



G7 Pari opportunità

Martina Rogato, Claudia Segre e Annamaria Tartaglia, le co chair di Women 7, Engagement group del G7, fanno il punto sulla redazione del Communiqué da consegnare ai Governi al Summit di Roma



VALORE DONNA

Visioni, successi e leadership al femminile

PER IL BENESSERE DELLA COLLETTIVITÀ



Alessandra Ricci, amministratore delegato di Sace

Per quasi cinquant'anni Sace, gruppo assicurativo-finanziario che opera sotto il diretto controllo del Ministero dell'Economia e delle finanze, è stata sinonimo di supporto all'export e alla competitività delle imprese tricolore nel mondo. Ma nell'ultimo triennio ha completamente cambiato pelle, abbracciando una missione più ampia di sostegno alla liquidità e alla crescita sostenibile di tutto il tessuto imprenditoriale italiano. Un approccio orientato alla creazione di benessere per la collettività, culminato nella recente adozione di un modello che responsabilizza e ripone piena fiducia nelle risorse professionali interne. Perseguendo al contempo obiettivi ambiziosi di

>>> segue a pagina 3

■ Giornalismo

Divario economico e di carriere nella professione, il punto di Elisabetta Mancini di Agi

■ Magistratura

L'impegno contro la violenza e gli stereotipi di genere, parla la magistrata Paola Di Nicola Tagliavini



ROMANA LIUZZO

I 15 ANNI DEL PREMIO GUIDO CARLI

di Giacomo Govoni

Nei quindici anni che fu Governatore della Banca d'Italia, dal 1960 al 1975, le donne nell'Istituto passarono dal 16 al 25 per cento e per loro si aprirono le porte della carriera direttiva. Guido Carli era uno statista illuminato anche in questo: rendeva onore al valore delle persone, spazzando via con i fatti le discriminazioni basate sul genere e sull'età. Chi può testimoniare con orgoglio e affetto di nipote è Romana Liuzzo, presidente della Fondazione che ne porta il nome e che l'anno scorso ha dedicato due lectio magistralis alla leadership delle donne e ai pregiudizi che si trovano a combattere. «Abbiamo voluto dare voce - evidenzia Liuzzo - a chi sa sfidare il conformismo del pensiero unico e afferma la libertà di essere sé stessa, di coltivare con determinazione il suo talento in settori ancora dominati dagli uomini. Alle quote rosa preferisco la meritocrazia: il più potente vettore di parità, come sapeva Guido Carli».

Riconoscere il merito e valorizzarlo, così insegnava suo nonno. Stringendo la lente sull'emisfero femminile, che grado di "recepimento" ha raggiunto questa lezione nel nostro Paese?

«Partiamo dai traguardi: le tante prime volte. Oggi abbiamo Giorgia Meloni a capo del Governo, Mar-

gherita Cassano presidente della Cassazione, Antonella Polimeni alla guida dell'Università Sapienza di Roma, la più grande d'Europa. Samantha Cristoforetti, prima europea a dirigere la Stazione spaziale internazionale, Marta Cartabia la prima a presiedere la Corte costituzionale. Tra le cento scienziate migliori al mondo nella classifica di Research.com quattro sono italiane. Le studentesse rappresentano ormai il 55,6 per cento delle immatricolazioni all'università. Ma non possiamo accontentarci. Bisogna abbattere le barriere al lavoro, che è partecipazione. È inaccettabile che il nostro tasso di occupazione femminile sia il più basso d'Europa e che le madri continuino a essere fortemente penalizzate».

L'inclusione e la parità di genere sono dimensioni cardine della sostenibilità, fil rouge della vostra attività in questa stagione. Quali iniziative promuovete in Fondazione per valorizzarle?

«Abbiamo voluto dedicare alla sostenibilità la Convention inaugurale di dicembre per sottolineare che le sue tre componenti - ambientale, economica e sociale - non vanno mai disgiunte. Carli si è sempre preoccupato che il progresso economico fosse accompagnato dal miglioramento del benessere collettivo. Alla fine degli anni Sessanta sollecitava, accanto ai nuovi stabilimenti industriali, la nascita di

scuole, ospedali, uffici postali. Memori della sua lezione, abbiamo donato cento volumi della sua biblioteca a Caivano. Oggi mio nonno chiederebbe di coniugare tutela dell'ambiente, crescita e lavoro, perché nessuno sia lasciato indietro. E invocherebbe ancora di fare largo alle nuove generazioni».

Durante l'ultima lectio magistralis "Imperfetti ma felici" avete esortato anche a una sorta di rivoluzione della gentilezza. Che "armi" possono sfoderare le donne per guidarla?

«Noi donne, per storia e per cultura, siamo abituate a prenderci cura degli altri: figli, genitori anziani, malati. L'empatia è la migliore alleata della gentilezza. "Se ciò che io dico risuona in te, è semplicemente perché siamo entrambi rami di uno stesso albero", scrisse il poeta William Butler Yeats. Quella sensazione non è soltanto uno stato di grazia personale, può diventare cemento per la comunità. Ecco perché sosteniamo che praticare gentilezza sia il vero atto rivoluzionario dei nostri giorni. Un antidoto agli egoismi a favore della coesione sociale, in un mondo che sembra sprofondare nell'individualismo più bieco».

