senza avere contraccolpi negativi sulla produttività. C'è un "però", e riguarda l'aspetto salariale. Secondo la ricerca, infatti, "ben il 66% di chi dichiara interesse verso la settimana lavorativa breve evidenzia che sarebbe disponibile solo a parità di salario e solo il 10% accetterebbe con una decurtazione dello stipendio", sintetizza una nota. "Il 18%, invece, sarebbe disponibile a lavorare un'ora in più gli altri giorni per avere la settimana breve. Tutto questo, in un quadro in cui il 61% dei dipendenti ritiene che il proprio salario non sia sufficiente per affrontare l'aumento dei prezzi dettato dall'inflazione".

Andrea Malacrida, country manager di Adecco in Italia, ha commentato i dati ricordando che "stiamo vivendo oggi un vero e proprio cambiamento del paradigma culturale" sul mondo del lavoro. E la settimana di quattro giorni "per quanto affascinante, può dimostrarsi un progetto di difficile applicazione" ma "risulta comunque evidente la sua assoluta rilevanza nel dibattito contemporaneo".

Le aziende hanno bisogno di politiche di flessibilità per attrarre e trattenere i talenti. D'altra parte la stessa ricerca evidenzia che il 75% dei lavoratori italiani è propenso a rimanere in azienda o a sceglierne una quando viene percepito l'interesse del datore di lavoro verso il benessere del dipendente. **Riccarda Zezza**, ceo e founder di Lifeed che di queste tematiche si occupa in ambito di formazione, sottolinea che "il tema non è passare dallo smart working a questa nuova forma organizzativa, ma attuare cambiamenti che sono in grado di migliorare davvero la vita delle persone". L'invito alle aziende è concepire "smartworking e settimana corta, che spesso vengono considerate antitetiche, assieme e non ad esclusione l'una dell'altra. Il lavoro flessibile deve potersi esprimere in molti modi diversi". In sostanza, "anche se sembra che ora ci sia la tendenza a ripristinare una situazione lavorativa simile a quella che abbiamo vissuto fino a tre anni fa, dobbiamo provare a seguire l'onda del cambiamento, in altri paesi Europei hanno già fatto questo passo radicale. Non dobbiamo nuovamente essere chiamati a scegliere fra lavorare o vivere, in maniera alternativa. Siamo cambiati, il mondo è cambiato, è giusto che anche il lavoro cambi".

Tornando alla ricerca Adecco, ci sono anche evidenze di dubbi sulla settimana corta. Questi sono riassunti in quattro aspetti cardine:

- Il 33% sospetta che comporterebbe una diminuzione dello stipendio
- Il 27% teme che causerebbe un serio aumento del carico di lavoro, arrivando comunque a dover lavorare fino a tarda sera o nel giorno libero
- Il 23% pensa che porterebbe ad un maggior carico di stress negli altri giorni lavorativi
- Il 17% crede che potrebbe essere lesiva per l'avanzamento di carriera, rendendo più lento l'ascensore sociale



Parità di genere. Con le aziende virtuose migliora anche il fatturato

Maurizio Carucci martedì 11 aprile 2023



La strategia di Lisbona indica l'occupazione femminile al 60%. Se oggi l'avessimo già attuata, ci avrebbe portato a un incremento del 7% del Pil



Donne divise tra lavoro e famiglia - Archivio

L'Italia «sta migliorando» sulla parità di genere, ma «tanto lavoro deve essere fatto affinché i principi siano effettivi ed estesi a tanti settori e ambiti. Dobbiamo guardare gli elementi negativi su cui dobbiamo lavorare, a partire dalle disuguaglianze nel mercato del lavoro e dall'occupazione femminile», su cui «molto abbiamo da recuperare rispetto all'obiettivo della **strategia di Lisbona che la indica al 60%. Se oggi l'avessimo già attuato, ci avrebbe portato a un incremento del 7% del Pil**». Lo sottolinea la ministra del Lavoro **Marina Calderone**. Tra i dati, Calderone sottolinea che l'indice di uguaglianza di genere del 2022 elaborato dall'**Eige**, l'Istituto europeo per l'uguaglianza di genere, «ci dice che l'Italia sta migliorando anche se ha un quoziente di 65 su 100, tre punti al di sotto della media comunitaria». La parità di genere, prosegue, «non è solo da declinare in termini giuridici, ma in termini di valore e di sostenibilità delle azioni. È un pilastro della sostenibilità sociale e anche all'interno del Pnrr è un obiettivo, un filo conduttore di molte azioni e interventi. Obiettivo a cui si uniformano anche le aziende e a cui guardano gli investitori». Bisogna «garantire uguali condizioni di lavoro e di opportunità, garantire l'indipendenza economica alle donne e consentire che la conciliazione familiare coinvolga tutti i componenti», evidenzia ancora la ministra, sottolineando anche che il Paese «si è dotato di strumenti come la certificazione e - ricorda - le linee guida sulla parità di genere nella Pa firmate dall'onorevole Bonetti e dall'allora ministro Brunetta. L'Italia è ricca di buone prassi e buona volontà, ora sta a noi tradurla in azioni concrete e soprattutto considerare che garantire alle donne di esprimere i loro talenti è una necessità e un valore». Purtroppo continuano a resistere le discriminazioni contro le donne alla ricerca di lavoro. Secondo l'**Osservatorio Jobiri**, confusione, solitudine e rassegnazione sono le principali emozioni che interferiscono negativamente sulla motivazione e la concentrazione delle candidate: il 71% delle candidate avverte una forte confusione; il 69% prova solitudine; il 45% delle donne si sente rassegnata. Oltre ai blocchi emotivi, sono evidenti le difficoltà relative alla costruzione di un cv efficace, allo *skill gap* e alle capacità di presentarsi in maniera efficace a un recruiter: l'83% delle candidate in maternità non ha fatto ricorso a momenti di formazione; il 39% delle intervistate non possiede le *soft skill* richieste nell'annuncio; l'86% non inserisce parole chiave nel curriculum. In Italia sono ancora troppe, poi, le candidate non pronte tecnicamente e psicologicamente a sostenere adeguatamente un colloquio di lavoro, in tutte le fasi del percorso: nel pre-colloquio, l'83% delle candidate non raccoglie informazioni sul recruiter;





durante il colloquio, il 55% non dimostra entusiasmo per l'azienda o la posizione; nel post-colloquio, il 92% delle intervistate non invia mail di ringraziamento ai selezionatori. A rendere questo quadro ancora più allarmante sono, anche, le discriminazioni che le donne continuano a subire in tutte le fasi del processo di ricerca del lavoro: nella fase di candidatura, il 71% delle candidate è incappata in annunci discriminatori; in fase di colloquio, il 56% delle intervistate ha ricevuto domande sullo stato matrimoniale; in fase contrattuale, il 68% ha ricevuto un'offerta di stipendio più bassa rispetto ai colleghi. Infine, a condizionare la vita professionale delle donne è la mancanza di un supporto adeguato da parte di servizi al lavoro offerti da scuole, enti di formazione, Università, Centri per l'impiego e Sportelli lavoro: il 98% delle candidate segnala l'inadeguatezza dei software; il 97% delle intervistate lamenta l'insufficienza di banche date con offerte. «Questo Osservatorio nasce con l'obiettivo di identificare gli ostacoli e le barriere che le donne devono, purtroppo, ancora oggi affrontare nella ricerca del lavoro e nel progresso della carriera - afferma **Claudio Sponchioni**, ceo e co-fondatore di Jobiri -. Siamo al fianco di tutte le candidate, ma per far sì che tali fenomeni si riducano drasticamente, è necessario coinvolgere le istituzioni, le organizzazioni e i singoli cittadini nella lotta contro la discriminazione di genere e la promozione di una cultura del lavoro sana».

Buone pratiche certificate in 264 imprese

«Il ministero è anche impegnato sul programma del Pnrr relativo alla certificazione della parità di genere per le aziende. Tutti gli step sono stati raggiunti secondo i tempi previsti. **Accredia**, l'ente italiano di accreditamento, ha già abilitato 23 organismi di valutazione che a loro volta hanno certificato finora 264 imprese. Un buon numero, considerato che è in piedi da pochi mesi». Lo ha affermato la ministra per la Famiglia, natalità e pari opportunità **Eugenia Roccella**. «Per promuovere la certificazione delle sole piccole e medie imprese - ha precisato Roccella - sono stati stanziati due milioni e mezzo di euro per attività di accompagnamento e cinque milioni e mezzo per la copertura dei costi di certificazione. Nel 2023, in collaborazione con Unioncamere, il sistema di certificazione verrà ulteriormente promosso e diffuso». La Roccella ha poi sottolineato che «il nuovo Codice degli appalti prevede la premialità per le imprese che rispettano la parità di genere, il cosiddetto "bollino rosa"», che è stato addirittura potenziato. Nel provvedimento

di riordino del sistema degli incentivi alle imprese, «è stata introdotta fra i principi generali la valorizzazione del contributo delle donne alla crescita economica e sociale della nazione ed è stato previsto, fra i criteri per la redazione di un Codice degli incentivi, il riconoscimento di una premialità alle imprese che valorizzano la quantità e qualità del lavoro femminile, nonché il sostegno alla natalità». «La chiave di volta per una effettiva parità, che è poi anche la chiave di volta per una ripresa demografica, sta nella capacità di costruire un'organizzazione del lavoro che non penalizzi la maternità - ha sostenuto Roccella - che non la consideri un di meno rispetto al tempo lavorativo, una sospensione dannosa quasi al pari di una malattia, ma che rispetti pienamente la libera scelta di chi vuole diventare madre, senza costringerla ad adeguarsi ad un modello lavorativo disegnato sul maschile». «Il mio ministero - ha proseguito - è certamente impegnato su questo fronte. Si tratta di un fatto di giustizia sociale e anche di un investimento sul futuro della società. Finché le donne si sentiranno sostanzialmente costrette a scegliere tra la realizzazione personale e la realizzazione di un desiderio di maternità (che i dati Istat ci dicono essere intatto nel tempo), non si può sperare in una ripresa della natalità». «Abbiamo già realizzato dei primi interventi nella legge di Bilancio, dal potenziamento dei congedi parentali - un primo segnale al quale intendiamo farne seguire altri, man mano che si libereranno risorse - alla decontribuzione per l'assunzione di donne e giovani. Per promuovere una cultura d'impresa, e in generale una cultura socio-economica favorevole alla parità di genere, abbiamo inoltre messo in campo un Codice di autodisciplina per le aziende sul quale stiamo attivando un confronto con le parti sociali e le organizzazioni di categoria. Il Codice è articolato su tre punti: la continuità di carriera delle madri, le iniziative di prevenzione e cura dei bisogni di salute e l'adattamento dei tempi e modi di lavoro». **«Ancora l'85% delle dimissioni femminili nel mercato del lavoro è connesso alla maternità, è successivo alla maternità.** Le imprese possono svolgere un ruolo decisivo, sia nella creazione di un ambiente accogliente, sia nella costruzione di un vero welfare di prossimità e dell'armonizzazione vita-lavoro», ha sottolineato Roccella.

Dalla formazione Stem alle carriere al Wow

Partito il *Next-Gen Project*, il progetto educativo realizzato da **Codemotion** e da **Bending Spoons**. Il progetto è nato per colmare il divario di genere nelle materie Stem (Scienze,



Technologia, Ingegneria, Matematica) e si rivolge a **200 studentesse delle scuole secondarie di II grado**. La piattaforma degli sviluppatori e l'azienda internazionale tech di Milano spiegano che *Next-Gen Project* si snoda in 400 ore di contenuti didattici e 104 laboratori per completare la formazione e l'obiettivo del progetto è fornire alle studentesse le competenze necessarie in materia di coding e Intelligenza Artificiale, per realizzare progetti e soluzioni software originali sul tema del cambiamento climatico. Next-Gen Project vede già coinvolte diverse scuole tra Milano, Torino, Roma e Catania. Nel corso del progetto, le studentesse di questi istituti avranno l'occasione di approfondire il linguaggio di programmazione Javascript, con il quale si interfaceranno per creare prototipi interattivi di servizi innovativi, progetti di data visualization, software e arte generativa. Ulteriore obiettivo sarà l'esplorazione delle potenzialità più recenti di coding e machine learning, come assistenti virtuali, generatori di immagini o AI art. Alle studentesse, infine, verrà proposto di applicare le nozioni apprese, attraverso un uso creativo e consapevole della tecnologia, al tema del cambiamento climatico e di elaborare possibili soluzioni in base agli insegnamenti del corso. Anche **Birra Peroni**, in collaborazione con l'ente non profit di formazione **Elis**, ha lanciato *STEMtoBEer*, programma dedicato alle professioni Stem e rivolto alle studentesse e agli studenti delle classi IV e V di Istituti tecnici con indirizzo di Studi Agraria, Chimica Materiali e Biotecnologie, Meccanica Meccatronica. Il programma, partito in sei **istituti di Bari, Roma e Padova**, le tre città dove sono presenti gli stabilimenti di produzione dell'azienda, coinvolgerà in questo primo anno **più di 250 ragazze e ragazzi** con il duplice obiettivo di orientamento e superamento degli stereotipi di genere ancora molto presenti in queste professioni. *STEMtoBEer* si svilupperà su più momenti in cui le studentesse e gli studenti avranno la possibilità di **conoscere da vicino diverse professioni Stem** all'interno dell'azienda birraia, ascoltare le storie di **donne di Birra Peroni** che hanno intrapreso una carriera Stem e infine partecipare ad una serie di **colloqui di selezione**. Ma non finisce qui: a supporto del progetto, l'azienda assicura **sei stage per le studentesse** con l'obiettivo di contribuire in modo concreto ad aumentare la diversità di genere nelle professioni tecnico-scientifiche. In **Grenke** – società specializzata nel noleggio operativo di beni strumentali e tecnologie per il business - **il 62% della popolazione è composta da donne**, di cui il 40% nel management e il 33,3% nel management committee. Inoltre, a valle dell'audit effettuato per la certificazione del Winning Women Institute sulla parità di





genere, è emerso che non sussistono divari retributivi tra donne e uomini con le medesime responsabilità e funzioni. L'obiettivo è sostenere la genitorialità e favorire la conciliazione della vita familiare con il lavoro femminile, in linea con gli obiettivi di sostegno alla genitorialità e di contrasto alla denatalità. In quest'ottica sono state coinvolte non solo le lavoratrici madri, ma anche i padri per sostenere e promuovere la diffusione di una cultura di equa co-responsabilità nell'educazione e nella cura dei figli e del caring in generale. Per accompagnare le mamme all'integrazione tra tutti i suoi ruoli di vita, viene attivato il programma di **Lifeed** – azienda di education technology attiva sul versante Life Based Learning. Attraverso un particolare metodo di formazione aziendale, vengono **forniti strumenti per trasformare gli eventi della vita delle persone in soft skill**. Il percorso formativo accompagna la persona durante tutto il periodo, valorizzando le competenze genitoriali come risorse fondamentali anche per il proprio sviluppo professionale. Mentre **Würth Italia**, azienda della distribuzione di elementi di fissaggio e montaggio, organizza il **Workshop di empowerment femminile Wow: Women of Würth**, in programma **giovedì 20 aprile** dalle ore 08 alle ore 12.30 presso l'*Hotel NH Napoli Panorama* (Via Medina, 70, Napoli). Il workshop mira a **potenziare l'acquisizione di talenti del territorio campano** ed è rivolto a **studentesse universitarie, neolaureate e (neo)diplomate** interessate a confrontarsi con professioniste d'azienda, per un arricchimento reciproco in grado di facilitare networking e consapevolezza delle proprie competenze e attitudini che possono fare la differenza nel mercato del lavoro attuale. Durante il workshop ci sarà l'opportunità per le partecipanti di ascoltare sia le testimonianze di professioniste dell'area Sales di Würth Italia che di donne imprenditrici campane; uno spazio della giornata verrà dedicato alla consulenza di carriera grazie al contributo di una **special guest: l'influencer Fabiana Andreani**, che con oltre 270mila follower sulla piattaforma digitale *TikTok* è diventata la **“zia” di orientamento e lavoro** più social d'Italia. Per maggiori info e iscriversi al workshop: <https://www.wuerth.it/lavoraconnoi/wow-women-of-wurth/>.

