



Comunicato stampa
Roma, 22 maggio 2013

Anime Diverse

Prosegue il ciclo di incontri organizzati da Anima per stimolare il confronto sul tema del Diversity Management

“Gender Diversity: Strategie e azioni per valorizzare le differenze di genere”

Giovedì 23 maggio 2013

ore 18.00

PALAZZO Altieri, Sala Verde – Piazza del Gesù, 49– Roma

Analizzare l'importanza di strategie aziendali finalizzate alla valorizzazione del potenziale insito nelle diversità, da intendersi come fonte di vantaggio competitivo per l'azienda stessa e per la società. Questo l'obiettivo del progetto **Anime Diverse**, ideato e realizzato da **Anima per il sociale nei valori d'impresa**, Associazione non profit promossa da Unindustria, in collaborazione con Studio Santarsiero, il cui terzo incontro, in programma **domani 23 maggio**, vedrà protagoniste le aziende **Ferrovie dello Stato Italiane**, **MSD Italia** e **Orange Business Services**.

Interverranno **Sofia Nasi**, Responsabile Progetti Diversity Management Ferrovie dello Stato Italiane, **Giorgio Cavalleri**, Talent Development MSD Italia e **Roberto Boscia**, Direttore del Personale Sud Est Europa Orange Business Services. Introdurranno l'incontro **Sabrina Florio**, Presidente di Anima, **Maria Cecilia Santarsiero**, Owner Studio Santarsiero e Coordinatrice del Progetto “Anime Diverse”. Condurrà **Marida Lombardo Pijola**, giornalista de Il Messaggero.

Nel perseguire un'uguaglianza di genere dettata da politiche e spinte sociali, in passato, abbiamo assistito ad una perdita del valore reale delle differenze che caratterizzano uomo e donna. Le donne sono state “accettate” nei contesti lavorativi a patto che si uniformassero al modello maschile dominante rispetto ai modelli di carriera e agli stili di leadership. Oggi, grazie alla crescente affermazione delle donne nel mondo del lavoro si sta consolidando un modo di guardare al rapporto professionale tra uomini e donne in cui somiglianze e differenze, se percepite, rispettate e valorizzate, contribuiscono significativamente alla promozione del benessere sociale ed organizzativo. Alcune caratteristiche femminili in particolare, vengono riconosciute come particolarmente positive, anzi fondamentali, per lo sviluppo e la crescita dell'impresa.

L'incontro e il confronto con le tre aziende best practice nell'ambito della Gender Diversity, protagoniste dell'incontro del 23 maggio, permetterà di approfondire questi aspetti, analizzando una tematica di primaria importanza e di estrema attualità per le aziende: la valorizzazione delle differenze di genere come elemento di valore aggiunto per le imprese.

Sabrina Florio, Presidente di Anima: *“Le donne rappresentano un'importante risorsa che va riconosciuta e valorizzata nelle imprese, attraverso programmi ben strutturati che promuovano la gender diversity e che intervengano sulla cultura delle differenze e sull'informazione aziendale. Ma quello che è ancora più importante è trovare in azienda il giusto mix di talenti, aspirazioni e competenze tra uomo e donna, capace di migliorare il clima e le performance nelle organizzazioni. Occorre far emergere come approcci e punti di vista diversificati, se messi a fattor comune, possano essere la leva principale di cambiamento e crescita”.*

ZCZC

DIR0154 3 REG 0 RR1 / ROM

(LZ) IMPRESE. ROMA, CON UNINDUSTRIA CONFRONTO SU 'ANIME DIVERSE'
FLORIO: DONNE RAPPRESENTANO UN'IMPORTANTE RISORSA.

(DIRE) Roma, 22 mag. - Analizzare l'importanza di strategie aziendali finalizzate alla valorizzazione del potenziale insito nelle diversita', da intendersi come fonte di vantaggio competitivo per l'azienda stessa e per la societa'. Questo l'obiettivo del progetto 'Anime diverse', ideato e realizzato da Anima per il sociale nei valori d'impresa, associazione no profit promossa da Unindustria, in collaborazione con studio Santarsiero, il cui terzo incontro, in programma domani alle 18 a Palazzo Altieri, piazza del Gesu' 49 a Roma, vedra' protagoniste le Ferrovie dello Stato italiane, Msd Italia e Orange business services.