Tra poche settimane festeggerete i primi 15

>>> segue a pagina 4



F E D E R I C A T O S I

federicatosi.it



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione
Renata Gualtieri,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Cinzia Calogero, Anna Di Leo,
Alessandro Gallo, Simona Langone,
Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Cristiana Golfarelli,
Michelangelo Podestà,
Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato
Fiorella Calò,
Francesca Druidi, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi, Maria Pia
Telese

Sede
Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

supplemento di Nea
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 8272/12 del 6/11/2012

Per il benessere della collettività

Promuovendo un modello inclusivo e skill-based, Sace favorisce l'empowerment a prescindere dal genere. Uno stile che si riflette anche nel sostegno alla managerialità femminile nelle imprese export oriented, come spiega Alessandra Ricci

Per quasi cinquant'anni Sace, gruppo assicurativo-finanziario che opera sotto il diretto controllo del Ministero dell'Economia e delle finanze, è stata sinonimo di supporto all'export e alla competitività delle imprese tricolore nel mondo. Ma nell'ultimo triennio ha completamente cambiato pelle, abbracciando una missione più ampia di sostegno alla liquidità e alla crescita sostenibile di tutto il tessuto imprenditoriale italiano. Un approccio orientato alla creazione di benessere per la collettività, culminato nella recente adozione di un modello che responsabilizza e ripone piena fiducia nelle risorse professionali interne. Perseguendo al contempo obiettivi ambiziosi di work-life balance. «Tutto questo è possibile» sottolinea l'amministratore delegato Alessandra Ricci - solo apportando dei cambiamenti sostanziali anche alla nostra organizzazione».

Vogliamo descrivere nel dettaglio questa trasformazione in corso e su quali pilastri poggia?

«Da qualche tempo abbiamo messo a punto un modello organizzativo skill-based, che valorizza i talenti e le potenzialità delle nostre persone, supera il sistema gerarchico tradizionale e il concetto di "posto di lavoro", favorendo la mobilità interna, l'apprendimento continuo e lo sviluppo di competenze trasversali. E accanto a questo, abbiamo sviluppato un concetto di leadership diffusa e sostenibile, fondato su valori e attitudini quali coraggio, passione, empatia e capacità di ispirare per guidare il cambiamento».

Esaminando da vicino questo nuovo stile di leadership, cosa vuol dire questo concretamente per Sace e come lo mettete in pratica?

«Abbiamo adottato un modello di leadership che non ha alcuna connotazione gerarchica, ma si regge su un insieme di valori che abbiamo scelto come prioritari. Valori calati nella realtà, che corrispondono a comportamenti e che fanno sì che le cose accadano. Per questo, un leader che aspiri a essere tale, deve essere coraggioso, positivo, empatico, fo-



Alessandra Ricci, amministratore delegato di Sace

calizzato sugli obiettivi di lungo termine e sul fine ultimo che l'azienda persegue, che è il benessere della comunità in cui opera. Questo è la vera garanzia di resilienza».

Destano molto interesse le novità che avete introdotto in termini di flessibilità. Cosa può dirci in merito?

«Dal primo gennaio di quest'anno abbiamo adottato un modello di lavoro che, grazie anche alla partnership con Microsoft per lo sviluppo delle tecnologie innovative, consente alle persone che lavorano in Sace di decidere quando, dove e come svolgere al meglio il proprio lavoro. Con smartworking illimitato e la possibilità di usufruire di un giorno di riposo a settimana, a parità di trattamento economico. Lo abbiamo chiamato Flex4Future: è un sistema che viaggia di pari passo con una cultura aziendale improntata a responsabilità e fiducia reciproca. Stiamo monitorando questa sperimentazione con l'Osservatorio Smart working del Politecnico di Milano per valutarne gli impatti sulla produttività e siamo fiduciosi. Perché più le persone sono libere, più sono felici, più rendono le aziende più produttive».

E in chiave di empowerment femminile, che ricadute favorevoli determina questa visione?

«Le ricadute positive sono per tutti (sia donne che uomini), perché il modello che abbiamo abbracciato è inclusivo e si fonda sull'empowerment di ogni lavoratore. Ovvero sulla capacità di ciascuno di contribuire al purpose di Sace e costruire il proprio percorso all'interno dell'azienda. Questa filosofia di governance ci consente di superare qualsiasi visione stereotipata dei ruoli e favorisce un accesso più libero e trasparente ai percorsi di carriera».

Un impegno, quello per la leadership femminile che promuovete anche nelle imprese italiane. Che evidenze ci sono e quali iniziative avete sviluppato?