La nuova normativa dell'Unione Europea

Fine del segreto retributivo e spostamento dell'onere della prova dal dipendente al datore di lavoro: sono questi i due strumenti chiave della nuova normativa contro il divario

salariale con cui l'Eurocamera vuole porre fine ad una delle più comuni discriminazioni di genere sul posto di lavoro. **Stando a uno studio del Parlamento Ue, le donne in Europa guadagnano ancora il 13% in meno degli uomini, dato che scende al 4% in Italia.** Proprio per colmare questo divario gli eurodeputati hanno approvato, con una risoluzione regole chiare e vincolanti per tutti i 27 Paesi membri dell'Unione. Il sì della mini-plenaria di Bruxelles è arrivato a larga maggioranza: 427 i favorevoli, 79 i contrari e 76 astensioni. Grazie alle nuove regole «sono finiti i giorni in cui le persone venivano pagate di meno solo per ciò che erano», si tratta di «un gigantesco salto di qualità verso l'uguaglianza, soprattutto per le donne», è stato il plauso della presidente del Pe **Roberta Metsola**. «Un lavoro equo merita un salario equo. Le donne devono sapere se i loro datori di lavoro le trattano in modo equo», ha sottolineato la presidente della Commissione Ue **Ursula von der Leyen**. Con le nuove norme, che attendono ora la ratifica del Consiglio Ue, non saranno più permesse clausole contrattuali che limitino i lavoratori a rivelare la propria retribuzione o a chiedere informazioni sul salario di altre categorie di lavoratori. Le norme infatti sono particolarmente chiare sulla questione della trasparenza: i rappresentanti dei lavoratori avranno il diritto di ricevere informazioni chiare e complete sui livelli retributivi individuali e medi suddivisi per genere. **Nuove regole anche per gli avvisi di posto vacante che dovranno riportare denominazione neutre delle posizioni lavorative.**

Migliaia di opportunità di lavoro

L'**Agenzia per il lavoro Etjca**, sempre attiva nella ricerca e selezione di personale specializzato da inserire in diversi ambiti specifici, propone nel mese di aprile oltre **1.800 posizioni lavorative** su tutto il territorio nazionale. In **Lombardia** segnala posizioni come **tecnico progettista senior, operaio laminatore/finitore, addetti carico e scarico bagagli** presso l'aeroporto di Milano Malpensa e uno **junior permanent recruiter**. In **Piemonte** si ricercano **consulenti commerciali junior e senior** plurimandatari, **due montatori elettromeccanici** che si occupino dell'assemblaggio di componenti meccaniche, motori aspiranti, conoscenza cablaggi quadri elettrici, effettuazione test sui prodotti, e un **assistente alla poltrona**. In **Veneto** si seleziona un **impiegato contabile, addetti al magazzino e addetti al montaggio**. In **Liguria** si ricerca un **addetto alla**





vigilanza non armata, un macellaio e un tecnico controllo commesse e gestione acquisti. In Emilia-Romagna sono richiesti un impiegato amministrativo contabile, un magazziniere e **un cuoco.** In **Umbria**, dove si selezionano diversi **scaffalisti, tornitori-fresatori e operai metalmeccanici.** Nel **Lazio** ci sono opportunità come **elettricista industriale e aiuto elettricista.** In **Toscana** si assumono un **montatore meccanico, uno junior production data entry e un meccanico veicoli industriali.** Sempre in **Toscana**, la Filiale di Santa Croce sull'Arno ricerca risorse per **corso di formazione gratuito sulla lavorazione del pellame**, finalizzato all'inserimento lavorativo in azienda. In **Sardegna** si ricercano **addetti al desk noleggio auto** all'aeroporto di Olbia e un **credit analyst.** In **Sicilia** si ricercano un **geometra, un capocantiere, un elettricista, un idraulico e un manutentore generico.** In **Puglia** si ricercano **un fustellatore, operai elettrici specializzati, un responsabile di magazzino.** I potenziali candidati possono **consultare il database di offerte di lavoro oppure inviare la candidatura spontanea attraverso il sito www.etjca.it.** Adecco, società specializzata di The Adecco Group che sviluppa e valorizza il capitale umano, seleziona **oltre 200 figure professionali** per azienda del settore dei servizi aeroportuali che saranno inserite nella zona di Roma, presso l'aeroporto di Fiumicino, in qualità di addetti al carico/scarico bagagli e addetti allo scalo a partire da inizio giugno. Le figure ricercate sono, in particolare:

- **150 addetti al carico/scarico bagagli (part time 5 ore su turni)**
- **70 addetti scalo (part time 6 ore su turni)**

Le risorse selezionate parteciperanno a un corso di formazione della durata massima di tre settimane, propedeutico all'inserimento in azienda. Al termine del corso, ai candidati verrà offerto un contratto diretto con l'azienda della durata di 3/6 mesi, part time e su turni. Per i candidati che ambiscono alle posizioni di addetti al carico/scarico bagagli, si richiede il possesso di diploma e patente B, disponibilità a lavorare su turni, attitudine al lavoro di gruppo e affidabilità e precisione. È prevista la possibilità di essere coinvolti in successive esperienze in aeroporti all'estero. Tra i requisiti richiesti per la figura di addetti allo scalo, vi sono il possesso di un diploma o di una laurea, una fluente conoscenza della lingua inglese, disponibilità a lavorare su turni, attitudine al lavoro di gruppo, affidabilità e precisione. Maggiori informazioni ai seguenti link:

tre settimane, propedeutico all'inserimento in azienda. Al termine del corso, ai candidati verrà offerto un contratto diretto con l'azienda della durata di 3/6 mesi, part time e su turni. Per i candidati che ambiscono alle posizioni di addetti al carico/scarico bagagli, si richiede il possesso di diploma e patente B, disponibilità a lavorare su turni, attitudine al lavoro di gruppo e affidabilità e precisione. È prevista la possibilità di essere coinvolti in successive esperienze in aeroporti all'estero. Tra i requisiti richiesti per la figura di addetti allo scalo, vi sono il possesso di un diploma o di una laurea, una fluente conoscenza della lingua inglese, disponibilità a lavorare su turni, attitudine al lavoro di gruppo, affidabilità e precisione. Maggiori informazioni ai seguenti link:

- Scalo <https://go0.it/G79gg>;
- Addetti carico/scarico bagagli <https://go0.it/0N86J>.

Anche il **Gruppo Chiesi** è costantemente alla ricerca di nuovi profili professionali da inserire nelle diverse funzioni aziendali in base all'esperienza e alle aree di competenza. Le ricerche di personale variano, l'azienda cerca sia **neolaureati, per opportunità di stage, sia profili professionali di diverse seniority**. Il processo di selezione è globale e comune a tutto il Gruppo. Le singole posizioni lavorative vengono poi gestite dal Paese dove si apre la singola opportunità professionale. Il primo contatto avviene tra il candidato e il recruiter/Hr manager di riferimento, per proseguire con un colloquio con il futuro manager diretto e, in alcuni casi, con il manager di funzione. Per alcuni profili, in base a necessità specifiche, è previsto anche un percorso di valutazione. Si offrono diverse tipologie contrattuali: dallo stage, ai contratti a tempo determinato e indeterminato. Sono previste opportunità per i neo-laureati, a cui vengono offerti stage retribuiti di minimo sei mesi, che spesso si trasformano in assunzioni a tempo indeterminato. È previsto un percorso strutturato per tutti i neo-assunti, che prevede momenti di accompagnamento più informali con il proprio responsabile diretto e i colleghi, fino a percorsi formativi più formali pensati per accompagnare l'inserimento dei nuovi assunti e far conoscere loro la cultura e i valori aziendali. I candidati possono inviare il proprio curriculum a: <https://careers.chiesi.com> o il profilo LinkedIn del Gruppo Chiesi.

la Repubblica



BCC Roma presenta Piano di Sostenibilità al 2024: 44 obiettivi tra sociale, ambientale e governance

6-8 minuti

(Teleborsa) - Proseguire l'azione green che **BCC Roma** ha iniziato da tempo e dare corpo con risultati sempre più tangibili al **Piano di Sostenibilità**, anche attraverso collaborazioni virtuose con realtà impegnate tutti i giorni sul territorio nel contrasto alle disuguaglianze e nella difesa dell'ambiente. Questo il messaggio emerso dal **convegno "Diamo credito alla sostenibilità"** organizzato dalla **BCC di Roma** e ospitato dalla **Fondazione Di Liegro** presso la propria sede.

Il **Piano di Sostenibilità di BCC Roma**, presentato durante il convegno, prevede il raggiungimento di **44 obiettivi** e si inserisce in un'azione green che la Banca ha iniziato da tempo e che ha già portato risultati considerevoli. Basti citare la riduzione dei consumi di carta e delle relative emissioni di CO2 attraverso la diffusione della firma grafometrica (87% della nuova clientela negli ultimi 12 mesi), le campagne di attivazione dell'home banking (67% dei clienti) e dell'app relax, canale preferito dalla clientela con l'87% di accessi nel 2022.

BCC Roma utilizza esclusivamente energia da fonti rinnovabili e ha concretizzato l'impegno nei confronti dei temi ambientali anche attraverso la realizzazione e diffusione del "**Decalogo dell'Ufficio Green – Buone pratiche di sostenibilità**" e delle "**Linee Guida sulla gestione sostenibile degli edifici della Banca**" al fine di sensibilizzare sul corretto uso dell'energia elettrica e delle materie prime.

Per quanto riguarda le **Gestioni Patrimoniali**, BCC Roma ha lanciato nel 2016 e 2019 due linee etiche accessibili a tutta la clientela anche per importi contenuti. Gli strumenti in cui investono queste linee sono fondi, SICAV ed ETF, che sottoscrivono azioni e/o obbligazioni di società con elevato rating ambientale, sociale e di governance.

Sul piano strettamente sociale BCC Roma nel 2022 ha erogato, tramite i Comitati Locali dei Soci articolati sui territori di competenza, circa **1,6 milioni di euro a fondo perduto** tra contributi di pubblicità, sponsorizzazioni e beneficenza, per complessivi 1968 interventi. Tra il 2004 e il 2022 sono stati erogati dai Comitati Locali contributi per circa 30 milioni di euro, per circa 36mila interventi.

Infine, il **ricambio generazionale**: il 1 marzo 2023 per favorire una più ampia partecipazione dei giovani tra i 18 e i 30 anni, BCC Roma ha avviato una nuova campagna di adesione invitando ragazze e ragazzi a diventare soci con un pacchetto di sole 10 azioni, anziché 100, per un impegno finanziario totale, compreso il previsto sovrapprezzo, pari a 103,30 euro. I risultati della campagna sono, ad oggi più che confortanti.

Il **presidente BCC Roma Maurizio Longhi** ha ricordato che la sostenibilità è una bussola decisiva per guidare lo sviluppo dei territori, anche tramite una concreta attenzione all'innovazione e all'economia circolare. Il coordinamento delle iniziative strategiche in questo campo è a cura dello specifico Servizio di Sostenibilità e dell'ESG Ambassador della Banca. Quando si parla di tematiche ESG – ha aggiunto **Longhi** – si pensa soprattutto all'ambito della sostenibilità ambientale. Ma sono decisive anche politiche di governance innovative, inclusive e politiche creditizie che una banca mutualistica come la nostra può e deve concretizzare per una società più equa. "Sul fronte dell'attenzione al sociale – ha affermato **Longhi** – sono certo di dire che le banche di credito cooperativo sono molto più avanti delle altre banche proprio per quella che è la loro natura. Basta ricordare l'azione dei comitati locali con cui sosteniamo le forze attive dei territori da oltre vent'anni. Soltanto nel 2022 BCC di Roma ha erogato contributi per oltre un milione e 700mila euro a favore di quasi 2800 imprenditori. Dal punto di vista della governance le azioni da citare sono tante, me ne piace ricordare una: abbiamo messo in campo un'azione rivolta ai giovani tra i 18 e i trent'anni dando loro la possibilità di diventare soci

sottoscrivendo sole 10 azioni della banca a un prezzo di 103 euro. In meno di un mese abbiamo ricevuto 1300 richieste di giovani soci".

"Gli obiettivi della nostra Fondazione – ha detto **Luigina Di Liegro, segretaria generale della Fondazione Di Liegro** – si sposano benissimo con quelli della sostenibilità. Anche il Papa ha parlato di sostenibilità 'integrale': significa mettere insieme le risorse umane, le risorse economiche, le risorse del settore no profit e le risorse dell'ambiente per il bene comune. La Fondazione Di Liegro si occupa di disagio psichico: noi lavoriamo per ridare dignità a ogni persona. Con la BCC vogliamo continuare a sviluppare i valori della sostenibilità all'interno delle nostre comunità".

Al convegno, cui hanno portato il proprio saluto **Tobia Zevi, assessore al Patrimonio del Comune di Roma**, e **padre Sandro Barlone, presidente della Fondazione Di Liegro**, hanno preso parte **Enrico Giovannini, ex ministro delle infrastrutture e della mobilità sostenibili e direttore scientifico dell'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS)**, impegnato da tempo per una concreta inversione di tendenza che ci permetta di raggiungere gli obiettivi dell'Agenda 2030 fissati dall'Onu. A causa della pandemia e dell'aggressione russa all'Ucraina, infatti, per il secondo anno consecutivo molti Paesi si sono fermati sul cammino verso lo sviluppo sostenibile.

Annalisa Corrado di Azzero CO2, un team di giovani esperti in strategie di sostenibilità ambientale, ha parlato del progetto, a cui ha dato il suo contributo proprio BCC Roma, dell'**OrtoFrutteto Solidale**, tramite il quale sono stati messi a dimora 120 alberi da frutto in un terreno della Cooperativa Sociale Agricoltura Capodarco, sito in Via Appia Antica.

Ha chiuso gli interventi **Riccarda Zezza, ceo di Lifeed**, società di education technology che insegna a trasferire i propri talenti privati nel contesto professionale attraverso il self-coaching online. Con Lifeed la Banca ha avviato "**Genitori che nascono, genitori che crescono**", un percorso digitale pensato per i dipendenti BCC Roma e dedicato, con una metodologia innovativa, al binomio genitorialità e lavoro.



Avere un figlio o prendersi cura dei genitori. Ma anche fare sport o volontariato. **In ogni esperienza di vita alleniamo competenze che poi si rivelano preziose sul lavoro.** Lei se n'è resa conto quando è diventata madre. E adesso ha sviluppato un innovativo percorso di formazione

di Myriam Defilippi

Riccarda Zezza



change maker

Sai quanti talenti hai?

«LA LOGICA TI PORTA da A a B, l'immaginazione ti porta dappertutto». Questa affermazione di Albert Einstein è molto cara a Riccarda Zezza, imprenditrice che con la sua azienda Lifeed ha inventato una piattaforma digitale che fa degli eventi della vita un percorso di formazione in soft skills. Lei stessa, forte dei suoi successi professionali, dimostra che «innovazione è l'attitudine mentale che ti spinge a collegare in modo nuovo le cose che ci sono già». 51 anni appena compiuti («Sono tanti, ma sto scoprendo che sono belli»), fieramente napoletana, cresciuta a Roma, laureata in Comunicazione a

Siena e poi manager in Italia e all'estero, ha imparato a ricollocare con fantasioso pragmatismo i punti sul foglio della vita a causa, anzi grazie alla maternità.

Fino ad allora era filato tutto liscio? «Nelle multinazionali in cui avevo lavorato, avevo sperimentato varie forme di "diversità": mi ero trovata a essere l'unica donna in stanze dove erano tutti uomini o l'unica italiana in un'azienda in Finlandia; ma queste situazioni non si erano mai rivelate dei limiti. Quando ho partorito Marta, avevo 36 anni, ho scoperto che sul lavoro la maternità significava subire una battuta d'arresto. Ho poi cambiato società, lo stesso problema però si è presentato quando, 3 anni dopo, è nato Luca. Preso atto del conflitto tra dimensione privata e professionale, ho tirato le somme e ho capito che era in corso uno spreco».

change maker

In che senso? «Le aziende mi mandavano a fare corsi in costosissime business school e mi davano il tempo per farlo. L'assenza per i figli, però, è stata considerata un problema quando invece avevo a casa un'ottima palestra: con i bambini alleni competenze che possono rivelarsi molto utili sul lavoro, dalla gestione delle emergenze alla capacità d'ascolto».

Si riferisce al periodo del congedo di maternità?

«Sì. Prendiamo la stessa parola congedo: suona come un addio. Ma con la maternità tu in realtà mica scompaia: sei in trasferta, in missione».

Come ha reagito? «Quando qualcosa non funziona più, penso che occorra affrontare il problema alla radice (Riccarda Zezza è anche Ashoka Fellow, parte della prestigiosa comunità internazionale di imprenditori che promuovono il cambiamento sociale a livello sistemico, ndr). All'estero avevo visto coworking con aree bimbi e ho pensato di introdurre l'idea in Italia. Ho fondato Piano C, un coworking dove poter portare anche i bambini: in spazi di questo tipo una donna non è costretta a scegliere tra figli e carriera. Piano C è diventato un polo di attrazione di queste tematiche, un luogo dove cominciare a scardinare la vecchia associazione mentale secondo cui la maternità sarebbe un problema, in particolare se hai un lavoro. Ancora oggi spesso è considerata così: quando si parla di "dare aiuti per la maternità" implicitamente si dice che bisogna intervenire come per le crisi».

In che modo va vista invece? «Vale come un master, dal momento che sviluppa competenze che sono spendibili su più piani, anche quello lavorativo. È un investimento per il futuro (Zezza è coautrice di *MaaM. La maternità è un master*, pubblicato da Bur Rizzoli)».

