

SORELLE  
d'Italia  
2011

# IO MI. fermo qui

**V**i ricordate il film del 1988, *Una donna in carriera*? Harrison Ford presenta la sua amata working girl a un collega dell'alta finanza con una battuta che è una malcelata ammissione di lesa territorialità: "Lei è l'uomo di cui hai bisogno". Sono poche le donne che hanno saputo leggere tra le righe e prepararsi al conflitto che si sarebbe scatenato da lì in poi sui luoghi di lavoro. Per molte, l'aver creduto che quella versione in salsa manageriale della favola di Cenerentola fosse un manifesto dell'inarrestabile, lieta e meritocratica marcia sui tacchi a spillo fino ai vertici delle aziende è stata fonte di enorme delusione e stress. «Sia che abbiano raggiunto il comando, sia che siano da anni in attesa di una promozione che non arriva mai, la maggior parte delle executive manager con cui lavoro sono stanche e frustrate. Non di rado prive di risorse e slancio»: non fa sconti alle donne la career & life coach milanese Patrizia Saolini. «L'adesione tout court a modelli aggressivi e maschili di gestione del potere e la negazione della propria natura in ogni dettaglio, a partire dall'abbigliamento, sono stati un autogol. Molte donne hanno pagato a un prezzo troppo alto la loro carriera e iniziano a domandarsi se ne è valsa la pena.

«Questo loro retrocedere coincide con un momento storico in cui si domanda a gran voce la loro presenza nelle aziende proprio in virtù della loro diversità, considerata un valore aggiunto dagli esperti di settore. Anche in questo caso, però, starei in guardia. Non vorrei che la loro "chiamata alle armi" celasse il malcostume di un si-

*Stanche, frustrate e, sì, spesso anche sfruttate nella loro capacità di dedizione. Le donne italiane in carriera stanno pagando a caro prezzo la loro ascesa. Che, lenta ma sempre più qualificata, si interrompe però poco sotto la cima*

di STEFANIA BONACINA



Dal Libro Bianco  
di SorELLE d'Italia

PROPOSTA N° 11

**PREMIARE IL FATTORE D  
IN AZIENDA**

stema economico in contrazione che gioca al risparmio: e le donne, è risaputo, sono sottopagate oltre che sotto-stimate». Un unico rimprovero: troppo compiacenti in troppi campi, ritiene Saolini. «Il vero successo lo hanno raggiunto le donne che sono riuscite a imporsi senza aderire ciecamente alle richieste maschili, a osare nuovi percorsi professionali senza cedere all'ansia da prestazione generata dalla loro bassa autostima. Il nemico numero uno delle donne sono i sensi di colpa delle manager stesse che le auto-censurano e auto-limitano. Non è facile liberarsi dalle aspettative sociali e culturali che ci tengono sotto torchio».

*“Il nemico numero uno delle donne sono i sensi di colpa delle manager stesse”*

#### UN PERCORSO A OSTACOLI

«La conquista del potere è una battaglia molto dura per le donne», ammette Simona Cuomo, responsabile dell'Osservatorio Diversity Management Sda Bocconi. «Spesso chi prepara il terreno per le rivoluzioni non ne raccoglie immediatamente i frutti. Io ho beneficiato nella mia vita del lavoro fatto anche per me da altre donne e mi auguro che le nuove generazioni possano beneficiare del nostro. Certo, con il senno di poi, i movimenti d'emancipazione femminile degli anni '70 appaiono più

divertenti e vivaci. La nostra è una lotta più silente, spesso solitaria e molto meno colorata, ma altrettanto decisiva. Ci vuole, da parte di tutte, un grande atto di generosità».