«Poco più della metà del tessuto imprenditoriale italiano è rappresentato da donne, rispetto a una media europea del 67,4 per cento e il gap è ancora più marcato al Sud Italia. Tanto per dare un'idea, basti pensare che Banca d'Italia ha stimato che se arrivassimo ad almeno il 60 per cento di tasso di occupazione femminile, il Pil dell'Italia aumenterebbe di 7 punti percentuali. Noi stiamo lavorando in questa direzione con alcune iniziative, tra cui Women in Export, una community che mette in contatto le migliori professionalità femminili nell'export e nell'internazionalizzazione in Italia».

Che grado di coinvolgimento ha raggiunto finora?

«A oggi ne fanno parte 800 donne da Nord a Sud, che rappresentano il capitale intellettuale femminile delle imprese italiane. Si tratta di un progetto che intende innescare un social impact nel panorama imprenditoriale italiano e che ci rappresenta pienamente perché è basato su valori essenziali per noi: ascolto, formazione attraverso la condivisione di esperienze e la costruzione di resilienza». • Giacomo Govoni

Women in Export

È un programma che mette in contatto le migliori professionalità femminili nell'export e nell'internazionalizzazione in Italia

I 15 anni del premio Guido Carli

Per Guido Carli età o genere non contavano: l'unico metro di valutazione serio era il merito. «Il più potente vettore di parità» lo definisce oggi Romana Liuzzo, che attraverso il Premio e lectio magistralis ne tramanda la memoria

Nei quindici anni che fu Governatore della Banca d'Italia, dal 1960 al 1975, le donne nell'Istituto passarono dal 16 al 25 per cento e per loro si aprirono le porte della carriera direttiva. Guido Carli era uno statista illuminato anche in questo: rendeva onore al valore delle persone, spazzando via con i fatti le discriminazioni basate sul genere e sull'età. Chi può testimoniare con orgoglio e affetto di nipote è Romana Liuzzo, presidente della Fondazione che ne porta il nome e che l'anno scorso ha dedicato due lectio magistralis alla leadership delle donne e ai pregiudizi che si trovano a combattere. «Abbiamo voluto dare voce - evidenzia Liuzzo - a chi sa sfidare il conformismo del pensiero unico e afferma la libertà di essere sé stessa, di coltivare con determinazione il suo talento in settori ancora dominati dagli uomini. Alle quote rosa preferisco la meritocrazia: il più potente vettore di parità, come sapeva Guido Carli».

Riconoscere il merito e valorizzarlo, così insegnava suo nonno. Stringendo la lente sull'emisfero femminile, che grado di "recepimento" ha raggiunto questa lezione nel nostro Paese?

«Partiamo dai traguardi: le tante prime volte. Oggi abbiamo Giorgia Meloni a capo del Governo, Margherita Cassano presidente della Cassazione, Antonella Polimeni alla guida dell'Università Sapienza di Roma, la più grande d'Europa. Samantha Cristoforetti, prima europea a dirigere la Stazione spaziale internazionale, Marta Cartabia la prima a presiedere la Corte costituzionale. Tra le cento scienziate migliori al mondo nella classifica di Research.com quattro sono italiane. Le studentesse rappresentano ormai il 55,6 per cento delle immatricolazioni all'università. Ma non possiamo accontentarci. Bisogna abbattere le barriere al lavoro, che è partecipazione. È inaccettabile che il nostro tasso di occupazione femminile sia il più basso d'Europa e che le madri continuino a essere fortemente penalizzate».

L'inclusione e la parità di genere sono dimensioni cardine della sostenibilità, fil



Romana Liuzzo, presidente della Fondazione Guido Carli

rouge della vostra attività in questa stagione. Quali iniziative promuovete in Fondazione per valorizzarle?

«Abbiamo voluto dedicare alla sostenibilità la Convention inaugurale di dicembre per sottolineare che le sue tre componenti - ambientale, economica e sociale - non vanno mai disgiunte. Carli si è sempre preoccupato che il progresso economico fosse accompagnato dal miglioramento del benessere collettivo. Alla fine degli anni Sessanta sollecitava, accanto ai nuovi stabilimenti industriali, la nascita di scuole, ospedali, uffici postali. Memori della sua lezione, abbiamo donato cento volumi della sua biblioteca a Caivano. Oggi mio nonno chiederebbe di coniugare tutela dell'ambiente, crescita e lavoro, perché nessuno sia lasciato indietro. E invocherebbe ancora di fare largo alle nuove generazioni».

Durante l'ultima lectio magistralis "Imperfetti ma felici" avete esortato anche a una sorta di rivoluzione della gentilezza. Che "armi" possono sfoderare le donne per guidarla?

«Noi donne, per storia e per cultura, siamo abituate a prenderci cura degli altri: figli, genitori anziani, malati. L'empatia è la mi-

gliore alleata della gentilezza. "Se ciò che io dico risuona in te, è semplicemente perché siamo entrambi rami di uno stesso albero", scrisse il poeta William Butler Yeats. Quella sensazione non è soltanto uno stato di grazia personale, può diventare cemento per la comunità. Ecco perché sosteniamo che praticare gentilezza sia il vero atto rivoluzionario dei nostri giorni. Un antidoto agli egoismi a favore della coesione sociale, in un mondo che sembra sprofondare nell'individualismo più bieco».