Come possiamo usare al meglio queste competenze? «Occorre essere consapevoli dei vari ruoli che rivestiamo nella vita e dei talenti che in ciascuno di essi sviluppiamo. Poi attivare un effetto moltiplicatore attraverso la "transilienza", la capacità di trasferire queste competenze da un ruolo all'altro. Ed è proprio quello che consente di fare *Life based learning*, il metodo scientificamente validato elaborato da *Lifed*: attraverso le sessioni di self coaching digitale si individuano i nostri diversi ruoli e si aprono le paratie tra di essi. Così le competenze, da quelle organizzative a quelle relazionali, fluiscono dall'uno all'altro in un circolo virtuoso. Non pensiamo solo al lavoro e alla famiglia, ci sono anche competenze creative che acquisiamo dedicandoci a hobby, sport e passioni che tornano utili in altri ambiti».

Come la mettiamo, però, con il senso di colpa che perseguita le donne? «Vero: quando siamo al lavoro ci sentiamo in colpa verso i

Grazie alla famiglia sviluppi "soft skills" che possono essere molto utili anche sul lavoro: dalla capacità d'ascolto alla gestione delle emergenze

figli e viceversa. Ma possiamo liberarci da questo tormento rendendoci conto che in ogni momento stiamo creando risorse - lo sviluppo di talenti, appunto - utili anche per gli altri ambiti».

Dal lavoro a casa, cosa ha portato di utile per i suoi figli? «Non capivo, per esempio, perché come mamma non fossi efficace quando dicevo "no" e invece come manager sì. Mi sono resa conto che con i collaboratori dicevo "no" in modo rispettoso e spiegando le ragioni. Quando ho iniziato a fare lo stesso con i miei figli mi sono rasserenata, e sono diventata bravissima».

I papà possono essere coinvolti in Lifed? «Certo, per loro c'è un percorso diverso da quello delle mamme. La maternità è un'esperienza che attinge molto all'istinto, mentre la paternità implica una scelta precisa che la persona fa. Noi lavoriamo con i dipendenti di circa 100 aziende, in totale 40.000 utenti. Il 30% di loro sono papà e ci dicono che il percorso con *Lifed* ha stimolato lo sviluppo di capacità che poi hanno trasferito sul lavoro, per esempio l'empatia e il passaggio da una leadership di comando e controllo a una che fa crescere gli altri».

Per chi non ha figli, ci sono altre esperienze che potrebbero darci una marcia in più a vari livelli?

«Direi tutte le esperienze di cura. Anche chi non ha figli ha genitori, e le ricerche dicono che un terzo degli over 50 italiani è caregiver, si occupa cioè di un anziano o comunque di un parente non autosufficiente. In pochi, però, comunicano sul luogo di lavoro di ricoprire questo ruolo nel privato, per paura che ciò possa influire negativamente sulla carriera. Noi, tramite i percorsi di *Lifed*, cerchiamo di far emergere le competenze che queste persone sviluppano e di valorizzarle all'interno delle aziende. Un discorso simile si può fare anche per chi si dedica al volontariato».

Il "trucco" sta nel guardare le cose da una prospettiva diversa?

«Occorre capire che molte sensibilità e molti approcci negli ultimi anni sono profondamente cambiati, pensiamo anche alla visione del matrimonio o alla composizione della famiglia. Di conseguenza dobbiamo cambiare i paradigmi attraverso cui ci confrontiamo con la realtà».

Serve molto coraggio. «Coraggio ha la stessa radice di cura e curiosità. E tutte sono unite a un'altra parola bellissima: cuore».

30%
le soft skills
che si imparano
sul lavoro.
Le altre
arrivano dalla
vita privata

(Fonte: *Lifed*)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DIVERCITY



GENITORIALITÀ IDENTITÀ

PRENDERSI CURA DI CHI SI PRENDE CURA

21 MAR 2023

L'identità del* caregiver

A cura di Crédit Agricole

Secondo una ricerca di Harvard Business University, ben il 73% dei lavoratori si prendono cura di una o più persone care: un familiare, un figlio, un compagno (The [Caring Company](#), 2019).

L'Osservatorio Vita - Lavoro di Lifeed ha rilevato che nella maggior parte dei casi, però, le persone non sono consapevoli del ruolo di cura che ricoprono: solo l'8% delle persone, infatti, si identifica in questo ruolo.

L'esperienza di cura coinvolge sempre più, in modo trasversale, le diverse fasce generazionali, impattando sulla vita delle persone dal punto di vista organizzativo e sull'equilibrio emotivo, influenzando così anche l'ambito professionale. Tuttavia, spesso il ruolo di caregiver resta invisibile in azienda.

“Per queste ragioni, il sostegno ai caregiver rientra negli obiettivi strategici della D&I del Gruppo CA: attraverso diversi momenti di ascolto di colleghe e colleghi, è emerso che i caregiver avevano bisogno di “uscire allo scoperto” e di parlare della loro dimensione di cura familiare - commenta Rosanna Maserati Responsabile D&I CAI -. Fondamentale è quindi sviluppare nei caregiver la consapevolezza di non essere un peso per l'azienda. Al contrario, riteniamo che le persone impegnate in un'esperienza di cura possano acquisire competenze utili anche sul lavoro”.

Rosanna, cosa mette a disposizione dei caregiver il Gruppo Crédit Agricole?

Riconoscimento, supporto psicologico e aiuto concreto con il servizio socioassistenziale. Infatti, in alcuni momenti di ascolto con i colleghi, è emerso che i bisogni, e quindi le aspettative delle persone che attraversano questa transizione di vita (maternità, paternità, diagnosi di non autosufficienza di un familiare...), possono essere ricollegati a tre ambiti. Il punto di partenza è stato il riconoscimento da parte dell'azienda del valore del tempo dedicato al lavoro di cura. A questo si aggiunge il supporto dal punto di vista emotivo e psicologico per affrontare il percorso di assistenza e cura con maggior serenità e consapevolezza; per sviluppare strumenti necessari per prendersi cura dell'altro e anche di sé; per ricevere consulenza psicologica ed avere un sostegno, uno scambio o un consiglio in un momento di difficoltà. Infine, il supporto dal punto di vista organizzativo per risolvere le necessità ed i problemi organizzativi, burocratici e logistici in continua evoluzione, attraverso servizi di supporto e accompagnamento, con l'obiettivo di trovare la soluzione più adatta alla situazione familiare e sociale del caregiver.

Come si concretizza il sostegno ai portatori di cura da parte di Crédit Agricole?

Attraverso il supporto alla genitorialità e ai caregivers. Dal 2016 è attivo 4PARENTS, un percorso di accompagnamento per i futuri e neogenitori per orientarsi tra le numerose attività da effettuare, conciliando così in modo sereno e consapevole il lieto evento e le esigenze connesse all'attività lavorativa. Inoltre, dal 2018, CAI sostiene la genitorialità attraverso il programma di formazione digitale di Lifeed che trasforma la maternità e paternità in un master, con l'obiettivo di rendere i genitori campioni in competenze soft essenziali anche per la crescita professionale. Quest'anno abbiamo esteso il congedo parentale ai padri, retribuito, a 21 giorni, che diventeranno 28 nel 2024. Dal 2022 è attivo

“CARE”, il programma di formazione digitale di Lifeed che cambia il punto di vista su cura e vita lavorativa e permette di vivere il lavoro di cura come un vero e proprio master. Infine, da inizio anno è partito il servizio di supporto socioassistenziale di Stimulus, erogato a distanza o sul territorio da psicologi professionisti e care manager che forniscono supporto per la ricerca delle soluzioni socioassistenziali più adatte alle esigenze di ciascun Collega, accompagnando i caregivers attraverso l'aiuto di professionisti qualificati.

Quindi dal tuo punto di vista e dal punto di vista di CA come vedi la relazione tra welfare e inclusione?

Vi è un legame diretto tra welfare aziendale e inclusione. I due percorsi si incontrano generando un circolo virtuoso e realizzando il concetto di “benessere del/della dipendente” Abbiamo assistito nel corso degli anni a due evoluzioni: dal concetto di welfare a quello di well being, da quello di well being a strumento di inclusione.

Come altre aziende, CAI è partita da un ricco patrimonio di iniziative in tema di welfare che derivano da CCNL e dalla contrattazione aziendale “storica”; negli ultimi 5 anni è stato dato corso ad un’apertura verso nuovi strumenti di work&life balance (smart working, easy learning etc), per proseguire con un successivo allargamento, tra il 2018 e il 2019, a progetti di well being e con la collaborazione sempre più stretta con le aree che si occupano di diversità ed inclusione.

I beni e servizi welfare che aiutano nel lavoro di cura (asili nido, flessibilità orarie dedicate, ecc.) consentono di rimuovere gli ostacoli che ancora si frappongono sulla via della piena espressione del talento o più in generale del valore di ciascuna persona.

Come si crea un ambiente di lavoro inclusivo?

È possibile creare un clima di lavoro inclusivo solo se ognuno può portare al lavoro tutte le dimensioni della propria personalità (ivi compresa, nel caso specifico, la dimensione di caregiver) e le vede accolte e sostenute. Ecco come uno strumento di welfare diventa un importante strumento di inclusione.

Lifeed è la società di education technology a impatto sociale che trasforma le transizioni di vita delle persone in momenti di apprendimento e sviluppo delle competenze soft. Con il suo Osservatorio Vita - Lavoro, monitora e analizza le emozioni, le aspettative, i bisogni e i talenti delle 40.000 persone in 100 aziende coinvolte nei percorsi di apprendimento. L'azienda ha conferito a CAI il titolo di Caring Company, società che si è distinta per avere investito nello sviluppo delle proprie persone e nella valorizzazione della diversità.

L'introduzione del percorso Care di Lifeed per i caregiver di CAI, ha contribuito a creare consapevolezza del proprio ruolo, facendo luce sulla dimensione di vita che normalmente rimane nascosta nella sfera professionale ed anche a sé stessi.

Secondo i dati dell'Osservatorio Vita-Lavoro di Lifeed, mediamente solo l'8% delle persone che lavorano si identifica nel ruolo di Caregiver.

L'esperienza di CAI con Lifeed dimostra che il 20% delle persone di Crédit Agricole si sente Caregiver, rispetto al 15%, percentuale media registrata nelle aziende dello stesso settore.

Luce!

Festa del papà, i padri di oggi più motivati ed energici rispetto alle mamme

La paternità allena leadership e gestione del cambiamento perché vivere attivamente la genitorialità migliora la flessibilità e le competenze relazionali

Maurizio Costanzo — 19 Marzo 2023



Il 19 marzo è la Festa del papà

C'erano una volta i **padri tutti d'un pezzo**, autoritari, spesso assenti e severi, quasi mai complici come le mamme, poche coccole e tante punizioni. Ora però le cose per i papà – che rimangono il primo eroe per i figli maschi e il primo amore per le figlie femmine – sono molto cambiate da allora, e le sorprese certo non mancano. La ricorrenza del **19 marzo**, Festa del papà, è dunque anche l'occasione per ripensare al ruolo paterno al giorno d'oggi.



L'attore Luca Argentero lo scorso 17 febbraio è diventato padre per la seconda volta: è nato Noè Roberto (Instagram)

[Diventare genitori rimane un cambiamento](#) che viene vissuto sia dai neopapà sia dalle neomamme con stati d'animo per lo più positivi: consapevolezza, motivazione, curiosità verso il futuro sono alcune delle emozioni più riportate dai partecipanti all'indagine dell'Osservatorio Vita – Lavoro di Lifeed. Ma i [neopapà](#), a differenza delle neomamme, si sentono **più motivati** e sembrano anche sentire meno la fatica della conciliazione tra vita privata e lavorativa. L'indagine è stata condotta su un campione di 1.125 partecipanti ai percorsi formativi dell'EdTech company che, attraverso la piattaforma di self-coaching digitale life-based, trasforma le esperienze di vita in efficaci palestre per la formazione delle competenze soft.

Neopapà più motivati ed energici

Parlando di emozioni, i neopapà si sentono anche più **pieni di energie** rispetto alle neomamme (88% vs 69%), oltre che più **responsabili e maturi** (84% contro 78%). Allo stesso tempo, però, i [padri sembrano sentire meno la fatica della conciliazione tra vita privata e lavorativa](#), riportata solo da un neopapà su tre (33%) rispetto alle neomamme, dove emerge nel 60% dei casi, confermando un scenario già noto in cui la genitorialità pesa di più sulle donne. Un'opportunità mancata perché le competenze che si sviluppano con la pratica della paternità sono quelle di cui il mondo del lavoro ha sempre più bisogno.

I neopapà si sentono più energici, responsabili e maturi rispetto alle neomamme

I benefici della paternità

Dall'indagine è emerso che vivere attivamente il ruolo di padre permette di allenare soprattutto [le competenze di gestione del cambiamento](#): come **gestione dello stress e dell'imprevisto**, e flessibilità riportata dal 76% dei padri. Migliorano anche le capacità di guida e leadership (73%) e con la paternità si delinea anche una più chiara visione del futuro. L'esercizio della paternità migliora inoltre le competenze relazionali, come l'empatia, l'ascolto e la collaborazione (72%).

La nuova paternità

“I dati del nostro Osservatorio – spiega **Martina Borsato**, Research & Innovation Senior Analyst di Lifeed – ci riportano una fotografia dei padri aperti al viaggio della genitorialità. I padri di oggi sono consapevoli che un figlio porterà una nuova visione del mondo e una trasformazione di sé, che vuol dire maturità, forza e nuova capacità di mettere insieme la vita dentro e fuori dal lavoro. Insomma, un insieme di competenze che magari non avevano, o non sapevano di avere, che li arricchisce come persone ma anche professionisti. È il segnale di un vento nuovo che sta finalmente soffiando nella giusta direzione, starà alle aziende individuare queste nuove competenze e **trasferirle in azienda**”. Con i percorsi di self-coaching di Lifeed i genitori diventano più capaci di usare queste energie e competenze anche nel loro lavoro e nelle relazioni con i colleghi. Infatti, l'81% dei padri ha poi riconosciuto di aver trasferito sul lavoro le competenze allenate grazie alla nascita di un figlio.

La testimonianza di un neopapà

Federico Pistillo ha 43 anni ed è un neopapà. “Da poco più di un anno è nata la nostra prima figlia – racconta -. Questa esperienza ha naturalmente **cambiato la vita di entrambi noi genitori**, soprattutto nel nostro rapporto con lo spazio e il tempo a disposizione”. Tutto è diventato più veloce e compresso, perché ora più che mai “fatto” è meglio che “perfetto”.

“In ogni caso uno degli aspetti che abbiamo sviluppato di più è **il prendersi cura reciprocamente**” continua Pistillo. E aggiunge: “Gli impegni professionali sono una parte importante della nostra vita, e ritengo che l’essere diventati genitori ci abbia aiutato ad allenare competenze efficaci come prendere decisioni anche quando hai poco tempo e poche informazioni”. A proposito del prendersi cura, dice ancora il genitore, “questo è un atteggiamento che riscontro in modo estremamente chiaro nella società in cui lavoro, Grenke Italia, dove fa parte della cultura aziendale e si esprime in misure concrete a supporto di tutte le situazioni, soprattutto la maternità e paternità. Mi ritengo fortunato perché in diverse occasioni il vero welfare mi è stato garantito dall’azienda più che dalle istituzioni che pure vi sarebbero deputate”. Pistillo è Senior Marketing Specialist di Grenke, che recentemente è stata riconosciuta da Lifeed come Caring Company, azienda che investe in **leadership generative** e nelle proprie persone.

Lifeed: le transizioni di vita diventano momenti di apprendimento

Lifeed è la società di **education technology** a impatto sociale che dal 2015 ha cambiato la formazione, trasformando gli eventi di vita in **momenti di apprendimento**. Attraverso un metodo di apprendimento proprietario, il Life Based Learning, Lifeed trasforma le transizioni di vita e le relazioni di cura in momenti di apprendimento e di sviluppo delle competenze soft, che **umentano fino al 35%**. I programmi Lifeed sono frutto di ricerche scientifiche in corso dal 2012 e validate a livello nazionale e internazionale grazie al contributo del comitato scientifico e partner accademici come l’Università Ca’ Foscari, l’Università degli Studi di Milano-Bicocca e la Kellogg School of Management. Citata da McKinsey & Company tra le 10 iniziative di reskilling più innovative e inclusive al mondo, la piattaforma digitale Lifeed viene oggi utilizzata da oltre 40 mila persone in 100 aziende.

Lifeed è inoltre la prima e unica impresa italiana tra le 16 aziende disruptive e innovative in forte crescita selezionate da Unreasonable Group per entrare nella community di Unreasonable Future, il programma internazionale creato per aiutare a co-progettare il **futuro del mondo del lavoro**. Lifeed è stata fondata da **Riccarda Zezza** co-autrice del libro “MAAM – Maternity as a Master”, fellow di Ashoka – l’Ong che seleziona i migliori innovatori sociali del mondo – membro onorario di Cesvi e membro del Weizmann Young European Network. Nel 2018 è stata premiata da “Fortune Italia” come “Most Influent and Innovative Woman” e indicata da Citi Foundation tra le 40 imprenditrici che stanno modificando l’innovazione di genere nel mondo. Nel 2021 l’European EdTech Alliance cita Riccarda Zezza tra le 14 fondatrici più rilevanti di **startup** nel mercato EdTech europeo. È stata inoltre citata da HolonIQ tra le 144 donne a capo di Startup EdTech a livello mondiale.