Interverranno Sofia Nasi, responsabile progetti diversity management Ferrovie dello Stato, Giorgio Cavalleri, talent development Msd Italia e Roberto Boscia, direttore del personale Sud Est Europa Orange business services. Introdurranno l'incontro Sabrina Florio, presidente di Anima, Maria Cecilia Santarsiero, owner studio Santarsiero e coordinatrice del progetto 'Anime diverse'. Condurra' Marida Lombardo Pijola, giornalista de Il Messaggero.

Nel perseguire un'uguaglianza di genere dettata da politiche e spinte sociali, in passato, abbiamo assistito ad una perdita del valore reale delle differenze che caratterizzano uomo e donna. Le donne sono state accettate nei contesti lavorativi a patto che si uniformassero al modello maschile dominante rispetto ai modelli di carriera e agli stili di leadership.(SEGUE)

(Com/Rel/ Dire)

12:02 22-05-13

NNNN

NNNN

ZCZC

DIR0155 3 REG 0 RR1 / ROM

(LZ) IMPRESE. ROMA, CON UNINDUSTRIA CONFRONTO SU 'ANIME DIVERSE' -2-

(DIRE) Roma, 22 mag. - Oggi, grazie alla crescente affermazione delle donne nel mondo del lavoro si sta consolidando un modo di guardare al rapporto professionale tra uomini e donne in cui somiglianze e differenze, se percepite, rispettate e valorizzate, contribuiscono significativamente alla promozione del benessere sociale ed organizzativo. Alcune caratteristiche femminili in particolare, vengono riconosciute come particolarmente positive, anzi fondamentali, per lo sviluppo e la crescita dell'impresa.

Il confronto con le tre aziende best practice nell'ambito della gender diversity, protagoniste dell'incontro, permettera'

di approfondire questi aspetti, analizzando una tematica di primaria importanza e di estrema attualità per le aziende: la valorizzazione delle differenze di genere come elemento di valore aggiunto per le imprese.

Sabrina Florio, presidente di Anima: "Le donne rappresentano un'importante risorsa che va riconosciuta e valorizzata nelle imprese, attraverso programmi ben strutturati che promuovano la gender diversity e che intervengano sulla cultura delle differenze e sull'informazione aziendale. Ma quello che è ancora più importante è trovare in azienda il giusto mix di talenti, aspirazioni e competenze tra uomo e donna, capace di migliorare il clima e le performance nelle organizzazioni. Occorre far emergere come approcci e punti di vista diversificati, se messi a fattor comune, possano essere la leva principale di cambiamento e crescita".

(Com/Rel/ Dire)
12:02 22-05-13

NNNN

NNNN

ZCZC

ADN0481 3 ECO 0 ADN LAV NAZ

LAVORO: CONVEGNO ANIMA SULLE DIFFERENZE DI GENERE =
IN PROGRAMMA A ROMA IL 23 MAGGIO

Roma, 22 mag. - (**Adnkronos**) - Analizzare l'importanza di strategie aziendali finalizzate alla valorizzazione del potenziale insito nelle diversità, da intendersi come fonte di vantaggio competitivo per l'azienda stessa e per la società. Questo l'obiettivo del progetto 'Anime Diverse', ideato e realizzato da Anima per il sociale nei valori d'impresa, associazione non profit promossa da Unindustria, in collaborazione con Studio Santarsiero, il cui terzo incontro, in programma il 23 maggio (Roma, palazzo Altieri) vedrà protagoniste le aziende Ferrovie dello Stato Italiane, Msd Italia e Orange Business Services.