Tra poche settimane festeggerete i primi 15 anni del Premio Guido Carli con un'edizione straordinaria. Che incidenza avrà la componente femminile tra le eccellenze in passerella?

«Da molti anni le donne sono al centro. Non soltanto manager e imprenditrici di altissimo profilo, ma anche protagoniste delle

istituzioni come l'ambasciatrice negli Usa Mariangela Zappia, la senatrice a vita Lillian Segre e l'attuale direttrice dei servizi segreti Elisabetta Belloni, campionesse dello sport come Sofia Goggia, Bebe Vio e Federica Pellegrini, stelle della moda come Alberta Ferretti e Maria Grazia Chiuri. Non ci rendiamo mai abbastanza conto di quanto le italiane regalano al mondo. Lo vedremo anche il 10 maggio, nell'edizione straordinaria all'Auditorium Parco della Musica a Roma: riceveranno il Premio Guido Carli personalità femminili che hanno assunto ruoli apicali nelle imprese di famiglia e nel cinema. Il vento del Mediterraneo soffierà forte sul palco».

Senza far torto alle escluse, quali sono le prime tre donne di valore che le vengono in mente che le hanno cambiato la vita in meglio e considera un modello di ispirazione anche per i giovani?

«Sicuramente mia nonna Maria Carli Pugliese, artista sensibile, poetessa, amante degli animali. Ancora adesso, se penso a lei, sento il profumo dei fiori che tagliava nella casa in cui ho trascorso i momenti più felici della mia infanzia. Un'altra persona per me fonte di ispirazione è Claudia Parzani, ex premiata, ora nella giuria del Premio Carli. Prima donna a presiedere Borsa Italiana, mi ha insegnato il valore del fallimento: imparare a cadere come il judoka e poi rialzarsi. Infine, Rita Levi Montalcini. Per il suo straordinario contributo alla scienza, l'intelligenza luminosa, ma anche per la fiducia nel futuro che emanava. "Bisogna dire ai giovani quanto sono stati fortunati a nascere in questo splendido Paese che è l'Italia", disse una volta. Dovremmo ricordarlo di più».

• Giacomo Govoni

Un'edizione straordinaria

I 15 anni del Premio Guido Carli verranno festeggiati il 10 maggio all'Auditorium Parco della Musica a Roma: riceveranno il Premio personalità femminili che hanno assunto ruoli apicali nelle imprese di famiglia e nel cinema



Parità e natalità, l'impegno del governo

È impensabile oggi parlare di inverno demografico senza porre sul tavolo temi quali conciliazione tra famiglia, lavoro e vita privata, sostegno all'occupazione femminile e rientro dalla natalità. Le parole della ministra per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità Eugenia Roccella

La certificazione della parità di genere per le imprese può favorire una maggiore occupazione femminile ma, soprattutto, una migliore qualità del lavoro delle donne. Per questo, la certificazione della Parità di genere è un obiettivo centrale sul fronte Pnrr per il governo. Un obiettivo già ampiamente raggiunto. «Invece delle 800-1000 imprese previste nel 2026, ne abbiamo adesso oltre 1.600 già certificate». Lo ha annunciato la ministra per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità Eugenia Roccella al Festival Internazionale dell'Economia di Genere, ricordando l'impegno del Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei ministri per la certificazione delle Pmi.



ACCOMPAGNARE

LE PMI NELLA PARITÀ DI GENERE

Obiettivo della misura prevista da Pnrr, che ha una dotazione complessiva di 10 milioni di euro, 8 dei quali destinati al supporto alle Pmi, è accompagnare e incentivare le aziende ad adottare policy adeguate a ridurre il divario di genere e, in linea con quanto previsto dalla Strategia nazionale per la parità di genere, contribuire a raggiungere entro il 2026 l'incremento di 5 punti nella classifica dell'Indice sull'uguaglianza di genere elaborato dall'Eige (Istituto europeo per l'uguaglianza di genere). Classifica che attualmente vede l'Italia al 13esimo posto dei Paesi Ue. «Con questa misura vogliamo promuovere quel cambiamento culturale che riteniamo fondamentale per la piena affermazione delle pari opportunità tra uomo e donna e per una maggiore partecipazione delle donne alla vita economica e sociale del Paese», aveva dichiarato lo scorso novembre la ministra Roccella, annunciando la prima tranche di agevolazioni per le Pmi. «Il mondo delle imprese sta dimostrando un grande senso di responsabilità, ma siamo consapevoli che per le piccole realtà, che costituiscono una

componente essenziale del tessuto produttivo, è più difficile dedicare risorse ed energie alla definizione di nuove procedure, apparentemente lontane dal loro core business. Per questo è importante accompagnarle e incentivarle, affinché possano anch'esse integrare la prospettiva delle pari opportunità nelle scelte aziendali. Ci vorrà tempo, ma siamo convinti che, anche grazie al pieno coinvolgimento del mondo imprenditoriale, le donne potranno liberare il loro potenziale di crescita e di libertà».