FORTUNE | ITALIA

Psicologia e lavoro, i papà hanno una marcia in più

BY FORTUNE
MARZO 19, 2023



Li vediamo al parco con la carrozzina, armati di biberon (o di pazienza sulle piste di pattinaggio). I **papà hanno una marcia in più**, utile anche sul **lavoro**: vivere attivamente la genitorialità migliora infatti la flessibilità (76%), la leadership (73%) e le competenze relazionali (72%). E a dircelo sono proprio loro.

La 'fotografia' emerge dall'indagine dell'**Osservatorio Vita – Lavoro di Lifeed, i cui risultati sono stati resi noti in occasione della Festa del papà**. L'indagine è condotta su un campione di 1.125 partecipanti ai percorsi formativi dell'EdTech company che, attraverso la piattaforma di self-coaching digitale life-based, trasforma le esperienze di vita in efficaci palestre per la formazione delle competenze soft.

Rispetto alle neomamme, i neopapà si sentono più motivati e pieni di energie (88% contro 69%), forse anche perchè non hanno affrontato parto e gravidanza, ma anche più responsabili e maturi (84% contro 78%). Allo stesso tempo, i padri sembrano sentire **meno la fatica della conciliazione tra vita privata e lavorativa**, riportata solo da un papà su tre (33%) rispetto a 6 neo mamme su 10. Insomma, diventare genitori pesa di più sulle donne.

Papà e competenze

Ma attenzione, **le competenze che si sviluppano con la pratica della paternità** sono quelle di cui il **mondo del lavoro ha sempre più bisogno**. Infatti, dall'indagine emerge che vivere attivamente il ruolo di padre permette di allenare: come **gestione dello stress e dell'imprevisto, e flessibilità riportata, appunto, dal 76% dei padri**.

Migliorano anche le **capacità di guida e leadership** (73%) e con la paternità si delinea anche una più chiara visione del futuro. L'esercizio della paternità migliora inoltre le competenze relazionali, come **l'empatia, l'ascolto e la collaborazione** (72%).

Come cambiano i papà

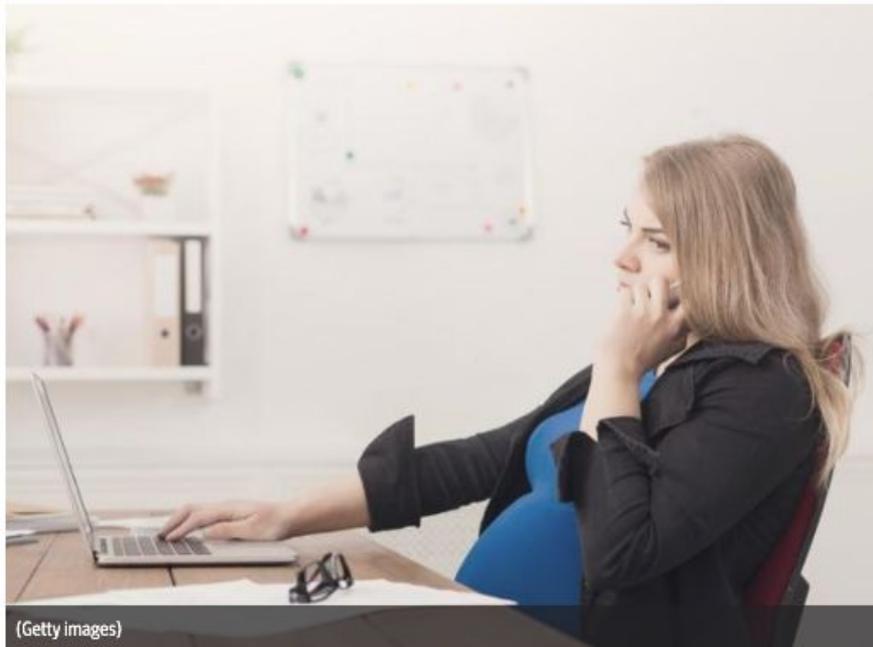
“I dati del nostro Osservatorio – commenta **Martina Borsato**, Research & Innovation Senior Analyst di Lifeed, società di education technology a impatto sociale – ci riportano una fotografia dei padri aperti al viaggio della genitorialità. I papà di oggi sono consapevoli che un figlio porterà una nuova visione del mondo e una trasformazione di sé, che vuol dire maturità, forza e nuova capacità di mettere insieme la vita dentro e fuori dal lavoro. Un insieme di **competenze** che magari non avevano, o non sapevano di avere, che li arricchisce come persone ma anche professionisti. È il segnale di un vento nuovo che sta finalmente soffiando nella giusta direzione, starà alle aziende individuare queste nuove competenze e trasferirle in azienda”.

Non solo. L'81% dei papà ha riconosciuto di aver trasferito sul lavoro le competenze allenate grazie alla nascita di un figlio.



Perché la cura del lavoro conviene alle aziende

Sonia Malaspina*



(Getty images)

L'esperta di Risorse Umane Sonia Malaspina racconta in che modo ha deciso di aiutare le neo mamme della sua azienda quando rientrano dal congedo. Malaspina ha scritto insieme a Marialaura Agosta il libro «Il congedo originale» (ROI Edizioni), in libreria dall'8 marzo. Insieme indagano gli aspetti legati al tema della genitorialità e del lavoro di cura nelle aziende per cercare di creare un nuovo paradigma culturale.

Ho iniziato a lavorare a metà degli anni Novanta a Milano. Era un mondo del lavoro dove la cura, la maternità, la paternità ma anche l'individualità della persona, la sua fragilità non venivano considerate sufficientemente. Perché occorreva essere sempre disponibili, essere sempre presenti, essere sempre perfetti, essere sempre sul pezzo, un po' come oggi. C'era una accettazione dello status quo nelle persone. Il mondo del lavoro funzionava così e se non ti adattavi peggio per te.

Io continuavo a ripetere a mia mamma: «[Voglio fare carriera](#) e voglio avere dei figli. Ce la farò?». Mamma mi ha sempre incoraggiata. Era l'unica a farlo. A lavoro i miei responsabili mi dicevano di scegliere tra carriera e famiglia. Sicuramente ero determinata, sapevo che volevo lavorare in azienda e occupare una posizione di responsabilità e con le mie capacità e la mia testardaggine mi sono fatta largo: a 35 anni avevo un ruolo di responsabilità e da me esigevano continuità e dedizione totale.

Due anni dopo aspettavo la mia prima figlia. Sono rientrata al lavoro dopo cinque mesi di maternità e mi sembrava di correre dietro un treno che andava a tutta velocità con un guidatore, se non ostile, almeno indifferente. Grazie alla mia famiglia ce l'ho fatta a risalire sul treno. Ma a un prezzo altissimo.

Il congedo originale. Come trasformare le organizzazioni con il potere della cura, Sonia Malaspina e Marialaura Agosta, prefazione di Francesca Vecchioni, pp. 165, 21 euro

Qualche anno dopo ho pensato: io ce l'ho fatta, ma se non si ha una famiglia vicina, come si fa?. Sono una direttrice del personale, posso capire bene cosa prova una mamma che dice di essere incinta, essendoci passata. E posso capire bene anche l'azienda a cui arriva l'annuncio. Così a maggio 2011 ho deciso di scrivere un decalogo con 10 punti per aiutare le mamme al rientro del congedo. Da quel momento l'ho applicato in modo rigoroso e feroce [a tutte i congedi maternità e poi ai congedi paternità](#).

I risultati sono tutti estremamente incoraggianti: maggiore natalità, maggiore occupazione femminile, maggiore progressione di carriera femminile, minor tasso di assenteismo e di stress a livello organizzativo, maggior coinvolgimento delle persone, maggiore retention dei talenti, maggiore attrattività delle persone.

Con Riccarda Zezza - co-autrice di MAAM Maternity as a Master - abbiamo iniziato a misurare le competenze manageriali prima e dopo il congedo (di maternità/paternità) e abbiamo scoperto che tutte aumentavano molto grazie all'esperienza della cura. Stiamo parlando della capacità di delega, dell'[empatia](#), dell'ascolto attivo, della capacità di darsi delle priorità, di risolvere complessità.

Il periodo Covid poi non ha fatto che confermare la necessità di avere questo tipo di politica a sostegno non solo delle persone, ma anche della produttività e competitività aziendale. La comprensione del valore della cura in azienda è un passo che ci permetterà di avere luoghi di lavoro migliori, più sereni e più produttivi.

*Sonia Malaspina lavora in Danone dal 2011 dove è direttrice Risorse Umane Italia e Grecia. È stata anche speaker al Ted Talk di Legnano nel 2021 e dal 2022 è presidente del comitato scientifico di Winning Women Institute



Poste Italiane celebra la Festa del Papà con una cartolina e un'iniziativa per i propri dipendenti



Un percorso dedicato che ha l'obiettivo di valorizzare le competenze maturate durante l'esperienza genitoriale



La cartolina dedicata alla Festa del Papà

Oltre ad una cartolina filatelica – **acquistabile da oggi al 22 marzo** al prezzo di un euro online sul sito poste.it, nell'Ufficio Postale con sportello filatelico di Asti Dante e negli "Spazio Filatelia" del territorio nazionale – il gruppo **Poste Italiane rende omaggio alla Festa del Papà**, in calendario domenica, **anche con un'iniziativa rivolta ai propri dipendenti.**

L'Azienda ha pensato per le neo-mamme e per i neo-papà, un percorso dedicato "Lifeed" che **ha come obiettivo anche quello di valorizzare le competenze maturate dai dipendenti durante l'esperienza genitoriale**: la gestione del tempo, l'ascolto, la pazienza, l'empatia e la comunicazione. Le capacità e le qualità acquisite come neo-genitori vengono potenziate grazie ad un intenso programma differenziato per fascia d'età che prevede di momenti di dialogo e confronto in azienda.

Alle donne il cambiamento fa meno paura, la ricerca LIFEED

📅 Pubblicato 8 Marzo 2023 | Redazione

La redazione

Le donne sono in grado di vivere con più emozioni positive transizioni di vita, come cambiare lavoro, rispetto agli uomini. In occasione della Festa della Donna, LIFEED, l'Edtech company fondata dall'imprenditrice sociale Riccarda Zezza, premiata da Fortune Italia come "Most Influent and Innovative Woman, rende noti i primi dati dell'Osservatorio Vita – Lavoro.

Secondo i dati emersi dalla ricerca condotta su 100 partecipanti ai percorsi formativi LIFEED si sente più forte nelle transizioni l'84% le donne contro il 70% degli uomini (+14%). Tra tutti, sono le madri ad essersi scoperte più forti grazie alle transizioni, con una percentuale dell'86%. Ma non solo, il 75% delle madri lavoratrici, potendo lavorare sulla propria autoconsapevolezza grazie all'esperienza trasformativa della maternità, ha migliorato le proprie competenze organizzative con un impatto positivo sulla gestione di vita privata e professionale, contrariamente a quello che potrebbe essere il pensiero comune.

«Le donne, quando si trovano ad affrontare delle transizioni, attivano risorse diverse dagli uomini e i dati ce lo dicono in modo chiaro. Sviluppare maggiore consapevolezza rispetto alle competenze che le esperienze della vita ci permettono di allenare è il primo passo per vivere in modo non conflittuale la coesistenza in ognuno di noi di più ruoli» afferma Riccarda Zezza.

«Questo tipo di approccio è contro culturale, va contro il conflitto vita – lavoro spesso citato in occasioni come quella dell'8 marzo. Cambiare rappresentazione e immaginare le donne – ma non solo loro- arricchite dalla coesistenza di vari ruoli è il primo passo per la creazione di una società più inclusiva.»

(Visited 68 times, 2 visits today)

Donna moderna



SOCIETÀ

Child penalty gap: lo svantaggio delle mamme sul lavoro

08 03 2023
Redazione



Lo dimostrano uno studio inglese e uno italiano: le donne guadagnano meno degli uomini. Quando diventano mamme, il divario si allarga. Ecco che cosa è il *child penalty gap* e perché in Inghilterra è nato il "Giorno della paga delle donne"

Mai sentito parlare del *child penalty gap*? Ormai lo sappiamo tutte: le donne sono penalizzate sul lavoro rispetto ai loro colleghi uomini. Più il tempo passa e più la differenza di genere non viene colmata. Tanto che, secondo una ricerca inglese, ormai **le donne lavorano gratis per quasi due mesi all'anno**. Il divario retributivo di genere è di circa il 15 per cento, ma si allarga drammaticamente dopo che si diventa mamme. Il *child penalty gap*, detto anche *motherhood penalty* oppure *maternity gap*, è il costo che le donne che lavorano pagano quando diventano mamme. È la penalizzazione che le lavoratrici subiscono per il fatto di avere uno o più figli.

Le donne lavorano gratis per 54 giorni all'anno

Secondo una analisi del **Trades Union Congress**, in Inghilterra le donne con un lavoro retribuito guadagnano in media 29.684 sterline all'anno, rispetto alle 35.260 all'anno guadagnate dagli uomini. In pratica, le donne in media lavorano gratuitamente per 54 giorni. I dati inglesi rispecchiano quello che succede anche in Italia e nel resto del mondo. Di recente, l'**Osservatorio JobPricing** ha analizzato, insieme a **LHH recruitment solution**, le differenze salariali in base al genere in Italia. Il risultato: nel 2021 il *pay gap* calcolato sulla retribuzione annua lorda nel settore privato è stato di circa l'11,2%. Il che significa una differenza di quasi un mese e mezzo nelle retribuzioni. Si tratta di una vera ingiustizia sociale. Tanto più che il gap si è ampliato nell'ultimo anno dello 0,9%. «Questa è una pessima notizia, non solo per le donne», ha commentato **Riccarda Zezza**, ceo e fondatrice di Lifeed. Ha aggiunto: «Le donne sono in media più istruite a tutti i livelli. Il 59,4% sul totale è costituito da laureate. Hanno performance scolastiche superiori, infatti il 43% delle ragazze ottiene un voto d'esame superiore o uguale a 8, rispetto al 31,7% dei ragazzi. Inoltre, abbandonano meno gli studi: lo fa il 10,5% delle ragazze contro il 14,8% dei ragazzi. Ma in azienda guadagnano meno».

Child penalty gap: le donne hanno contratti più instabili

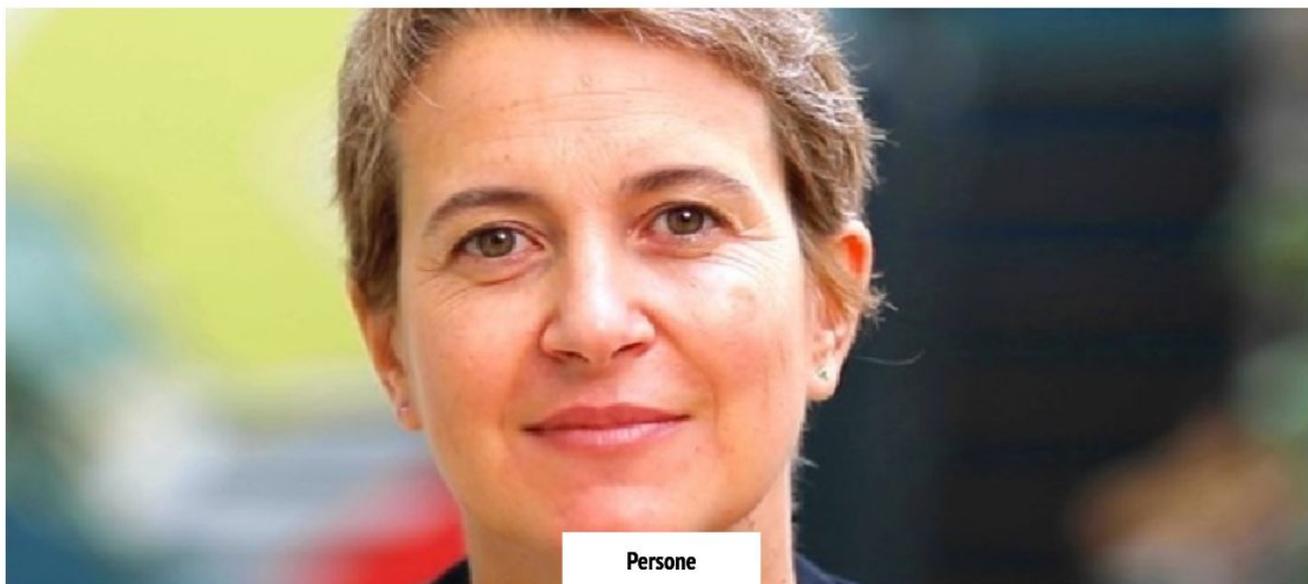
Il *child penalty gap* è figlio di politiche salariali non aderenti ai tempi in cui viviamo, di una cultura patriarcale e maschilista che porta a penalizzare le donne sul lavoro. «È anche frutto di **percorsi individuali accidentati**», ricorda Riccarda Zezza, «Le donne sono quelle che hanno contratti di lavoro più instabili e fragili, quelle che scontano la maternità e quelle sulle cui spalle pesa la maggior parte del carico familiare in termini di cura. Paradossalmente questi elementi rendono invece le donne più forti e con competenze più utili nelle aziende».