Le donne, afferma Sabrina Florio, presidente di Anima, "rappresentano un'importante risorsa che va riconosciuta e valorizzata nelle imprese, attraverso programmi ben strutturati che promuovano la gender diversity e che intervengano sulla cultura delle differenze e sull'informazione aziendale. Ma quello che è ancora più importante è trovare in azienda il giusto mix di talenti, aspirazioni e competenze tra uomo e donna, capace di migliorare il clima e le performance nelle organizzazioni. Occorre far emergere come approcci e punti di vista diversificati, se messi a fattor comune, possano essere la leva principale di cambiamento e crescita".

L'incontro e il confronto con le tre aziende best practice nell'ambito della Gender Diversity, permetterà di approfondire questi aspetti, analizzando una tematica di primaria importanza e di estrema

attualità per le aziende: la valorizzazione delle differenze di genere come elemento di valore aggiunto per le imprese.

(Ler/Ct/Adnkronos)

22-MAG-13 13:54

NNNN

Agenzia Stampa 9COLONNE

<http://www.9colonne.it/adon.pl?act=doc&doc=58579#.UZ-IKLW-2So>

“ANIME DIVERSE”: STRATEGIE E AZIONI PER VALORIZZARE DIFFERENZE DI GENERE

(9Colonne) -

Chi dice donna dice madre, amore, famiglia, casa. Ma dice anche talento, passione, creatività, originalità, intraprendenza. Sarà forse anche per questo che in piena crisi economica, nel 2012, il numero delle piccole e medie imprese con alla guida una donna sono aumentate, cresciute. Si sono consolidate. Certo le disparità e le difficoltà non mancano: “Studiano più degli uomini, si laureano più degli uomini, ottengono voti più alti, sono ‘pronte al sorpasso’ ma continuano ad avere retribuzioni più basse o a ricoprire ruoli non adeguati alla loro preparazione”. La riflessione arriva da Marida Lombardo Pijola, giornalista de Il Messaggero, che ieri ha presentato il terzo incontro organizzato da Anima - Associazione non profit nata nel 2001 e promossa da Unindustria - per stimolare il confronto sul tema del Diversity Management. “Gender Diversity: Strategie e azioni per valorizzare le differenze di genere” è, infatti, l’argomento discusso ieri a Roma, a Palazzo Altieri, e che ha visto protagonisti: Sofia Nasi, responsabile Progetti Diversity Management Ferrovie dello Stato Italiane, Giorgio Cavalleri, Talent Development Msd Italia e Roberto Boscia, direttore del Personale Sud Est Europa Orange Business Services. Non sono mancate Sabrina Florio, presidente di Anima e Maria Cecilia Santarsiero, Owner Studio Santarsiero e coordinatrice del Progetto “Anime Diverse”. “Il Pil aumenterebbe se l’occupazione femminile fosse sfruttata al meglio. Sono ancora troppo poche le donne alla guida di aziende eppure saprebbero portare all’interno di queste il loro valore aggiunto - ha detto Lombardo Pijola nell’introdurre il dibattito - la maternità poi, è un’esperienza che troppo spesso penalizza le donne”. E di imprenditoria femminile, lavoro in rosa, maternità, conciliazione dei tempi di vita e di lavoro e soprattutto di valorizzazione delle differenze di genere come elemento di valore aggiunto per le imprese si è discusso con i partecipanti al dibattito. Un dibattito che ha voluto analizzare l’importanza di strategie aziendali finalizzate alla valorizzazione del potenziale insito nelle diversità, da intendersi come fonte di vantaggio competitivo per l’azienda stessa e per la società. Questo è, infatti, l’obiettivo del progetto “Anime Diverse”, ideato e realizzato da Anima in collaborazione con Studio Santarsiero. “Le donne - ha detto Sabrina Florio, presidente di Anima - rappresentano un’importante risorsa che va riconosciuta e valorizzata nelle imprese, attraverso programmi ben strutturati che promuovano la gender diversity e che intervengano sulla cultura delle differenze e sull’informazione aziendale. Ma quello che è ancora più importante è trovare in azienda il giusto mix di talenti, aspirazioni e competenze tra uomo e donna, capace di migliorare il clima e le performance nelle organizzazioni. Occorre far emergere come approcci e punti di vista diversificati, se messi a fattor comune, possano essere la leva principale di cambiamento e crescita”. Dal dibattito che ha visto protagoniste le aziende Ferrovie dello Stato Italiane, Msd Italia e Orange Business Services è emerso che nel perseguire un’uguaglianza di genere dettata da politiche e spinte sociali, in passato, abbiamo assistito ad una perdita del valore reale delle differenze che caratterizzano uomo e donna. Le donne sono state “accettate” nei contesti lavorativi a patto che si uniformassero al modello maschile dominante rispetto ai modelli di carriera e agli stili di leadership. Oggi, però, grazie alla crescente affermazione delle donne nel mondo del lavoro si sta consolidando un modo di guardare al rapporto professionale tra uomini e donne in cui somiglianze e differenze, se percepite, rispettate e valorizzate, contribuiscono significativamente alla promozione del benessere sociale ed organizzativo. Alcune caratteristiche femminili in particolare, vengono riconosciute come particolarmente positive, anzi fondamentali, per lo sviluppo e la crescita dell’impresa. E ad