IL CODICE

DI AUTODISCIPLINA PER LE IMPRESE

Tornando al presente, la ministra per la Famiglia, la Natalità e le Pari Opportunità ha sottolineato come alla certificazione della parità di genere si affianchi il Codice di autodisciplina per le imprese, varato dalla stessa Eugenia Roccella per creare un clima culturale ed economico di collaborazione tra datore di lavoro e dipendenti rispetto al tema della maternità. «Il Codice di autodisciplina per le imprese è mirato soprattutto su un punto che è fondamentale per il gap salariale e pensionistico per le donne, cioè

il rientro dalla maternità. Le donne, dopo l'assenza per maternità, devono poter riprendere la professionalità, quindi rientrare al lavoro senza essere penalizzate. La maternità non può essere una penalizzazione economica per le donne. Su questo tema stiamo andando avanti, perché riteniamo che alla lunga l'autonomia e la libertà delle donne, e quindi anche la libertà e l'autonomia economica, non soltanto siano fondamentali per la nostra vita quotidiana, ma anche per lo sviluppo del Paese e per abbassare il livello di violenza che oggi dobbiamo purtroppo constatare».

IL GOVERNO

AL LAVORO CONTRO LA DENATALITÀ

L'Italia intende portare nella nuova Commissione e nel nuovo Parlamento europeo il tema della demografia come una priorità del prossimo quinquennio. Lo ha indicato la ministra Roccella in occasione del conve-

gno Per un'Europa giovane. Transizione demografica, ambiente, futuro, da lei organizzato a Roma lo scorso 12 aprile. Contro l'inverno demografico «occorre un investimento pubblico e privato, una mobilitazione collettiva che passi dall'impresa ai servizi, dall'amministrazione alla finanza, dal più piccolo ente locale alla Commissione europea, e coinvolga anche la comunicazione». La via italiana alla natalità si basa su più punti: sostegno economico, conciliazione, lavoro. «Rafforzare le fondamenta di questa struttura è l'obiettivo dei prossimi anni. Ma, contemporaneamente, serve un lavoro con le autonomie locali, Regioni e Comuni, per rilanciare i servizi a misura di famiglia sul territorio», aggiunge



La ministra per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità Eugenia Roccella

Eugenia Roccella. «Dalla prima finanziaria del Governo Meloni, l'universalismo delle politiche familiari italiane prende una piega pro-natalista e pro famiglia. L'aumento della spesa per l'Assegno Unico da 16,5 miliardi di euro nel 2022 a più di 19 miliardi per il 2024 è riassumibile nell'impegno verso la fascia 0-3 anni (incremento del 50 per cento per i nuovi nati) e per le famiglie numerose». Su questa base si sviluppano i due 'muri portanti' delle politiche sulla conciliazione famiglia-lavoro. «Il primo asse sono i congedi parentali. In questi due anni il Governo ha portato dal 30 all'80 per cento la copertura di due mensilità dei congedi parentali». Il secondo asse consiste nei servizi socio-educativi per la fascia di età 0-3. «L'attuale legge finanziaria ha previsto un rimborso completo per le famiglie con due o più figli a copertura delle rette per gli asili nido», ha concluso la ministra Roccella.

• Francesca Druidi

Belloni, coordinatrice G7

In considerazione della proposta di destinazione a Tel Aviv dell'ambasciatore Luca Ferrari, l'ambasciatrice Elisabetta Belloni è stata nominata l'8 marzo scorso come sherpa G7/G20 del Presidente del Consiglio, mantenendo l'attuale incarico di capo del Dipartimento delle informazioni per la sicurezza (Dis). Romana, classe 1958, è la prima donna nella storia della Farnesina a essere nominata Segretario generale, così come la prima donna in Italia alla guida dei servizi segreti. A lei spetterà il coordinamento dell'attività diplomatica che si svolge intorno al G7, di cui l'Italia ha quest'anno la presidenza, culminante nell'evento del 14 e 15 giugno in Puglia.



Protagoniste del cambiamento

Il W7 è il G7 delle pari opportunità del business, della società civile e delle organizzazioni non profit internazionali, nell'ambito del G7 2024 a guida italiana. L'imprenditrice e co chair Annamaria Tartaglia ci spiega obiettivi e funzionamento del gruppo

I Women 7 (W7) è l'Engagement Gruppo Ufficiale del G7 sulle pari opportunità. In occasione della Presidenza italiana del G7 anche il W7 ricade sotto la Presidenza del nostro Paese, potendo contare su una governance solida e coesa formata da tre co chair, un Comitato italiano composto da 12 membri delegati e oltre 70 advisor internazionali in rappresentanza di associazioni, fondazioni e Ong che operano in quest'ambito. Una delle tre co chair, l'imprenditrice Annamaria Tartaglia, ceo di TheBrandSitter, ci fa entrare nel processo decisionale che porterà alla redazione del Communiqué finale da consegnare ai governi del G7 l'8-9 maggio al Summit di Roma. «Il processo che coinvolge co chair, steering committee e advisor è stato istituzionalizzato con la presidenza tedesca del G7. Questa governance è stata creata per includere le istanze tematiche della società civile dei Paesi del G7 e ottenere raccomandazioni in prospettiva futura che accolgano il punto di vista di advisor localizzate in parti differenti del mondo (oltre 40 Paesi)», spiega Annamaria Tartaglia. I temi discussi nelle riunioni del W7 sono: «Lavoro», «Empowerment finanziario», «Giustizia climatica», «Violenza contro donne e bambine», «Pace e sicurezza», senza dimenticare le questioni cross-settoriali «Intelligenza artificiale», «Salute» e «Migrazioni».