Nasce il «Giorno della paga delle donne»

Partendo dal presupposto che le donne lavorano praticamente gratis per 54 giorni all'anno rispetto ai loro colleghi uomini, i sindacati inglesi hanno proposto di rinominare il **54esimo giorno dell'anno** come "**Giorno della paga delle donne**". «Le lavoratrici meritano la parità di retribuzione. Ma agli attuali ritmi di progresso, ci vorranno più di 20 anni per colmare il divario retributivo di genere», ha spiegato **Paul Nowak**, segretario generale del Trades Union Congress. Ha aggiunto: «Non possiamo consegnare un'altra generazione di donne alla disuguaglianza salariale».

Child penalty gap: ecco dove le donne sono più penalizzate

Secondo i dati inglesi, il **divario retributivo** è maggiore per le donne di età compresa tra i **50 e i 59 anni**, che in pratica lavorano gratis 76 giorni all'anno. Per le fasce di età più giovani il *gap* è più ridotto, ma è anche vero che tra i 18 e i 29 anni non tutte sono mamme. Infatti, il divario si allarga una volta che una donna ha un figlio. La ricerca del Trades Union Congress sul *Child penalty gap* ha rilevato anche grandi variazioni nel divario retributivo di genere tra diversi settori. Le donne che lavorano nel **settore finanziario e assicurativo** soffrono di un divario retributivo del 31,2%, l'equivalente di 114 giorni, il che significa che lavorano effettivamente gratuitamente per quasi un terzo dell'anno. Anche nei lavori che tendono ad essere dominati dalle lavoratrici, come l'**istruzione** e la **sanità**, il divario retributivo di genere persiste. In questi settori le donne vengono pagate in media molto meno all'ora rispetto agli uomini, perché hanno maggiori probabilità di svolgere **lavori part-time** o ruoli meno senior. Nell'istruzione, il divario retributivo di genere è del 22,2%, mentre nell'assistenza sanitaria e nel **lavoro sociale** è del 14%.



Persone

Leadership femminile, ecco come cambia

📅 2 Marzo 2023

La leadership non è 'comandare'. L'imprenditrice Riccarda Zezza ci racconta come le caratteristiche di una leadership femminile possono essere un bene per la società

Per le donne è arrivato il momento di proporre il loro stile **leadership**. Spazzando via il paradigma del "capo" tutto d'un pezzo, che non cambia mai idea e che sa sempre cosa fare. E promuovendo, invece, un modello dove c'è spazio per le incertezze, la gentilezza e la cura. Ne è convinta **Riccarda Zezza, imprenditrice e fondatrice di Lifeed**, che racconta a The Good in Town, il suo percorso professionale – e anche come si incrocia con la vita privata – e delinea un nuovo modo di essere leader.

Riccarda Zezza, imprenditrice sociale, innovatrice, mamma: in Italia oggi si può essere tutte queste cose insieme?

“Assolutamente sì e le donne per prime debbono prenderne coscienza. Non per una questione di diritti delle donne, battaglie femministe o altro, ma per il bene della società. Essere più cose assieme è nella natura umana, è **ciò che sviluppa di più i nostri talenti**, che mette alla prova la nostra capacità di portare l'esperienza di un ruolo – per esempio quello di mamma- nell'impresa in cui si lavora. Posso senza dubbio dire di aver allenato le mie capacità di innovazione e gestione delle criticità attraverso l'esperienza

della **genitorialità** più che in qualunque corso manageriale. La società è pronta per mamme imprenditrici o papà amorevoli che non rinunciano al saggio di danza ma sono comunque in carriera? Non completamente. Viviamo ancora spesso i **ruoli** come fossero autoescludenti, a compartimenti stagni. Così non è. E quando emerge **consapevolezza** di questa possibile osmosi tra tutti i ruoli che abbiamo come esseri umani allora si moltiplicano i talenti e le possibilità. I numeri del [Global Gender Gap Report](#) rappresentano un monito in questo senso: l'Italia, che è solo 63esima in classifica, registra una bassissima **partecipazione delle donne al mondo del lavoro**. E questo perché ancora spesso sono percepite (e si auto percepiscono) o mamme, o lavoratrici. Significa che stiamo perdendo come Paese una percentuale altissima di talenti e idee”.

Ci racconta il suo percorso professionale?

“Prima di fondare [Lifeed](#), ho lavorato in diverse multinazionali. **Al ritorno dalla mia seconda gravidanza il mio posto non era più disponibile**. Essere assenti era considerato una debolezza e per una donna che ha appena partorito, o è di nuovo incinta, questo rischia di alimentare un forte **senso di colpa**. Nel caso della prima maternità fu terribile, ma già con la seconda avevo acquisito forza. Decisi così di licenziarmi anche se nessuno fu punito per il **mobbing** che avevo subito. La cosa straordinaria era che io, proprio **dall'esperienza della gravidanza e della maternità, mi sentivo arricchita**: ero diventata più empatica e organizzata, avevo imparato ad ascoltare ed ero diventata una buona motivatrice! Ho provato a capire e a studiare il tema, scoprendo che ci sono moltissimi studi al riguardo. Da qui l'idea di creare un nuovo metodo di apprendimento, raccontato nel libro intitolato **MaaM (Maternity as a Master)**, scritto insieme all'Executive Coach **Andrea Vitullo**, e la scelta di aiutare altre persone- uomini e donne- a valorizzare le proprie esperienze di vita in ambito lavorativo”.

Ha fondato Lifeed, come nasce l'idea e con quale obiettivo?

“Mi sono resa conto che se aiuti le persone a sviluppare maggiore consapevolezza ma non trasformi la **mentalità delle aziende** rischia di essere un lavoro vano. Lifeed nasce proprio per contribuire a fare una piccola rivoluzione. Le aziende che sviluppano le competenze dei propri **dipendenti** a partire dalle esperienze di vita di questi ultimi sono aziende più produttive, dove i lavoratori sono più ingaggiati e più felici. Assieme, imprese e lavoratori, costruiscono così una **società più equa**, più attenta ai bisogni delle persone, più **sostenibile**, più efficiente. Un vantaggio per tutti”.

Oggi le donne fanno fatica ad accreditarsi come leader, forse perché la leadership femminile non risponde ai canoni maschili. Lei che idea si è fatta su questo?

“Penso che **le donne non dovrebbero imitare lo stile di leadership maschile** (che comunque sta cambiando) ma proporre il proprio modo di essere leader. Preservare i vecchi modelli esistenti rappresenta un ostacolo al cambiamento, destinato ad essere presto o tardi spazzato via. Il **cambio di paradigma** lascia sul terreno alcuni vecchi ‘miti’, come quello del leader che sa sempre cosa fare, non cambia mai idea, decide per tutti. Non è più così. C’è spazio per l’incertezza, l’esitazione: **il dubbio è sano** e fa prendere decisioni migliori nel lungo periodo. La gentilezza e la cura sono caratteristiche di una leadership forte, tipicamente femminile- non più intesa come comando e controllo, ma come **presenza fondata su ascolto ed empatia**. Anche in questo, il cambiamento è in atto, sotto i nostri occhi, e va assecondato”.

il venerdì



LUIGI NARICI / AGF X2

Piccole donne tra lavoro e famiglia

AL TEATRO MERCADANTE DI NAPOLI
ANDRÀ IN SCENA L'8 MARZO
#CALLFORWOMEN DI IPPOLITA DI MAJO
di **Conchita Sannino**

LUCE ACCESA. Registrazione in corso. «Io la decisione l'ho presa». Addio ufficio. Dopo il secondo figlio, se non hai asilo nido, se non ci sono i nonni e non basta la baby sitter, rinunciare è l'unica scelta. «All'improvviso non ero capace di conciliare lavoro e famiglia. Non ero capace o era impossibile?», si chiede Meg, rivolta al pubblico. Pausa. «Non ero capace, la prova era evidente». Meg è solo una delle tante che devono mutilarsi pezzi di vita. Le altre, di contro, rinunciano alla maternità. Quattro storie, Meg, Giò, Emi e Bet. La versione 4.0 delle *Little Women* di Alcott, stessi nomi di quelle ragazze ardenti, mai passate di moda. Le loro voci raccontano e picchiano, non senza ironia e leggerezza, nel testo che Ippolita di Majo – raffinata autrice per cinema e teatro, Nastro d'argento per la sceneggiatura di *Nostalgia*, con Martone – porta sulla scena per l'8 marzo. *#Callforwomen* debutta al Mercadante di Napoli con un poker d'attrici di rango: Donatella Finocchiaro, Anna Ferzetti, Caterina Guzzanti e Valentina Bellé, per la regia di Paola Rota. Un'occasione che Roberto Andò, direttore dello Stabile, non si è lasciato sfuggire (l'incasso dell'8 sarà devoluto a una coop di donne): e al suo appello hanno aderito, con lo stesso testo in contemporanea, il Nazionale di Roma, il Franco



Da sinistra,
**Donatella
Finocchiaro**,
Ippolita di Majo,
Anna Ferzetti,
Paola Rota,
Caterina Guzzanti e
Valentina Bellé

Parenti di Milano, il Biondo di Palermo, il teatro Gobetti di Torino.

«Già da anni facevo collezione delle battute e dei luoghi comuni sulle donne. Ma questo testo è nato dalla rabbia. In Italia si parla poco o molto male del rapporto tra donne e lavoro», sottolinea di Majo. «Poi nel blog di **Riccarda Zezza**, sul *Sole 24 Ore*, ho approfondito storie e numeri inaccettabili. Nel 2016, il 78 per cento delle dimissioni da posto fisso erano di neo-mamme. Nel 2020, quelle che hanno gettato la spugna sono salite a 30 mila. E la metà ha spiegato: non posso tenere insieme maternità e lavoro». Le sue "piccole donne" si alternano su uno sgabello, si aprono. Emi è stata fatta fuori da una grossa azienda: «Non è possibile essere una brava mamma e una brava manager. Dedicati a tuo figlio, alla tua famiglia». A Bet è toccato il surreale colloquio di lavoro: «Hai intenzione di sposarti, di avere dei figli? Soffri di sindrome premenstruale?». Giò invece fa i conti con un rimpianto: «Non è vero che si possono fare i figli a 40 o a 50». Con qualche battuta fulminante: «Solo gli omosessuali ormai hanno l'ansia della paternità». Attraverso i dati concreti, *#Callforwomen* consegna l'impetosa fotografia di un Paese «drammaticamente arretrato».

Battaglie che la sinistra ha eluso? «Ammesso che la sinistra sia riconoscibile. Ma questa battaglia dovrebbe essere di tutta la società civile». Che cos'è oggi il femminismo? «Una pratica quotidiana di sorellanza, l'idea di una leadership femminile in cui l'empatia si sostituisca all'autorità, e l'istinto verso la vita e la cura diventino modello a cui attingere». E questo tornare al teatro, quanto deve al fortunato adattamento de *Il filo di mezzogiorno*, di Goliarda Sapienza? «Molto. La sua scrittura è stupenda, lei pure. E mi ha dato il coraggio». □

Donna moderna



Essere in forma e in buona salute, ma soprattutto stare bene con se stesse. Avere un lavoro che le soddisfi, purché non fagociti il resto. Inamorarsi a tutte le età. Sposarsi, anche no. In occasione dei [35 anni del nostro giornale](#), abbiamo realizzato una grande indagine tra le italiane. Come stanno? Quanto sono cambiate? Quali desideri hanno? Ecco cosa ci hanno risposto

Il nostro sondaggio

Se li guardi dal punto di vista della tua vita, 35 anni sembrano un'eternità. Ma se li guardi dal punto di vista delle donne e dei cambiamenti della società non sono poi così tanti.

«Sono poco più di una generazione» spiega Marta Villa, antropologa culturale del dipartimento di Sociologia dell'Università di Trento. Ma perché parliamo proprio di 35 anni? Perché nel marzo del 1988 nasceva il nostro giornale. Un compleanno che abbiamo voluto celebrare con un **sondaggio realizzato con l'istituto di ricerca Swg, che ha coinvolto oltre 1.000 italiane**, per capire chi sono le donne "moderne", di cosa hanno bisogno, quali desideri hanno. Non a caso abbiamo scelto la parola desideri che in latino - de-sidera - significa "in mancanza delle stelle". Quelle stelle che erano la rotta luminosa per i naviganti: se scompaiono, diventa difficile trovare la strada, se non inventandone una nuova, tutta nostra, che ignora le mappe già tracciate, che ci rende più felici e più consapevoli.

Ecco i risultati del nostro [sondaggio](#).

La consapevolezza è il punto di partenza per il cambiamento



Ottavia Marchiori

Proprio la consapevolezza è il punto di partenza per il cambiamento. E il punto di svolta rispetto alle donne di 35 anni fa. «In questi anni abbiamo acquistato il senso dell'ironia. Ridiamo, anche di noi stesse. E ridere vuol dire amarsi, avere più rispetto di sé» spiega la scrittrice Lidia Ravera, che di cambiamenti in fatto di diritti delle donne ne ha visti molti e che adesso è in libreria con *Age Pride* (Einaudi). **La consapevolezza è la prima tappa di un lungo viaggio che ci ha portato a essere quelle che siamo oggi.** E a desiderare ciò che vi raccontiamo in queste pagine.

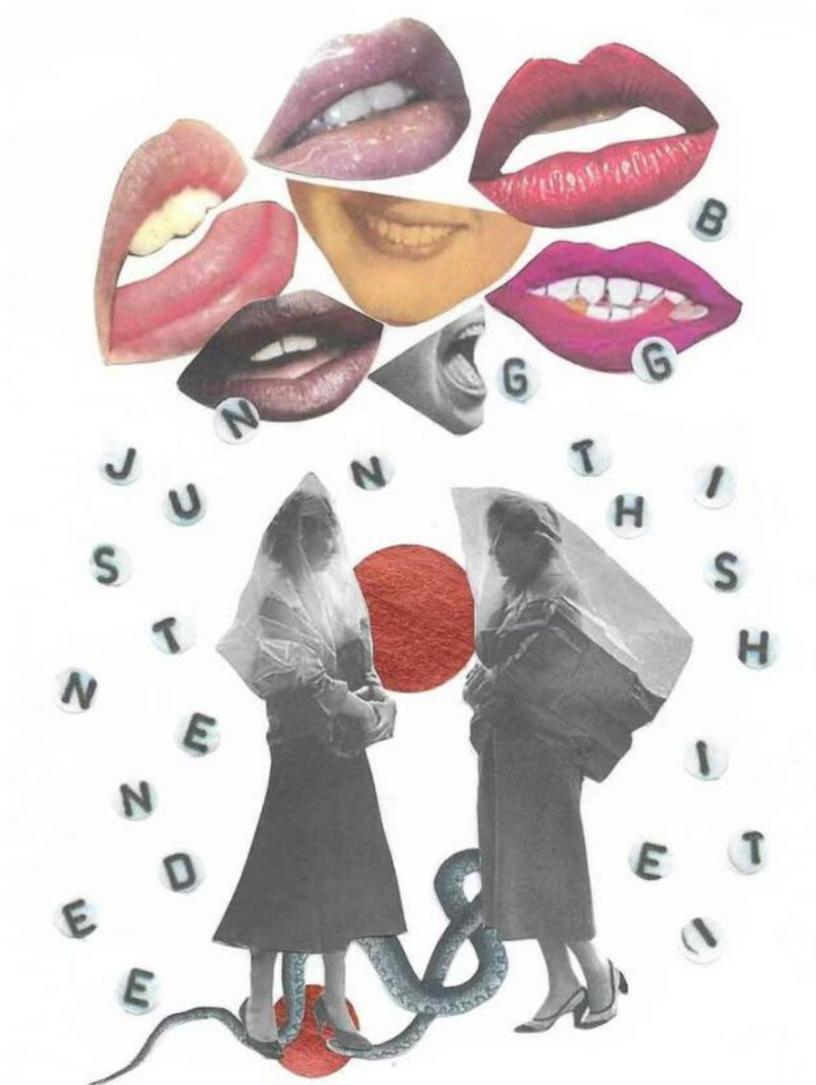
La salute prima di tutto

Per iniziare abbiamo chiesto alle donne italiane di immergersi nella loro vita ideale e di scattarne un selfie per riuscire a individuare la “costellazione” di valori e priorità. **Al primo posto, per il 59%, c'è la salute, seguita da famiglia e rispetto, quel riguardo verso noi stesse** di cui parla Lidia Ravera. «Negli ultimi 10 anni la salute è uno dei temi centrali, e ha acquisito ancora più importanza con il Covid. Per salute si intende sia “Non posso ammalarmi”, perché la malattia in una società capitalista e competitiva come la nostra è considerata una disabilità dato che ci impedisce di essere produttive, sia - soprattutto - la cura del corpo» spiega l'antropologa Marta Villa. Un'attenzione costante al nostro benessere che emerge anche da un altro dato: tra le cose che noi donne vorremmo, in particolare quelle della Generazione X, tra i 43 e i 58 anni, c'è **una forma fisica migliore**. «All'epoca delle nostre nonne e delle nostre mamme non esisteva questo attaccamento alla cura della propria persona. Loro erano più sensibili all'appartenenza a un'ideologia, alla costruzione culturale e collettiva del sé» dice Villa. «Quando poi le ideologie tramontano e, come in questo momento, non abbiamo più schemi sicuri in cui incasellare la realtà, l'individualismo prende piede e il nostro corpo diventa il centro».