accorgersi dell'importanza di valorizzare le differenze di genere e di considerarle come elemento di valore aggiunto sono state diverse imprese. Tra queste, appunto, il Gruppo Ferrovie dello Stato che da circa due anni ha avviato un programma strutturato sui temi del Diversity Management. Il percorso ha previsto una prima fase di impostazione e "costruzione" delle fondamenta del Diversity Management e di ascolto del personale e, parallelamente, l'avvio di alcune iniziative per dare un segnale dell'impegno dell'azienda verso la valorizzazione della diversità. "I principali progetti realizzati, in particolare per quel che riguarda la gender diversity, sono stati rivolti al sostegno della genitorialità, alla promozione della salute e della sicurezza delle donne e alla sperimentazione di strumenti di flessibilità oraria" ha infatti spiegato Sofia Nasi, responsabile Progetti Diversity Management Ferrovie dello Stato. "Uno dei primi progetti realizzati riguarda il sostegno della genitorialità - ha continuato Nasi - si tratta del percorso di formazione 'Scambio di Binario, inversione di ruoli', un intervento che ha l'obiettivo di favorire il migliore equilibrio possibile tra le esigenze delle donne in maternità e quelle dell'azienda. E per raggiungere questo obiettivo il primo passo è stato quello di mettere in aula, insieme, le donne con i propri responsabili diretti, per favorire una maggiore consapevolezza e comprensione reciproca. Il percorso, realizzato fino ad ora in 6 edizioni in diverse sedi del territorio nazionale, ha coinvolto quasi 150 partecipanti tra donne al rientro dalla maternità e relativi Responsabili Diretti, e altre 2 edizioni sono previste entro la fine del 2013". "Per noi - ha aggiunto - si è trattato di un'esperienza pilota che ha avuto successo". Nasi ha poi ricordato che "su 68 mila dipendenti l'86% è di sesso maschile", è quindi "un'azienda prevalentemente maschile ma sappiamo che c'è ancora molta strada da fare". (24 mag - PO/Gil)

(© 9Colonne - citare la fonte)



Green Business – 29 maggio 2013

<http://www.greenbusinessweb.it/2013/05/gender-diversity-fattore-di-successo-per-la-crescita/>

Gender diversity: fattore di successo per la crescita



Favorire la valorizzazione delle competenze femminili in azienda, ma soprattutto incidere sulla cultura delle differenze di genere e sull'informazione aziendale, trovando il giusto mix di talenti, aspirazioni e competenze tra uomo e donna, capace di migliorare il clima e le performance nelle organizzazioni. Questo il tema principale emerso dal terzo incontro del ciclo 'Anime Diverse', ideato e realizzato da Anima per il sociale nei valori d'impresa, associazione non profit promossa da Unindustria, che promuove la cultura della sostenibilità tra le imprese del territorio, in collaborazione con Studio Santarsiero, che si occupa di consulenza nel settore delle risorse umane. In occasione dell'incontro, si sono confrontate le aziende Ferrovie dello Stato Italiane, Msd Italia e Orange Business Services.