Può riassumerci le fasi salienti del W7?
«Tra dicembre 23 e gennaio 24 sono state scelte le advisor; un esperto in questo tipo di selezioni ci ha accompagnato nel percorso, aiutandoci con la definizione di requisiti di idoneità per valutare le molte richieste ricevute. Alle advisor selezionate è stato consegnato il cosiddetto "draft zero",

Annamaria Tartaglia, imprenditrice e co chair



ossia il compito di formulare le prime riflessioni sui 5 macro temi. Divise poi in cinque gruppi, le advisor sono state chiamate a identificare i contenuti per ogni singolo argomento, grazie alla guida e al supporto delle co chair. Attraverso incontri on line, abbiamo monitorato lo stato di avanzamento dei lavori; in questi giorni si sta finalizzando la parte trasversale, che fornisce una visione generale del contenuto introduttivo, e il lavoro dei singoli gruppi. L'obiettivo è giungere alla redazione di un comunicato condiviso, che sarà discusso collettivamente prima di essere approvato. La parola chiave è consenso. Fondamentale è anche la forma grafica: il comunicato deve essere sintetico - non più di due pagine - e suddiviso per capitoli. Altrettanto importante il linguaggio, che deve rappresentare le istanze femministe. Il prossimo 8 maggio il Communiqué sarà consegnato alla presidente del Consiglio Meloni in occasione del Summit e da allora sarà accessibile a tutti».

Cosa accadrà dopo?

«Partirà un grande lavoro di advocacy, per far conoscere l'esito del Summit e la direzione che abbiamo intrapreso con le nostre raccomandazioni. Ci auguriamo che queste siano il più possibile recepite dalla "Leaders Declaration" al termine del G7 a giugno. Nell'arco di un anno, attraverso una Road map, saremo poi in grado di valutare che cosa è stato implementato e a quale punto si è arrivato; quali sono state le raccomandazioni effettivamente portate avanti e da quali Paesi».

I temi del W7 2024 sono in continuità con quelli delle passate presidenze?

«C'è continuità, ma si tiene anche conto del-

15%

Imprenditrici

Percentuale relativa all'imprenditoria femminile registrata in Italia rispetto all'imprenditoria in generale

le evoluzioni legate ai cambiamenti economici e sociali. Nel comunicato finale, l'introduzione esporrà le istanze generali, poi declinate e specificate nei cinque macro temi. Fondamentale è per noi disporre di gender sensitive & disaggregated data per avere un quadro più chiaro di quelli che sono argomenti trasversali come l'educazione, il lavoro, la salute e i nodi riguardanti la leadership. Come sempre lavoriamo sugli stereotipi di genere e sui bias che ostacolano la crescita femminile; oggi ad esempio preoccupano gli algoritmi discriminatori proposti dall'intelligenza artificiale».

Lei è stata in passato advisor e capo delegazione. Che cosa rappresenta per lei rivestire il ruolo di co chair del Women7, impegno lo ricordiamo pro bono?

«Per me è la scelta di dare voce, come persona innanzitutto e poi come membro della società civile, a istanze necessarie e non sempre equamente rappresentate e non sempre recepite, capite, comprese o sviluppate nelle leggi approvate. È la volontà

di andare a incidere sul futuro, non solo nostro ma di tutte le generazioni. Quello portato avanti da Women7 è un patto intergenerazionale, che coinvolge donne dalla maggiore esperienza e donne più giovani, nel rispetto di chi nel passato ha costruito un certo tipo di percorso e si è trovato a essere non equamente rappresentato».

Ha fondato Angel4Woman per sostenere le start-up femminili. Qual è oggi la situazione per l'imprenditoria rosa?