Essere belle (ancora...)

Pensavamo, o forse speravamo, che fosse superato, ma i dati - che vanno dal 61 al 67% a seconda delle generazioni - dicono il contrario: il tabù principale per noi donne, in primis per la Generazione X, resta ancora la bellezza. L'età, il sesso, il genere, anche se parzialmente, vengono accettati. **Ma il corpo, le rughe, le smagliature, nonostante l'ondata body positive, ci perseguitano: quel «Sei brutta», «Sei grassa » che ci dicono o che ci scrivono sui social resta incollato addosso**. E forse siamo ferme lì perché il nostro corpo non è mai solo nostro. Non abbiamo deciso le sue forme, si ammala e muore anche se noi non lo vogliamo. «Ma soprattutto è sempre guardato, fotografato, giudicato» spiega l'antropologa Marta Villa. «Anche se le ragazze oggi hanno un'immagine di loro non “svalutativa” come l'avevamo noi, non si percepiscono cioè inferiori rispetto ai loro compagni maschi, sono insicure» continua Lidia Ravera. «Perché si sentono di “dover essere”, imprigionate in un mucchio di stereotipi di comportamenti e di progetti futuri che la società impone, per esempio avere dei figli. Ma anche perché non hanno ancora fatto quel passaggio da oggetto del desiderio a soggetto che decide, sceglie, corteggia».

Un lavoro che ci appaghi



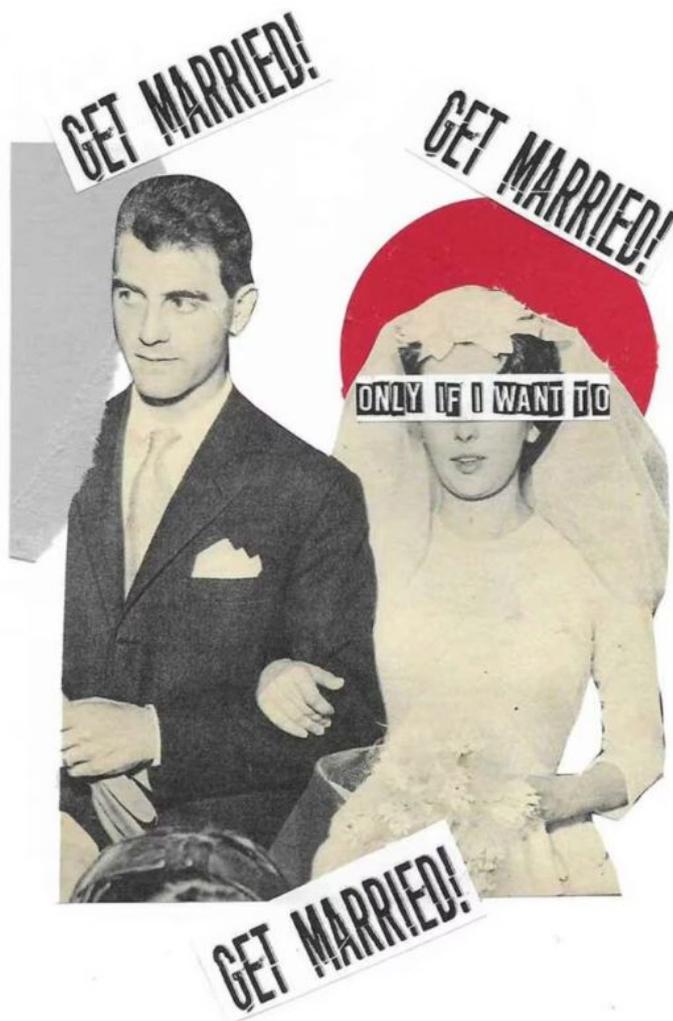
Se la bellezza resta in cima alla top ten delle nostre priorità, il lavoro è solo settimo. «Anche negli anni passati, pur non essendo così in basso nelle classifiche, non era mai comunque ai primi posti» spiega l'imprenditrice Riccarda Zezza, Ceo di Lifeed, azienda che sta cambiando il mondo del lavoro trasformando le esperienze di vita in competenze funzionali alla crescita delle persone e delle imprese. «Veniva sempre dopo qualcosa, di solito dopo la famiglia, nonostante il modello di donna in carriera fosse quello predominante». A cambiare oggi, però, sono due cose: da un lato, la nostra maggiore consapevolezza che ci fa dire, finalmente ad alta voce e non più sussurrandolo, che il lavoro conta ma fino a un certo punto; dall'altro, il senso stesso del **lavoro, che non è più**

tempo in cambio di denaro, ma un'attività che ci deve far stare bene, piacere, insegnare cose nuove, far crescere. La stabilità economica, lo stipendio elevato, il successo e il prestigio lasciano quindi spazio alla conciliazione della carriera con le passioni (54%), all'opportunità di apprendere (35%), alla possibilità – per scelta o per necessità – di preservare lo spazio della propria vita privata (43%). «Il lavoro oggi da noi donne viene visto come scelta, come ricerca di senso, di scopo, come qualcosa che ti colloca nel tempo che stai vivendo, che ti realizza come persona. Un po' come succede con la maternità» aggiunge Zezza.

Prendere il potere. Per cambiarlo

Nonostante il senso del lavoro si stia trasformando per lasciare più spazio alla soddisfazione personale, siamo tutte d'accordo nel dire che ancora oggi il mondo del lavoro non presta sufficiente attenzione alle esigenze di noi donne, in primis perché il peso della famiglia è tutto sulle nostre spalle (lo dichiara il 65% delle intervistate). Ma anche qui c'è stato uno scatto in avanti. «La nostra maggiore consapevolezza ci ha fatto capire che le difficoltà che continuiamo a incontrare nel lavoro non dipendono da noi perché non siamo abbastanza ambiziose o abbastanza competenti, come si pensava 30 anni fa. È il sistema che non funziona. E proprio per questo **noi donne abbiamo la responsabilità di prendere il potere. Per cambiare paradigma**, per inventare un modo nuovo che ci consenta di distribuire il carico emotivo e mentale delle responsabilità » spiega l'imprenditrice Riccarda Zezza. «Perché se lo prendiamo per tenerlo lì, il potere ci distrugge». Come è successo alla premier neozelandese Jacinda Ardern e a quella scozzese Nicola Sturgeon, che si sono dimesse.

Amore sì, matrimonio ni



Cos'è il matrimonio oggi? Qualcosa di molto diverso rispetto alla generazione delle nostre mamme per cui era un obiettivo, un modo per sentirsi riconosciute dalla società. Adesso è un coraggioso patto di amore per il 55% delle ragazze della Generazione Z (tra i 18 e i 26 anni) - coraggioso forse anche perché la fedeltà arriva penultima nella lista dei valori - ma soprattutto una tutela legale (per il 47% della Generazione X). **«Siamo tornati indietro di migliaia di anni, a quando, come succede ancora oggi in altre culture, il matrimonio era semplicemente un contratto.** Nei decenni passati ci eravamo fatte prendere dal romanticismo e dall'idea del principe azzurro. Ma adesso il pensiero razionale prevale» spiega Villa. E in qualche modo questo ritorno al matrimonio come contratto è legato all'importanza del rispetto dei nostri diritti e di quelli dei nostri figli, soprattutto in questo momento di crisi e di transizione. Ma le donne comunque vogliono ancora innamorarsi e si mettono in gioco per trovare l'amore, soprattutto la Generazione Z

e le Millennials (27-42 anni), che non si vergognano a usare app di incontri, lasciare il numero di telefono a uno sconosciuto o a iniziare una nuovo hobby per conoscere qualcuno.

E ora, uno sguardo al futuro



Ottavia Marchiori

Questo viaggio attraverso i nostri desideri e le nostre priorità sta per finire. E le donne – ne siamo fiere – ne escono bene. Siamo più consapevoli, più attente, più libere, più determinate. Vogliamo essere in forma, innamorarci, avere un lavoro che ci piaccia e che ci lasci tempo, la cosa forse che ci manca di più, visto che 2 su 5 si lamentano di non averne a sufficienza da dedicare a se stesse e alle amicizie. Vogliamo stare bene, divertirci. **«Con il crollo delle grandi ideologie, non c'è più niente che ti trascende.»**

Non c'è Dio, non c'è il partito. C'è solo la tua vita. Che, in una società angosciata ma gaudente come la nostra, fai di tutto perché sia bella, felice, piena, appagante, attiva anche nel terzo e quarto tempo» conclude Lidia Ravera. Ma i nostri desideri non riguardano solo noi stesse, hanno un respiro ampio: vogliamo una società più giusta, con la parità di genere, l'ambiente e la qualità della scuola al centro. E in questo le adulte si alleano con le ragazze della Generazione Z, che insegnano nuovi valori, che goccia dopo goccia riescono a modificare la cultura, che tentano di sgretolare l'individualismo, parlando di persone, rispetto, collettività e mettendo al centro i diritti delle persone Lgbt+ (61%) e dei migranti (55%). Per una società più inclusiva.

Il potere delle parole

Le parole sono il mezzo più potente che abbiamo per esistere prendere coscienza dei cambiamenti, raccontarli. Lo sa bene la sociolinguista Vera Gheno, adesso in libreria con *Parole d'altro genere* (Bur Rizzoli), un saggio su come le scrittrici abbiano cambiato il mondo. «La lingua è viva, si arricchisce ogni giorno grazie al rapporto di circolarità che ha con la società». Però non dobbiamo cadere nel mito che se si cambiano le parole si cambia la realtà: non è così. «Certo, le parole hanno un potere maggiore di quello che pensiamo. Ne abbiamo bisogno per esprimere il nostro pensiero; per dare forma a noi stessi; per metterci in relazione con gli altri; per nominare le cose che ci circondano».

Quando una cosa viene nominata si vede meglio. Quindi, il primo passo perché la lingua possa raccontare i cambiamenti sociali è nominare senza paura, senza quel «terrore semantico» di cui parlava Italo Calvino. E in questo, rispetto a 30-35 anni fa, abbiamo vissuto grandi cambiamenti, perché la globalizzazione ha reso più piccolo il nostro mondo e noi siamo stati "costretti" a nominare di più. C'è però un altro passo da fare: «Bisogna tenere in considerazione i desideri di chi si nomina perché le parole, se da un lato possono velocizzare i cambiamenti, dall'altro li possono cristallizzare» dice l'esperta. Un esempio di accelerazione? «Il linguaggio "ampio", come lo chiamo io, che per i ragazzi della Generazione Z è ormai un dato di fatto. "È ovvio che dobbiamo parlare di fluidità di genere se è quello che viviamo" dicono». Ed è ovvio che si stia cercando un modo per non esprimere solo il genere maschile o femminile e indicare le persone non binarie, come per esempio lo schwa, la desinenza neutra. Quali parole, invece, rallentano? «Per esempio l'espressione "famiglia naturale", infatti nel vostro sondaggio usate giustamente "famiglia tradizionale", perché naturale implica che ci sia un ordine che non può essere sovvertito». E qui Vera Gheno ci fa un piccolo rimprovero: «Al posto di "utero in affitto" sarebbe stato meglio usare sempre "maternità surrogata", perché nell'espressione "utero in affitto" è già insito un giudizio negativo. Un po' come succedeva con la parola "invertito"». Giusto, d'ora in poi faremo più attenzione.



FOOD & COMUNICAZIONE

Mondelēz: in azienda il 51% di manager donne

Publicato 16 Febbraio 2023



Mondelēz International, leader globale nel settore snacking, promuove da anni una cultura aziendale fondata sulla valorizzazione delle persone a 360° e aperta ai temi della Diversity, Equity & Inclusion (DE&I). A testimonianza di questo impegno, Mondelēz International Italia entra in Valore D: la prima associazione di imprese virtuose in Italia – oltre 330 ad oggi, per un totale di più di due milioni di dipendenti e un giro d'affari aggregato di oltre 500 miliardi di euro – che favorisce l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita delle aziende e del Paese.

Grazie alla collaborazione con Valore D, Mondelēz International potrà arricchire ulteriormente le proprie politiche DE&I accedendo a campagne sociali di sensibilizzazione, programmi di formazione, mentoring, strumenti di valutazione e condivisione delle best practice delle aziende che compongono il network.

Grazie alla collaborazione con Valore D, Mondelēz International potrà arricchire ulteriormente le proprie politiche DE&I accedendo a campagne sociali di sensibilizzazione, programmi di formazione, mentoring, strumenti di valutazione e condivisione delle best practice delle aziende che compongono il network.

*“Ad accreditare la partnership tra Mondelēz International e Valore D sono innanzitutto i numeri – ha affermato **Roberta Candileno**, responsabile risorse umane di Mondelēz International per l'Italia – Il 51% dei manager della nostra azienda è di genere femminile e questa statistica positiva permea tutti i livelli dell'organizzazione, con il Leadership Team italiano composto per il 46% da donne. Equilibrio che trova conferma anche nella parità retributiva basata sul ruolo, sulle competenze e sull'anzianità”.*

L'importanza di un ambiente di lavoro equo e inclusivo è stata recentemente ribadita dallo studio Rethink & Broaden Diversity, Equity, and Inclusion to create competitive advantage elaborato da Boston Consulting Group, secondo il quale il 76% dei lavoratori considera le modalità di gestione delle policy DE&I un fattore chiave. Nonostante ciò, la ricerca sottolinea come solo il 24% delle imprese contempli obiettivi relativi a questi ambiti all'interno della propria business strategy.

Mondelēz International promuove una people agenda dagli anni '90, arricchendo le azioni e i programmi implementati grazie all'ascolto diretto delle persone. Con il tempo, l'azienda è così riuscita a coinvolgere gruppi volontari di dipendenti e oltre 50 DE&I Ambassador che si occupano di sensibilizzare i colleghi sulle tematiche connesse alla parità di genere, all'inclusione, alla salute mentale e al divario generazionale.

Le DE&I Weeks rappresentano ormai un appuntamento fisso, con il loro palinsesto di interventi per riflettere e aumentare la propria consapevolezza sulle molteplici prospettive legate alla diversità.

Un'occasione anche per approfondire gli impegni assunti dall'azienda come, per esempio, "Mondelēz Made Right – Prendersi cura di chi ha cura" che negli anni ha visto un'evoluzione dalle politiche rivolte alla maternità, a quelle rivolte a tutta la famiglia e quelle per i caregivers.

L'azienda infatti vuole riconoscere e valorizzare le diverse dimensioni identitarie, perché solo attraverso la sinergia vita-lavoro si aumenta l'engagement delle persone.

Inoltre, lo scorso anno l'azienda ha introdotto un nuovo approccio d'avanguardia al lavoro denominato "Workplace of the Future" basato sugli elementi di fiducia, responsabilità e flessibilità dei luoghi e i tempi di lavoro attraverso l'introduzione della settimana corta.

In un'ottica di approccio olistico al benessere, i programmi dell'azienda sono particolarmente dedicati alla Mental Health – per affrontare lo stigma e abbattere falsi miti – attraverso gli strumenti di EAP e corsi dedicati a sviluppare una leadership a misura di benessere psicologico

Grazie alle politiche aziendali introdotte negli anni, nel 2022 Mondelēz International in Italia ha ricevuto il riconoscimento di Caring Company® 2022, premio conferito da Lifeed alle aziende che favoriscono la sinergia tra vita e lavoro, promuovono modelli di caring leadership e valorizzano le persone nella loro diversità.

Nello stesso anno, arriva anche il riconoscimento da parte dell'Osservatorio HR Innovation Award del Politecnico di Milano, che premia l'azienda in occasione dei HR Innovation Award 2022 per la categoria Valorizzazione delle diversità, inclusione e benessere.

FORTUNE | ITALIA

ITALIA, LAVORO

Giovani e lavoro, manca la voce della generazione dimenticata

BY LORENZA FERRAIUOLO
FEBBRAIO 12, 2023



“La settimana scorsa ero a un convegno di amministratori delegati”. **Riccarda Zezza** è imprenditrice sociale, innovatrice e – tiene a sottolinearlo – mamma. Nel 2015 ha fondato ‘Lifeed’, una società di education technology che trasforma le transizioni di vita e le relazioni di cura in momenti di apprendimento e di sviluppo delle competenze soft. Ma da sempre **si batte per donne, giovani e lavoro**. Quando le chiediamo se il video (diventato virale) dell’**ingegnera di 27 anni che ha rifiutato uno stipendio da 750 euro** lo ha visto anche lei, risponde: “Certo”. E poi comincia a raccontare di un convegno. Secondo Zezza, dell’intera vicenda di **Ornella Casassa** – questo il nome della protagonista del video – è **sfuggito a molti un punto cruciale**.