*L'esperienza di Ferrovie dello Stato Italiane rileva quanto sia importante riconoscere e valorizzare il bacino di talenti rappresentato dalle donne, attraverso programmi strutturati di promozione della gender diversity per aumentare la presenza femminile in azienda e valorizzarne le competenze. «La nostra è un'azienda ancora molto maschile (abbiamo l'86% di uomini e il 14% di donne), per tradizione e perché molti dei nostri mestieri sono tipicamente maschili. In alcune aree, tuttavia, la presenza femminile sta crescendo – spiega **Sofia Nasi, responsabile progetti diversity management di Ferrovie dello Stato Italiane (nella foto)**–. Per esempio, tra il personale di bordo che ogni giorno viaggia sui nostri treni, il 20% sono donne e nel front line dell'area commerciale (assistenza alla clientela, biglietterie) arriviamo al 43 per cento. C'è poi il caso di Italferr, la nostra società di ingegneria che con il suo 21,4% di donne rappresenta un'eccellenza non solo rispetto alla media del gruppo ma anche in confronto alle società di ingegneria a essa paragonabili. E poi – continua – guardando i dati relativi alle assunzioni nell'anno 2012 vediamo che stiamo vivendo un'inversione di tendenza: la percentuale complessiva delle donne nelle assunzioni è pari al 44%; molto positivo anche il dato delle assunzioni di personale laureato (prevalentemente in ingegneria) dove abbiamo ben il 45% di donne. Se a questo dato – conclude Nasi – aggiungiamo i risultati delle valutazioni interne viene fuori che sul totale delle donne valutate il 40% ha conseguito risultati positivi». Partendo dall'analisi di questi dati, l'azienda ha elaborato un programma strutturato per valorizzare la differenza di genere a partire dal sostegno alla genitorialità e dall'implementazione di strumenti di work life balance. Tra le principali azioni, i 'Turni rosa' per dare alle donne con bimbi piccoli strumenti di flessibilità oraria; un piano, in via di definizione, per l'individuazione di convenzioni con gli asili nido sul territorio nazionale; uno studio sull'applicazione del telelavoro per garantire una migliore conciliazione tra esigenze personali e professionali; campagne di comunicazione e sensibilizzazione per la prevenzione sui temi della salute e un progetto di formazione antiaggressione. A tutto ciò si aggiunge il progetto 'Scambio di binario, inversione dei ruoli', un'iniziativa dedicata alle donne al rientro dalla maternità e ai loro responsabili diretti. Gli obiettivi del progetto sono: sostenere le donne nel delicato momento del rientro dalla maternità favorendo un migliore equilibrio di ruolo personale/professionale; fornire ai responsabili diretti conoscenze e strumenti sulla 'leadership poliedrica' e sulla gestione della motivazione e, infine, agire sulla dimensione culturale per costruire una nuova comune consapevolezza che la maternità, se ben gestita, possa essere un valore aggiunto anziché una sottrazione di valore per l'azienda. Il percorso, avviato all'inizio del 2012, è stato realizzato fino ad ora in 6 edizioni in diverse sedi del territorio nazionale, coinvolgendo quasi 150 partecipanti tra donne al rientro dalla maternità e relativi responsabili diretti.*