«Resta una preoccupante sotto-rappresentazione dell'imprenditoria femminile, che in Italia si attesta al 15 per cento rispetto all'imprenditoria in generale. I numeri crescono un po' se parliamo di aziende "a prevalenza femminile". Ma è chiaro che le donne faticano, in primis a pensare di poter essere imprenditrici, perché è un percorso a cui non sono abituate, per il quale non sono state formate e perché esistono dei bias che ci dicono che una donna imprenditrice viene presa molto meno sul serio di un suo collega maschio. In seconda battuta esistono grossi problemi nell'accesso ai finanziamenti e al credito. Ci sono ostacoli enormi che Angel4Woman è nata per superare. Oggi su circa 1500 Business Angel attivi in Italia, solo il 17 per cento è donna. L'obiettivo della nostra Associazione è, da una parte, far crescere le imprenditrici mettendo a loro disposizione strumenti finanziari e di educazione, indirizzandole in un percorso di crescita e di equilibrio anche sul fronte del work life balance; e dall'altra anche educare le donne a una scelta finanziaria consapevole come quella del Business Angel, aiutando così altre donne a fare imprenditoria». • FD

Contrastare la violenza economica

La guida italiana del prossimo G7 ha visto il comitato sulle pari opportunità Women7 impegnarsi su 5 macro aree, «dando priorità soprattutto a temi come lavoro, empowerment finanziario e prevenzione alla violenza», spiega la co chair Claudia Segre, presidente Global Thinking Foundation

S secondo il report realizzato da WeWorld e Ipsos, una donna italiana su due, ovvero il 49 per cento delle donne intervistate, dichiara di aver subito violenza economica almeno una volta nella vita, percentuale che sale al 67 per cento tra le donne divorziate o separate. È un fenomeno strisciante, quello della crescente violenza economica di genere nella nostra società, contro cui si batte Claudia Segre, co chair del W7, il gruppo di impegno civile ufficiale del vertice G7, e figura di spicco nel panorama della finanza sostenibile e del fintech. La sua missione è quella di consentire a tutte le donne di assumere il controllo del proprio futuro economico e di sfruttare le tecnologie fintech per colmare il crescente divario di genere nell'inclusione finanziaria. Del resto, l'empowerment finanziario è uno dei temi discussi nelle riunioni del W7 2024 insieme a lavoro, giustizia climatica, violenza contro donne e bambine, pace e sicurezza.

Claudia Segre, quali sono le principali sfide per W7 sotto la presidenza italiana?

«Il W7, sin dalla sua nascita, ha voluto perseguire il successo raccolto dagli altri gruppi della società civile che sono diventati punti di riferimento imprescindibili per organismi sovranazionali come il Fondo Monetario Internazionale, l'Unione europea e la Banca Mondiale, piuttosto che degli stessi governi: esecutivi che sempre di più si aprono a una concertazione politica, mettendosi all'ascolto della società civile. La sfida è quella di far arrivare il nostro documento di policy e le nostre istanze pri-

Claudia Segre, co chair W7 e presidente Global Thinking Foundation



ma di tutto ai governi G7 per un pieno recepimento delle stesse, perché crediamo che la politica, intesa come servizio alla cittadinanza, possa essere lungimirante e oltremodo efficace».

Tra le advisor che collaborano con lei, le altre due co chair e il Comitato italiano ci sono anche fondazioni e associazioni italiane. Quanto è importante il contributo della società civile nel W7?

«Il processo di governance e, quindi, il funzionamento del Gruppo di ingaggio della società civile W7 si è svolto per la prima volta in Italia in questa modalità. È stato avviato proprio da un'audizione in più fasi delle principali associazioni femminili ed enti no profit che operano sul territorio per raccogliere istanze, raccomandazioni ed esperienze di innovazione sociale che hanno fattivamente permesso la preparazione della bozza iniziale di un comunicato, poi finalizzato dal gruppo di advisor internazionali che abbiamo selezionato. Un contributo quindi fondamentale, che si è perfettamente rispecchiato nei cinque focus, dando priorità soprattutto a temi come lavoro, empowerment finanziario e prevenzione alla violenza. Ci siamo concentrate sulle direttrici fondamentali per migliorare la partecipazione femminile al mondo del lavoro».

Che cosa rappresenta per lei, dal punto di vista umano e professionale, rivestire il ruolo di co chair del W7?

«La mia carriera professionale si è svolta nell'ambito della finanza internazionale e da ciò ne è conseguita una svolta nella vita personale, con l'avvio di un'attività filantropica nella quale si rispecchiano competenze ed esperienze che ho potuto condividere e mettere a frutto dopo anni di advocacy e battaglie sull'equità di genere. Un'esperienza come quella di volontaria per il W7 è tesa a portare la voce della società civile: ascoltare e raccogliere l'esperienza di attiviste provenienti da tutte le parti del mondo. È un impegno che riflette il mio forte senso di responsabilità sociale nei confronti del mio Paese e di tutte le persone che restano invisibili e inascoltate, tra cui purtroppo molte donne e ragazze che hanno perso la fiducia nella propria capacità di riscatto sociale».

Lei presiede Global Thinking Foundation, che supporta e promuove l'indipendenza finanziaria come forma di prevenzione e tutela contro la violenza economica. Quanto questo fenomeno è radicato nel nostro Paese?