“L’argomento del convegno era, neanche a dirlo” ride, “giovani e lavoro”. “In sala c’erano **cinquanta uomini bianchi tra i 50 e i 60 anni**. E a un certo punto mi hanno chiesto di parlare perché avevano bisogno di ascoltare qualcuno che fosse diverso da loro: **una persona bianca di 50 anni ma donna**”.

“Mi sono sentita una rappresentante della ‘categoria giovani’ in quanto femmina. Ma la cosa che mi ha davvero stupito è che chi era lì dentro, fino a quel momento, si era arrovelato attorno a un discorso retorico che non avrebbe portato a nulla. **Che senso hanno incontri del genere se poi i giovani neanche ci sono?** Gli spunti di riflessione dovrebbero partire da chi lo desidera, il cambiamento. O no?”, cerca di provocare. E ci riesce benissimo.

La verità è che la domanda di Zezza spiazza. E ci mette davanti a due facce della stessa medaglia che per definizione non possono incontrarsi, e allora dialogare. I giovani non erano presenti perché non invitati o perché se ne fregano fin quando hanno le spalle coperte dai genitori? Viene da domandarsi.

Il video di Ornella, la giovanissima che si è lanciata in uno sfogo sulla situazione sua e di tanti altri costretti ad accettare “**stipendi da fame**”, ha fatto scalpore e ha scaturito reazioni contrastanti per una serie di ragioni. Tra chi l’ha accusata di essere viziata (“Con 750 euro puoi viverci benissimo”) a chi le critiche le ha mosse a un sistema che agisce dall’alto: costruito su **basi paternaliste preconcrete**.

Ma l’aspetto più importante, sostiene Zezza, è proprio questo. “Emerge tutto il gap. Il buco che c’è dall’una e dall’altra parte. **Sono i capi che occupano i piani alti a non essere disposti a scardinare un sistema ingiusto, oppure c’è poca mobilitazione da parte dei diretti interessati?** La risposta è: entrambe le cose”.

Quella dei ‘giovani di oggi’ è una generazione precaria. Contraddistinta dalla condivisione di uno svantaggio, in termini socio-economici, rispetto alle generazioni precedenti: **dalla disoccupazione, alla differenza tra i redditi, alle condizioni contrattuali e alle tutele con cui si relazionano all’esperienza lavorativa, fino alle pensioni**. Una generazione che tuttavia, ritiene Zezza, “pare non mobilitarsi abbastanza per i propri diritti”. Casassa ha fatto parlare di sé perché il suo messaggio è stato forte, ma anche perché è stata una delle poche ad esporsi. “È **una voce sola**. Sotto i trent’anni, e a volte anche dopo, **ci hanno abituati a tenere il capo chino e ad accettare**. Tutto”.

Il leitmotiv sembra essere: “L’Italia è il Paese dei mammoni”. Consapevoli. La stessa ragazza ha ammesso di aver rifiutato l’offerta solo poiché poteva permetterselo, in quanto i genitori le avrebbero rimesso un tetto sulla testa se avesse perso l’affitto. “Che con 750 euro in una città come Milano di certo non puoi coprire. Oppure sì, ma morendo di fame”, sbotta l’imprenditrice.

Altri ragazzi avrebbero dovuto accettare. Perché ci hanno insegnato che le occasioni sfuggono e di fatto è così. “Non voglio dire che succede solo nel nostro Paese, ma quasi. A 27 anni sei adulto. **Se però hai davanti una nazione paternalista come la nostra ti continueranno a trattare da figlio che ha una vita non autonoma** finché potranno. E non fa bene a nessuno, Stato compreso. Al lavoro ti danno il contentino. **Sembra che pagando, anche poco, ti facciano un favore.** Ma tu stai svolgendo il tuo lavoro! Quei pochi che si ribellano se non ce la fanno vanno via. E poi c’è chi piange e grida alla fuga dei talenti”.

In Italia ci formiamo tanto. Lauree, specializzazioni, master. “**La formazione è importante ed è un investimento, non tempo perso**”, precisa Zezza. Ma bisogna che sia accompagnata da una cultura che veda i giovani adulti come **giovani adulti che contribuiscono**. E che ci credono.

Se la voce si alza anche da chi sta in basso il cambiamento diventa più rapido. Il problema è che spesso i giovani vengono tenuti in silenzio perché ritenuti **poco capaci** o peggio, **sono proprio i giovani a non protestare** e ad abituarsi all’accettazione passiva. “Gli si dice: ‘Prendete ciò che viene’. E loro lo prendono, anche quando non è ciò che vogliono e sanno di subire un’ingiustizia”, dice ancora Zezza. “Così crescono, non sono più giovani e viene detto loro che non sono più in tempo per parlare. **Non è mai il momento opportuno**“. Ma se non c’è né confronto né collaborazione tra le parti, come destrutturare il sistema?

“Innanzitutto, **il sistema non riuscirai mai a individuarlo nella singola persona** perché presi uno ad uno tutti si appellano al buon senso. Sicuramente non è un problema solo italiano. Nel mondo ci sono dati che riportano il divario salariale tra i capi d’azienda e i dipendenti, per cui si arriva a **moltiplicatori di dieci e venti volte di differenza** tra il salario di chi inizia a lavorare e quello di un direttore”, spiega Zezza.

Non si sta distribuendo la ricchezza in modo sano. La povertà aumenta. E come sempre: a pagarne le spese sono i giovani e le **donne**. Secondo uno studio dell’Osservatorio JobPricing in collaborazione con Lhh Recruitment Solution (Gruppo Adecco) citato da Zezza, **in Italia è come se le lavoratrici iniziassero addirittura a percepire lo stipendio l’11 febbraio**, lavorando regolarmente dal 1° gennaio.

Nel 2021 il pay gap calcolato sulla Ral annuale in Full Time Equivalent (Fte) nel settore privato (ad esclusione di sanità e istruzione private) è stato dell'**11,2%** (3.500 €) e del **12,2%** (3.800 €) considerando la Rga (Retribuzione Globale Annuale, comprensiva cioè della parte variabile).

Le aziende e le organizzazioni come le imprese sociali si danno nel loro codice etico un massimo moltiplicatore che ci può essere tra il livello più basso e quello più alto. **“Va messo un tetto sopra per alzare il pavimento sotto.** E siccome il tetto devono metterlo quelli che stanno sopra...”, Zezza non prosegue e lascia intendere.

Il dramma è che il “fantomatico sistema”, come lo definisce la founder di Lifeed, regge perché **non c'è abbastanza pressione all'interno di nessuno strato sociale.** Le donne forse si fanno sentire un po' di più, ma i giovani molto poco. E per questi ultimi poi, le famiglie fungono da ammortizzatore.

“Se si creasse almeno un cordone, com'è che si dice? L'unione fa la forza”, commenta Zezza, che poi aggiunge: “Le maggiori sfide”, ça va sans dire, “adesso spetteranno al Governo”.

Nel contesto attuale, a livello economico è come se fosse stato stabilito che ad interessarci sia di più il **breve termine**, che ripaga più velocemente. “In teoria le istituzioni dovrebbero mettere delle strutture, o così era quando studiavo io. In alternativa succederà che presto ci si accorgerà che con proposte come quelle fatte ad Ornella, **si tratteranno solo quelle persone che non possono permettersi di scegliere.** Perdendo ragazzi e ragazze validi”.

“Questa non è una questione di genere. **È una questione generazionale**”, chiosa Zezza. **Ai tavoli tematici organizzati dai 'grandi' per discutere di lavoro, andrebbero invitati i 'giovani'. E i giovani dovrebbero pretendere di essere invitati.** È banale: ma saranno i grandi di domani.

la Repubblica

Gender pay gap, una donna lavora da inizio anno ma guadagna soltanto da oggi

a cura della redazione Economia



Fino a ieri, una donna ha lavorato gratis in Italia. Da oggi comincia a guadagnare per quel che fa, proprio così come è accaduto da inizio anno al suo collega uomo.

Il dato è quello dell'Osservatorio JobPricing che, insieme a LHH recruitment solution, [aveva indagato le differenze salariali in base al genere](#). Ricavandone che nel 2021 il **pay gap calcolato sulla retribuzione annua lorda nel settore privato è stato dell'11,2% (3.500 euro) e si sale al 12,2% (3.800 euro) comprendendo la parte variabile**. Che significa appunto una differenza di quasi un mese e mezzo di retribuzioni, una "vera e propria ingiustizia sociale" per l'ad sud Europa di Lhh, Luca Semeraro, che però invita anche le donne a scardinare il circolo vizioso che osserva nei processi di selezione in ambito executive e middle management: una minore propensione alla trattativa economica delle donne come se pesasse anche su di loro il retaggio culturale che le vede penalizzate.

Un gap, quello delle donne rispetto agli uomini, che si è ampliato nell'ultimo anno dello 0.9% "e questa è una pessima notizia, non solo per le donne. Le donne sono in media più istruite a tutti i livelli (59,4% di laureate sul totale), hanno performance scolastiche superiori (il 43% delle ragazze ottiene un voto d'esame superiore o uguale a 8, rispetto al 31,7% dei ragazzi) e abbandonano meno gli studi (10,5% delle ragazze contro il 14,8% dei ragazzi). Ma in azienda guadagnano meno", rimarca in una nota Riccarda Zezza, ceo e fondatrice di Lifeed che ha commentato l'indagine dell'Osservatorio JobPricing.

"Questo trend - ricorda ancora Zezza - è figlio sì di politiche salariali non aderenti al tempo, ma è anche frutto di percorsi individuali accidentati. Le donne sono quelle che hanno contratti di lavoro più instabili e fragili, quelle che scontano la maternità e quelle sulle cui spalle pesa la maggior parte del carico familiare in termini di cura. Paradossalmente questi elementi rendono invece le donne più forti e con competenze più utili nelle aziende". Secondo l'Osservatorio Vita Lavoro di Lifeed, ad esempio, valorizzare la genitorialità consente di far emergere talenti che, per il 70% sono espressi solo nei ruoli personali.

ESG NEWS



Governance

Risultati ESG

Crédit Agricole Italia: utile netto in crescita, spinta su inclusione e diversity

Crédit Agricole Italia (CA Italia) chiude i conti al 31 dicembre 2022 con un **utile netto consolidato pari a 433 milioni** (+22% rispetto alla fine del 2021) e che si attesta a 559 milioni di euro includendo gli effetti del riallineamento fiscale una tantum e gli oneri derivanti dall'acquisizione di Creval. L'istituto bancario francese ha registrato una crescita della redditività con i **proventi dell'anno che superano i 2,5 miliardi di euro**, in aumento del +2% , sostenuti dal contributo del margine di interesse in aumento del 6% rispetto a quello dell'anno scorso (adjusted). Il gruppo spinge su iniziative di inclusione, diversity e formazione, oltre che portare avanti il proprio impegno a supporto della transizione climatica dei territori.

Persone, Formazione e Diversity & Inclusion

Nel corso del 2022 Crédit Agricole Italia ha posto attenzione e rafforzato l'impegno per le persone, nella formazione, e nelle tematiche Diversity & Inclusion.

L'impegno per le persone di CA Italia

CA Italia, in linea con il programma di rinnovo generazionale *Next Generation*, ha realizzato circa 700 assunzioni di cui 620 hanno interessato giovani under 35 e ha proseguito il lavoro di integrazione nel gruppo di persone con profili diversificati: digitali, tecnico scientifici ed umanistici, supportato da mirate iniziative di onboarding e formazione, che hanno visto collaborare l'istituto bancario con tutti i principali Atenei Universitari.

Sono inoltre proseguite le iniziative di inclusione intergenerazionale, che hanno interessato sia i giovani entrati in azienda, sia i manager. Il gruppo è tra le aziende italiane che hanno ottenuto la certificazione [Top Employer 2023](#) e rientra nel sempre più ristretto gruppo di "Aziende best performers nazionali nel mercato del Lavoro" certificate per il quindicesimo anno consecutivo. Tra le misure più importanti, si legge in nota, l'erogazione di un contributo straordinario welfare del valore di 500 euro, a favore di tutto il personale con esclusione dei dirigenti, oltre a maggiore contributo alla copertura sanitaria e nuove condizioni bancarie agevolate. Tali misure si aggiungono all'innalzamento del congedo parentale per i padri, che da gennaio 2023 possono fruire di 20 giorni di congedo retribuito al 100% (che diventeranno complessivamente 28 giorni nel 2024).

La formazione

Nel 2022 sono state erogate oltre **600.000 ore formative**, pari a circa 80.270 giornate lavorative e una media di 47 ore di formazione pro-capite. Sono stati messi a disposizione oltre 850 corsi sulla piattaforma di e-learning Digital Academy ed è in fase di completamento l'accessibilità ai corsi da parte dei colleghi con disabilità sensoriale.

Diversity&Inclusion

Il gruppo anche nel 2022 ha proposto il *Mese delle Diversità* (cinque settimane tra novembre e dicembre con iniziative ed eventi per riflettere sulle tematiche di inclusione) che si è aperto con la *Run 4 Inclusion*, la prima edizione della corsa non competitiva per sostenere i valori di unicità, inclusione e sostenibilità. È stata inoltre aggiornata la *Carta del Rispetto*, per consolidare la sensibilizzazione verso tutte le componenti della D&I, oltre al genere, come età, nazionalità, orientamento sessuale, disabilità.

Tra i progetti sviluppati negli ultimi 12 mesi, particolare attenzione è stata riposta nell'avvio delle attività in collaborazione con **Parks-Liberi & Uguali**, associazione attiva nella promozione del valore della diversità e delle pari opportunità sui luoghi di lavoro delle persone appartenenti alla comunità LGBT+, e ai progetti di inclusione sociale come la partnership con **Elis** per il *Progetto Scuole*, che ha coinvolto oltre 1900 giovani in 13 città italiane. Il gruppo è stato premiato da **Lifeed** come *Caring Company® 2022*, ed ha ricevuto una menzione speciale per le attività di inclusione sociale sul territorio in occasione dell'edizione 2022 di "Disability Matters Europe".

Nel corso del 2022 CA Italia ha ampliato ulteriormente le iniziative nell'ambito delle tre tematiche di mobilitazione collettiva: **agire in chiave sostenibile per il clima e la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio; rafforzare la coesione e inclusione sociale; agevolare una transizione agri-agro**. A tale fine, è stata lanciata *Crédit Agricole for Dream*, per supportare i territori attraverso progetti innovativi e accomunati dalle tematiche di inclusione sociale e lotta al cambiamento climatico, con il supporto delle fondazioni azioniste Fondazione Cariparma, Fondazione Carispezia, Fondazione Piacenza e Vigevano e Fondazione Carismi. È inoltre proseguito l'impegno nel sociale, attraverso le raccolte fondi legate alle tematiche di inclusione, educazione, sanità, sport e cultura, che sono state pubblicate su *CrowdForLife*, il portale di crowdfunding del gruppo.

IL FOGLIO

quotidiano

Bacilieri (Lifeed): 'Aiutiamo le aziende a traguardare le loro sfide'

26 GEN 2023

Roma, 26 gen. (Adnkronos/Labitalia) - "Le sfide di sostenibilità che l'azienda che Lifeed sta affrontando sono le stesse in cui Lifeed aiuta le aziende con cui lavora a traguardare". Così Chiara Bacilieri, head research & innovation Lifeed, intervenendo al Phygital Talk 'It, nuove tecnologie e il futuro della sostenibilità: il ruolo chiave del chief information officer' nel corso della seconda edizione del 'Forum Information Technology', l'appuntamento dedicato all'It e alla sicurezza informatica promosso da Comunicazione Italiana, con Adnkronos in qualità di Main Media Partner, in corso presso il Palazzo dell'Informazione a Roma e in Live streaming su [comunicazioneitaliana.TV](https://www.comunicazioneitaliana.it).

"Facciamo qualcosa di nuovo nell'education technology, abbiamo creato una piattaforma di formazione digitale che permette alle persone, ai dipendenti delle aziende con cui lavoriamo, di trasformare tutte le loro esperienze di vita privata in opportunità di crescita professionale, attraverso lo sviluppo di competenze soft, che realizzate in ambito personale si possono trasferire in ambito professionale, come problem solving e capacità di leadership", aggiunge.

Infatti, sottolinea "il mondo del lavoro richiede sempre più competenze soft, che sono diventate sempre più rilevanti, pensiamo ad esempio alla capacità di leadership", conclude.