Cosa c'entra la generosità con la conquista del potere delle donne? La tesi degli economisti, il cosiddetto Valore D, è ormai nota: la presenza delle donne (anche) ai vertici migliora la performance e l'organizzazione aziendale. L'esclusione delle donne dai ruoli di comando, al contrario, è la punta di un iceberg che sottintende il persistere di un "sistema azienda" che disperde i talenti e le risorse necessarie a rendere il nostro Paese competitivo. I talenti, di qualunque genere e provenienza siano, stanno reclamando a gran voce quello di cui le donne hanno invece assoluto bisogno per poter concorrere alla pari con gli uomini: flessibilità, valutazione del proprio lavoro per obiettivi raggiunti e non per disponibilità oraria sul luogo di lavoro, benefit che agevolino la conciliazione tra lavoro e vita privata, per citarne solo alcuni. Meritocrazia, in una sola parola.

In teoria sono (quasi) tutti d'accordo. Nella pratica, evidentemente, no: l'Italia, con il suo 6 per cento di rosa nei board si colloca al 29esimo posto su 33 Paesi Ue (11 per

#### “È UNO SCOTTO CULTURALE”

**Anna Banfi, 42 anni, Milano. Ricopre attualmente la carica di direttore marketing e comunicazione.**

«Ricordo ancora cosa mi disse il mio primo capo: "Non ti scor-dare mai che la tecnologia è maschia". Li per li la presi come una battuta, con il tempo ho dovuto ricredermi». Conseguita la laurea in Bocconi, Anna è entrata nel mondo delle tecnologie dell'informazione e comunicazione dalla porta dell'ufficio stampa di un'agenzia di comunicazione nel 1993, e da lì la sua carriera professionale si è svolta per lo più all'interno di multinazionali fino a ricoprire la posizione attuale. «Accedere alle posizioni chiave in azienda è molto complesso. Talvolta non si tratta di discriminazione di genere evidente, ma di una certa pigrizia nei sistemi di reclutamento anche interni, che non considerano le Risorse Umane o il Marketing - dove si concentrano le figure professionali femminili - un possibile bacino d'utenza per una promozione al top management. Altre volte, come mi è capitato quando ho sottoposto la mia candidatura a una società di head hunter, c'è invece uno stop che, guarda caso, ha a che fare con la maternità. Nulla di evidente o palese, per intenderci. Una battuta addirittura garbata fatta scivolare lontano dal tavolo dove si svolgeva il colloquio professionale, vicino alla macchinetta del caffè. Mi hanno chiesto se avevo intenzioni di sposarmi e io non ho risposto sorridendo. Non ho avuto il posto e non è stata una

questione di competenze, professionalità o esperienze a escludermi dalla gara. Per il resto, ho sempre avuto capi uomini che mi hanno saputo valorizzare e colleghi con i quali ho lavorato bene, ma quando si tratta di competizione per il top, i giochi si fanno molto duri e paghiamo uno scotto che definirei culturale. Mi spiego. Sembra naturale che se le facoltà informatiche o tecnologiche sono frequentate all'80 per cento da ragazzi, le aziende di questo settore possano avere, come la mia, 150 impiegati, di cui solo 22 donne e, tra loro, solo 2 in posizioni dirigenziali. Troppo poche per incidere su un'organizzazione aziendale che non è, nella pratica quotidiana, affatto mother-friendly! Io e il mio compagno non abbiamo avuto figli perché è capitato così, ma di certo non potrei sostenere i ritmi e lo stress del mio lavoro se li avessi. Avrei dovuto fare scelte diverse, probabilmente. Però, quando vado nelle sedi estere della mia società, il colpo d'occhio non è altrettanto azzurro e ci sono molte madri di famiglia nei consigli di amministrazione. Mi sembra bizzarro pensare che le ragazze italiane abbiano una "naturale" predisposizione per le materie umanistiche, quando questo non accade alle loro coetanee del nordeuropa. Io partirei dalle scelte scolastiche per tentare di cambiare le cose. Mi sembra una questione urgente, anche perché vedo che le giovani lavoratrici, forse per via della crisi, sempre più spesso arrivano in azienda già con l'idea che la loro carriera sarà limitata a funzioni operative e di non poter chiedere molto di più di quanto viene loro offerto».