*La partecipazione femminile al mercato del lavoro rappresenta un fattore cruciale di forza anche per Msd Italia, azienda che, sia a livello internazionale che a livello della consociata italiana, ha deciso di investire in questa area ponendosi l'obiettivo ambizioso di avere almeno il 36% di rappresentanza femminile a livello executive. «In Msd Italia i dipendenti di sesso femminile sono il 40% e spesso occupano posizioni apicali – sostiene **Giorgio Cavalleri, talent development MSD Italia** – Il 45% del management team è rappresentato da donne, un dato incoraggiante se si considera che, nelle imprese italiane, le donne arrivano ai vertici solo nel 6,9 per cento. Le dirigenti sono il 40%, il doppio rispetto al 20% del settore farmaceutico e il quadruplo rispetto al 10% del settore industriale in genere. Se l'Italia è spesso il fanalino di coda – conclude Cavalleri – possiamo dire con orgoglio che, nell'occupazione 'rosa', la consociata italiana è invece all'avanguardia». Al momento in azienda esistono due programmi principali: il '5-2-5', che mira a identificare i talenti femminili all'interno di una fascia di media responsabilità equivalente a direttori Vendita, Marketing per le quali sviluppare un piano di sponsorship della durata di 5 anni, con la finalità di avere un incremento della leadership femminile a livello di direttori di Paese; il 'Mentoring Program', portato avanti a livello della Region Europe-Canada, che ha identificato, attraverso lo strumento del mentoring, i migliori talenti femminili e li ha coinvolti attraverso degli incontri, strumenti e risorse online ed offline messi a loro disposizione.*

*Fondamentale per Orange Business Services la valorizzazione dei talenti e dei punti di vista diversificati in azienda, che se messi a fattor comune, possano essere la leva principale del cambiamento e della crescita aziendale. «Con circa 220 mila persone in 166 Paesi, la diversity per Orange è praticamente non solo uno standard ma un plus competitivo – afferma **Roberto Boscia, hr services director international southern & Eastern Europe, Turkey, CIS & Baltic's Orange Business Italy** –. La posizione di Orange worldwide relativamente all'argomento si declina secondo tre aree ben specifiche. La prima è relativa alle Pari Opportunità in Azienda, sforzo riconosciuto dall'aver recentemente ottenuto la Certificazione Europea al riguardo (GEES – Gender European Equality Standard), effettuata da Bureau Veritas, che valuta la prestazione dell'azienda rispetto alla gestione delle pari opportunità sulla base di criteri condivisi, con l'obiettivo di offrire alle compagnie internazionali uno strumento di riconoscimento e verifica, incoraggiarle nell'implementare strumenti di controllo e valutazione, supportarle nell'identificare e condividere le best practice, creando così una comune cultura e strategia europea; la seconda si focalizza sull'integrazione delle persone diversamente abili, laddove la terza costituisce un forte commitment nel promuovere la diversità e prevenire ogni forma di discriminazione attraverso interventi sulla cultura delle differenze e sull'informazione. Ciò fornisce costanti risultati in termini di coesione dei Team – conclude Boscia – consolidamento del commitment e rafforzamento dell'eccellenza delle performance, oltre a risultare come azienda particolarmente attrattiva nei confronti dei migliori skills.*

In particolare, per promuovere una politica di sostegno e promozione della diversità di genere, è stata istituita una Commissione pari opportunità interna a livello nazionale che ha il compito di monitorare e promuovere tutte le iniziative in tal senso implementate dall'azienda, così come vige la Diversity policy a integrazione del nuovo integrativo, una specifica Policy locale che fa da cornice alle varie iniziative in favore dei dipendenti con specifico riferimento alla tematica. L'azienda si distingue per aver recentemente ottenuto la Certificazione europea delle pari opportunità (Gees – Gender European Equality Standard), effettuata da Bureau Veritas, che valuta la prestazione dell'azienda rispetto alla gestione delle pari opportunità sulla base di criteri condivisi, con l'obiettivo di offrire alle compagnie internazionali uno strumento di riconoscimento e verifica, incoraggiarle nell'implementare strumenti di controllo e valutazione, supportarle nell'identificare e condividere le best practice, creando così una comune cultura e strategia europea.

Fondamentali poi sono la formazione effettuata nel corso dell'anno, in particolare la formazione al femminile – gestione delle relazioni/conflitti/difesa personale e il contratto per il telelavoro/prestazione esterna, con particolare estensione del cosiddetto telelavoro con configurazione 'da remoto' più flessibile e favorevole per le dipendenti con attività gestibili in ottica Business everywhere. Infine, ma non certo per importanza, l'attività sociale d'impresa Shadowing days, che vede affiancarsi a manager Donna con lavori tecnico direttivi dei Gruppi di sette-nove giovani ragazze per implementarne l'awareness in termini di opportunità di carriera anche su professioni non intese come tipicamente femminili.