LA STAMPA

"Mentorship Milano", 550 ragazze seguite da tutor d'eccellenza come Marcegaglia e Ferretti

E' il primo progetto di una amministrazione pubblica volto a ridurre il gender gap e la rinuncia alla carriera. Gli incontri tra mentori e allieve verranno monitorati, su base volontaria, tramite lo strumento digitale MultiMe®Finder, realizzato da Lifeed

SIMONA BUSCAGLIA

25 Gennaio 2023 alle 16:23 | 2 minuti di lettura



Sono 555 le ragazze dai 16 ai 30 anni che potranno usufruire della guida speciale gratuita di 267 professioniste, donne in carriera e punti di riferimento per specifici settori, grazie al programma di empowerment femminile «Mentorship Milano», avviato dal Comune. Dalla imprenditrice Emma Marcegaglia alla Presidente Rai Marinella Soldi, dalla Ceo di Pomellato, Sabina Belli alla direttrice generale di Triennale Milano, Carla Morogallo, dalla stilista Alberta Ferretti alla rettrice dell'Università Milano-Bicocca Giovanna Iannantuoni fino alla vice-prefetto Alessandra Tripodi: questi i nomi di alcune delle donne che si sono messe a disposizione di altre donne più giovani per permettere loro di coltivare il proprio talento, metterlo a frutto e orientarsi nel mondo del lavoro.

È il primo progetto di mentorship al femminile realizzato da un'amministrazione pubblica, che ha lo scopo di ridurre due piaghe dell'occupazione: il gender gap e la "rinuncia alla carriera". Gli incontri e lo scambio reciproco tra mentor e mentee verranno monitorati, su base volontaria, tramite lo strumento digitale MultiMe®Finder, realizzato da Lifeed, che permetterà alle donne coinvolte nel progetto di mappare le proprie capacità. A Milano la media delle donne occupate è del 62% circa, in linea con la media europea, superiore quindi a quella italiana che è di circa il 50% ma l'obiettivo è alzare ancora l'asticella.

«L'idea di avviare con il Comune di Milano un progetto di Mentorship cittadino rivolto in particolare alle ragazze mi è venuta ascoltando i dubbi e le incertezze di tante giovani rispetto al loro futuro - spiega Alessia Cappello, assessora alle Politiche del Lavoro, Sviluppo economico con delega a Moda e Design del Comune di Milano - Avere l'opportunità di essere affiancate da una Mentor può essere un grande aiuto per ispirare

queste giovani donne, non disperdere il loro talento e aiutarle a scegliere bene il proprio futuro». Tra le mentor presenti alla conferenza stampa di lancio dell'iniziativa a Palazzo Marino anche la stilista Alberta Ferretti, che ha voluto ribadire il ruolo centrale del capoluogo lombardo nella formazione della sua carriera: «Sono onorata di far parte di questo progetto per la città di Milano, dove ha sede lo showroom del nostro gruppo e dove sfilo da sempre con le mie collezioni prêt-à-porter. Milano mi ha accolta all'inizio della mia carriera e mi ha insegnato tanto sia da un punto di vista professionale che umano. Sono felice di poter in qualche modo ricambiare il favore e mettere a disposizione di queste giovani donne la mia esperienza e i miei consigli per aiutarle a intraprendere un loro percorso». «Il progetto Mentorship Milano è un'iniziativa visionaria. L'empowerment femminile è un percorso che ha ancora tanti ostacoli e il gender gap sul lavoro è tuttora una questione irrisolta – racconta Sabina Belli, Ceo Group Pomellato - La condivisione di esperienze e know-how intergenerazionale attraverso la mentorship è un modo per generare consapevolezza e aprire prospettive per un futuro più inclusivo e ambizioso per la prossima generazione di talenti italiani che è nostro dovere coltivare e ispirare».

Oggi in Sala Alessi a Palazzo Marino si è svolto un primo incontro tra le professioniste e le ragazze: «Sto studiando al primo anno dell'accademia di Costume e Moda e il mio sogno è lavorare in questo mondo - racconta la studentessa Giulia Risaliti - questa è una grande opportunità, essere al fianco di Alberta Ferretti è un privilegio. Sono molto determinata con tanta voglia di ascoltare e imparare». Anche la giovane Erika Sciusco sogna il mondo della Moda: «Vengo dalla Puglia, ho aspettato due anni per arrivare qui da sola a studiare anche se non c'è purtroppo sempre la certezza di riuscire a entrare in questo settore. Avere vicino persone invece che possono dire di avercela fatta è sicuramente una grande ispirazione e voglio fare da spugna per poter imparare da loro il più possibile. Inoltre, vedere delle donne che si aiutano tra loro credo che sia davvero un bell'esempio».



20 GENNAIO 2023 • COSTUME E SOCIETÀ, EVENTI E MOSTRE

Karen Ricci: «Perché ha senso dirci femministe». A Milano, un ciclo di “chiacchierate” sul tema

Dagli stereotipi di genere al linguaggio inclusivo, dalla maternità all'empowerment femminile, dalla violenza di genere alla relazioni tossiche. Sono alcuni dei temi toccati dal ciclo di incontri “Chiacchierata femminista” (a Milano dal 26 gennaio). Tra le protagoniste Karen Ricci, anima della community “Cara, Sei Maschilista!” e vera esperta di sessimo interiorizzato (dalle donne!)

di ERIKA RIGGI

Che cosa significa **essere donna oggi**? Tante le risposte possibili a questa domanda. Cerca di darle il ciclo di incontri “Chiacchierata femminista”, organizzati da [WeWorld](#) (organizzazione impegnata da 50 anni a garantire i diritti di donne, bambine e bambini in 27 paesi del mondo) e [BASE Milano](#) e rivolti alle giovani donne. Ogni giovedì, a partire dal 26 gennaio, dalle 17 alle 18:30, la Ground Hall di BASE (via Bergognone 34) si trasformerà in un salotto dove incontrarsi e parlare di femminismo e di tanti degli aspetti che condizionano la vita delle donne, nel bene e nel male. **Dagli stereotipi di genere al linguaggio inclusivo, dalla maternità all'empowerment femminile, dalla violenza di genere alla relazioni tossiche.**

Femminismo e condivisione

«**Il femminismo, o meglio i femminismi, sono nati da momenti di condivisione, di messa in discussione e di confronto**», spiega Martina Albini, Advocacy and Study Center Officer di WeWorld. L'obiettivo di questi incontri è proprio creare questi spazi di interazione. «Momento sicuro e non-giudicante in cui sentirsi ascoltate ma anche libere di potersi esprimere, in cui interrogarsi su cosa voglia dire essere donne oggi, occupare spazio in quanto donne, stare nelle relazioni e tanto altro.

Dalle indagini svolte da WeWorld, **anche se le nuove generazioni dimostrano maggior apertura verso le tematiche della parità di genere** e della ridefinizione dei ruoli di genere, la cultura in cui siamo immersi e **gli stereotipi di cui inconsapevolmente siamo vittime sono difficili da contrastare**. Per questo per noi è molto importante proporre alle giovani donne spazi sicuri di confronto per intraprendere un percorso di conoscenza reciproca e di auto-conoscenza».

«Cara, sei maschilista?». Due esempi di sessismo interiorizzato

Il primo degli incontri, ovvero la prima chiacchierata femminista, è giovedì 26 gennaio. Abbiamo chiesto **Karen Ricci, fondatrice del progetto [Cara, Sei Maschilista!](#)** e anima della “Chiacchierata”, quali sono gli stereotipi più duri a morire.

1. «Le donne sono le prime nemiche delle donne»

«Direi, innanzitutto, la **competizione femminile**. Diciamo “le donne sono le prime nemiche delle donne”. E non è che non sia vero ma è vero perché fin da piccole lo abbiamo interiorizzato. [Dalla fiaba di Cenerentola](#), le donne competono per il principe azzurro. E anche nel **mondo del lavoro**: competono perché pensano di essere in lizza per i pochi posti “destinati” alle donne. Perché non credono davvero di poter ambire anche ai posti degli uomini». Caso a parte è quello della [competizione tra mamme, per esempio sui social network](#): «**Fare la mamma resta la realizzazione per eccellenza di una donna**. E chi ha raggiunto il traguardo ce la mette tutta per mostrare alle altre che si è realizzata meglio».

Karen Ricci (Ufficio stampa WeWorld)

2. «Si è proprio lasciata andare»

In barba ai proclami di **body positivity**, «non abbiamo ancora slegato il nostro valore di donne dal nostro aspetto fisico. E i social network sono un detonatore enorme di questo maschilismo interiorizzato».

3. Amore, bellezza, sessualità

A fronte di tanti passi avanti che abbiamo fatto nel mondo del lavoro e nella società, dunque, alcuni modelli resistono. Ne enumera tre, Karen Ricci: «Cito l’amore romantico e lo standard di bellezza cui ambire. Ma anche la censura sessuale, il giudizio nei confronti di chi ha molta libertà nei rapporti. E che ovviamente colpisce le donne e non gli uomini».

Che cos'è il femminismo nel 2023

Combattere per la parità dei diritti delle donne continua ad avere senso, **eppure a molti il termine femminismo fa paura**. «Una paura che mi fa sorridere», dice Karen Ricci. «Siamo al 63° posto del ranking mondiale per la parità di genere e pensiamo di non avere più niente per cui combattere?». Anche contro il femminismo ci sono molti stereotipi: «Per esempio che sia una guerra all'uomo, al maschio, mentre **è una guerra alla cultura maschilista e patriarcale. Una guerra dove, anzi, gli uomini possono e dovrebbero avere una parte importante**». Chiaro, se il femminismo raggiungesse i suoi obiettivi, «qualcuno dovrà rinunciare a qualche privilegio, e fatalmente sarà un uomo. Forse viene da qui una certa antipatia generale al femminismo stesso».

“Chiacchierata femminista”, gli altri incontri

Ci sono molti modi di portare avanti il femminismo oggi, in ogni campo. Tra gli altri incontri da non perdere, il 2 febbraio con Flavia Brevi di Hella Network *Infermiera sì ma avvocatino? Come il linguaggio può abbattere le barriere di genere*. E poi *Lavoro, stipendio e investimenti finanziari: perché parlare di soldi non deve essere un tabù* (9 febbraio a cura di Annalisa Monfreda, giornalista e co-founder di Rame). *Quanto ci aiuta la body positivity?* con Lara Lago, giornalista e body activist (giovedì 16 febbraio). *Maternità e influenza dei ruoli genitoriali. Perché prendersi cura è una forma di leadership*, l'incontro con Riccarda Zezza, fondatrice e CEO di Lifeed – Co-autrice del libro [“Maam – Maternity as a Master”](#).

Tutti gli incontri di [“Chiacchierata Femminista”](#) ([qui il programma completo](#)) sono ad ingresso gratuito e per partecipare è necessario registrarsi su [EventBrite](#).

24+

Great resignation e nuovi profili hi-tech: 8 lavori su 10 stanno cambiando. Ecco come

LINK: <https://24plus.ilsole24ore.com/art/great-resignation-e-nuovi-profilhi-hi-tech-8-lavori-10-stanno-cambiando-ecco-come-AEvXJIPC#1917670448>



Great resignation e nuovi profili hi-tech: 8 lavori su 10 stanno cambiando. Ecco come Le aziende sono sempre più dipendenti dalle persone, ma la vera domanda è: come fare ad attrarre e trattenere talenti? Francesca Barbieri La sfida più grande per le aziende nel 2023? Trattenere e attrarre persone di talento. Siamo sempre più dipendenti dalle persone - e le persone sempre meno dipendenti delle aziende - ma non ci stiamo ponendo davvero la domanda: come facciamo ad attrarle? Che cosa vogliono davvero? Il fenomeno della great resignation insegna. In Italia nel 2022 sono state registrate 1,7 milioni di dimissioni volontarie in 9 mesi, con un aumento del 22% rispetto allo stesso periodo del 2021. Un dato - su cui incide in parte l'effetto Covid - che riguarda tutte le tipologie di contratto. «Lo stipendio conta, ma non basta - sottolinea Alessandro Rimassa, esperto di futuro

del lavoro e fondatore e Ceo di Radical Hr - . Per questo la ricerca va fatta più in profondità e i punti su cui concentrarsi sono due: people strategy e corporate learning. Il primo si traduce in un piano di sviluppo per le proprie persone collegato alla strategia di business dell'azienda. Se è qualcosa di più comune nelle grandi corporate, le Pmi invece nella maggior parte dei casi non stanno facendo nulla. E invece serve ripensare la employee experience, integrare la parte salariale con altri benefit, costruire new ways of working e sviluppare pratiche concrete - non solo a parole - di empowerment e engagement. Corporate learning è invece la formazione aziendale ripensata: cosa serve davvero a ogni persona? Come, attraverso la formazione, costruire relazioni tra i colleghi? Perché smettere di comprare corsi a catalogo e concentrarsi su esperienze formative tailor made che

favoriscano trasformazione e innovazione? ». Il fenomeno delle dimissioni riguarda soprattutto i giovani. Secondo Aidp (Associazione per la direzione del personale), il 70% di chi ha tra i 26 e i 35 anni ha scelto o sta scegliendo di lasciare un lavoro sicuro. E in base a un'indagine di AstraRicerche per il Gruppo Tesya, tra le principali caratteristiche che i giovani giudicano fondamentali per prendere in considerazione un'offerta di lavoro, accanto alla retribuzione adeguata, c'è la possibilità di crescita personale e orari flessibili. Ancora: l'Hr Trends & Salary Survey - ricerca realizzata di Randstad Professionals in collaborazione con l'università Cattolica su un campione di 215 responsabili risorse umane di aziende e 963 lavoratori - evidenzia come il 44% delle organizzazioni registra un aumento di dimissioni volontarie negli ultimi 12-18 mesi: nel 76% dei casi si

tratta di Millennials. « Le motivazioni principali alle dimissioni volontarie - evidenzia Maria Pia Sgualdino, Head Of Randstad Professionals - sono l'insoddisfazione per la mancanza di gratificazione, la demotivazione e la mancanza di obiettivi chiari e condivisi, ma per i più giovani emerge anche la volontà di cogliere nuove opportunità lavorative. «Nel 2023 - commenta **Riccarda Zezza**, fondatrice e Ceo di **Lifeed**, società di education technology - aumenteranno le persone che faranno scelte lavorative nuove, nella direzione di una maggiore flessibilità e di un miglior equilibrio vita-lavoro. Chi dovrà crescere molto e in modo diverso dagli anni passati saranno i manager, che dovranno apprendere e accettare nuove modalità di "gestione delle persone"».D'altro canto, a cambiare sono anche le competenze richieste ai lavoratori. Secondo lo studio predittivo condotto da EY e Manpower è attesa in significativa crescita la quota di professioni per cui la domanda muterà nel prossimo decennio: 8 lavori su 10 cambieranno faccia e oltre la metà vedrà le richieste in crescita. Già in questi mesi si sta accentuando anche lo spostamento della domanda verso professioni a più alta

qualifica e continuano a risultare molto richiesti i laureati tecnico-scientifici in area informatica e delle tecnologie Ict. Secondo le previsioni di assunzione a medio termine di UnionCamere alle imprese serviranno 1,6 milioni di specialisti e tecnici. In questo alveo, stanno nascendo nuove professioni ibride e a banda larga, per le quali lo skillset include competenze tipiche di altri profili. Tra queste il growth hacker, profilo legato all'area marketing e sviluppo, che si occupa di ideare, disegnare, organizzare e attuare strategie innovative di crescita delle aziende secondo schemi non convenzionali. Ma anche il talent aggregator, una figura in grado di attrarre, selezionare, organizzare e gestire gruppi di professionisti eterogenei e sempre più dinamici, a fronte di rapidi cambiamenti organizzativi. Tra le figure più tecniche spicca il fintech engineer, che combina forti competenze ingegneristiche con alta capacità di sviluppare applicazioni per la valutazione del rischio finanziario. E anche il biogenetista: un profilo che mixa forti conoscenze agroalimentari con competenze di natura chimica e biologica per attuare stili di produzione più sostenibili.

Lifeed è la società di education technology a impatto sociale che dal 2015 crea soluzioni innovative per lo sviluppo e la sostenibilità del capitale umano. Attraverso un metodo di apprendimento proprietario, il Life Based Learning, Lifeed trasforma le transizioni di vita e le relazioni di cura in momenti di apprendimento e di sviluppo delle competenze soft, che aumentano fino al 35%.

Citata da McKinsey & Company tra le 10 iniziative di reskilling più innovative e inclusive al mondo, la piattaforma digitale Lifeed viene oggi utilizzata da oltre 40mila persone in 100 aziende.

Lifeed è inoltre la prima e unica impresa italiana tra le 16 aziende disruptive e innovative in forte crescita selezionate da Unreasonable Group per entrare nella community di Unreasonable Future, il programma internazionale creato per aiutare a co-progettare il futuro del mondo del lavoro. Nel 2022 Lifeed è l'unica azienda italiana tra le cinque finaliste dell'EdtechX Startup Awards, organizzato da EdtechX, realtà di spicco nell'ambito dell'edtech europeo.

Nel 2021, l'azienda ha lanciato l'**Osservatorio vita-lavoro** con la finalità di monitorare e analizzare le emozioni, le aspettative, i bisogni e i talenti delle persone coinvolte nei percorsi di sviluppo.

Vuoi saperne di più
per la tua azienda?
Contattaci su info@lifeed.io
O visita lifeed.io

LIFEED
CARING FOR PEOPLE