Oggi, grazie alla crescente affermazione delle donne nel mondo del lavoro si sta consolidando un modo di guardare al rapporto professionale tra uomini e donne in cui somiglianze e differenze, se percepite, rispettate e valorizzate, contribuiscono significativamente alla promozione del benessere sociale ed organizzativo. Alcune caratteristiche femminili in particolare, vengono riconosciute come particolarmente positive, anzi fondamentali, per lo sviluppo e la crescita dell'impresa. Dunque, in sostanza, la valorizzazione delle differenze di genere come elemento di valore aggiunto per le aziende.

A cura di Floriana Annunziata, responsabile comunicazione di Anima

<http://www.economia.rai.it/categorie/speciale-gender-diversity/1009/1/default.aspx>

"Speciale: gender diversity "



Il concetto di Gender Diversity si focalizza sull'analisi delle diversità e delle specificità di donne e uomini: differenti strutture biologiche, diversi background culturali nonché modalità necessariamente diverse di gestire il proprio tempo e il proprio work life balance, rendono indispensabile pensare a peculiari percorsi di accesso e di crescita nell'attuale tessuto sociale e produttivo. Quali possibili percorsi per lo sviluppo del ruolo della donna all'interno del mercato del lavoro? Quali politiche atte ad incentivare una maggiore e più incisiva presenza del mondo femminile nell'attuale sistema economico e produttivo? Quali i comportamenti della nuova impresa per agevolare e, anzi promuovere, il pieno utilizzo delle attitudini e delle caratteristiche proprie di uomini e donne? uesti i quesiti ai quali il nostro speciale tenta di dare una risposta, attraverso testimonianze aziendali, ed esperti, partendo da una constatazione: le donne si sono conquistate un posto di significativa rilevanza nell'economia contemporanea e acquisteranno sempre più un ruolo di primo piano.

Il valore aggiunto delle donne



- 04/06/2013

Le donne rappresentano un importante valore aggiunto, secondo Marida Lombardo Pijola, giornalista de *Il Messaggero*, nonché una straordinaria opportunità che non viene utilizzata a sufficienza nel contesto aziendale. A dimostrazione di ciò vi è il fatto che in piena crisi 100 mila nuove aziende so [...]

[guarda, riusa, condividi](#)

Lo sviluppo della leadership al femminile



- 03/06/2013

La partecipazione femminile al mercato del lavoro rappresenta un fattore cruciale di forza per Msd Italia, azienda che, sia a livello internazionale che a livello della consociata italiana, ha deciso di investire in questa area ponendosi l'obiettivo ambizioso di avere almeno il 36% di rappresenta [...] [guarda, riusa, condividi](#)

[La certificazione europea delle pari opportunità](#)



- 03/06/2013

La situazione dell'occupazione femminile in Italia e in Europa è a dei livelli preoccupanti. Il rapporto del World Economic Forum sul "Global Gender Gap" piazza l'Italia all'ottantaquattresimo posto (su 128). Vi sono però delle realtà che si distinguono in tal senso: è il caso di Orange Business [...]

[guarda, riusa, condividi](#)

["Anima": il sociale nel valore d'impresa](#)



- 03/06/2013

La gender diversity, si inserisce all'interno dei valori d'impresa, come ci illustra Sabrina Florio presidente Anima, associazione non profit nata nel 2001 e promossa dall'Unione degli Industriali e delle imprese di Roma. Riunisce un gruppo di manager e aziende che condivide la missione di diffon [...]

[guarda, riusa, condividi](#)

[La gender diversity nell'attività dello Studio Santarsiero](#)



- 03/06/2013

Il concetto di gender diversity, è molto complesso e attraversa parallelamente più contesti, come ci illustra Maria Cecilia Santarsiero, owner Studio dell'omonima società. In Italia, a parità di ruolo le donne guadagnano il 27% in meno degli uomini. In questo senso, secondo l'esperta, occorre lav [...]

[guarda, riusa, condividi](#)