«In una recente ricerca che abbiamo svolto



L'empowerment finanziario

È uno dei temi discussi nelle riunioni del W7 2024 insieme a lavoro, giustizia climatica, violenza contro donne e bambine, pace e sicurezza



su un campione di 1400 donne italiane, il 68,8 delle donne intervistate si dichiara economicamente indipendente, a fronte di un 31,2 per cento che dipende da un partner o da altro familiare. Il quadro è incoraggiante. Tuttavia, è proprio su quel 30 per cento di donne, a rischio di esclusione sociale e finanziaria, che occorre ragionare anche nel ricomprendere gli altri esiti raccolti, ricordando che in Italia solo il 52 per cento delle donne lavora, rispetto a una media europea che supera il 70 per cento. Inoltre, tenuto conto che nel 90 per cento dei casi di fem-

minicidio la causa scatenante si riferisce a situazioni pregresse di violenza economica, si può comprendere come un cambiamento culturale nei confronti dell'importanza dell'autodeterminazione economica femminile trovi ancora molte resistenze. Ma anche lacune, dovute a un impianto normativo che ancora non riflette completamente la piena attuazione della Convenzione di Istanbul. Occorre quindi fare riferimento a quelle sentenze che equiparano la violenza economica e psicologica a quella fisica e sessuale». • **Francesca Druidi**

AI W7 la voce delle nuove generazioni

Portare il gender mainstreaming sul tavolo dei leader G7 per strappare un impegno concreto. È questo il faro dell'attività di Women7, come spiega Martina Rogato, co chair e attivista. Tra le urgenze più sentite da affrontare c'è il cambiamento climatico

Restituire nell'ambito del Women7 la visione e le istanze delle giovani donne è l'obiettivo di Martina Rogato, co chair del W7 per la presidenza italiana del G7 2024, che ha già diversi anni di esperienza all'attivo nel gruppo ufficiale del G7 sulle pari opportunità. Esperta di sostenibilità e diversity, Martina Rogato ha creato Young Women Network e co-fondato Human Rights International Corner, l'unica organizzazione in Italia che si occupa verticalmente del tema imprese e diritti umani.

Il Women7 è stato costituito nel 2018 sotto la presidenza canadese e ha assunto progressivamente una sua struttura organizzativa. Oggi qual è il ruolo di questo gruppo e soprattutto quanto è strategica la sua attività rispetto al raggiungimento della parità di genere e della tutela dei diritti delle donne?

«Si tratta innanzitutto del gruppo di impegno ufficiale del G7 sulle pari opportunità che ha l'obiettivo di inserire un'ottica di gender mainstreaming all'interno della Dichiarazione di impegni dei leader G7. È funzionale a incoraggiare i capi di stato e di governo



ad adottare una lente femminista rispetto ad accordi, decisioni politiche ed economiche. Quest'anno a Roma, il W7 Summit anticiperà di qualche settimana il vertice di Borgo Ignazia (dal 13 al 15 giugno, ndr), e sarà l'occasione per raccontare pubblicamente le nostre proposte di policy in ambito di: occupazione e lavoro delle donne; giustizia economica ed empowerment finanziario; lotta alla violenza contro le donne; giustizia climatica e pace e sicurezza. Sfide che hanno in comune la centralità e la necessità della leadership femminile».

Lei ha partecipato al W7 2023 sotto la presidenza giapponese con cui c'è stata grande collaborazione. Registra una continuità d'intenti oppure con ogni nuova presidenza cambia anche in maniera significativa il raggio d'azione?

«Nonostante la presidenza del W7 segua la rotazione annuale dei Paesi, sinergicamente al G7, si tende a mantenere continuità dei processi, delle prassi e dei valori del nostro movimento. Esiste, inoltre, un comitato internazionale delle presidenze passate per condividere strategie, confrontarsi e valo-

rizzare le esperienze di ogni Paese. I nostri contenuti mantengono poi il fil rouge dell'intersezionalità, ovvero considerano le donne in ogni aspetto della propria diversità, dall'orientamento sessuale, all'età, alla disabilità».

Che cosa rappresenta per lei dal punto di vista umano e professionale rivestire il ruolo di co chair del Women7?

«Si tratta del coronamento di un percorso di attivismo che è iniziato con Amnesty International nel 2009, e che è proseguito con la fondazione di Young Women Network nel 2012, il primo network di empowerment delle giovani donne in Italia, che oggi conta più di 700 associate. Consideri inoltre che le nostre raccomandazioni sono anche frutto di un'intensa attività di consultazione della società civile italiana, che ha visto in tre mesi ascoltare le priorità di quasi 200 organizzazioni ed esponenti del terzo settore. Un privilegio essere co chair, ma una grande responsabilità: ovvero far sentire anche al vertice la voce delle giovani attiviste italiane e internazionali».

È una pioniera del tema della sostenibilità ed è, come ha ricordato, co-fonda-



trice e presidente onoraria di Young Women Network. Cosa invocano le giovani?

«Le giovani chiedono di poter partecipare alla messa a terra di soluzioni che riguardino il proprio futuro, di poter esprimere il proprio pensiero e come molti attivisti climatici ci ricordano l'importanza di strappare ai governi piani d'azione concreti nella lotta alla crisi climatica. Non è un caso che uno dei pilastri della nostra presidenza sia il legame tra clima e genere, in un'ottica anche intergenerazionale». • **Francesca Druidi**

Martina Rogato, co chair Women 7 e attivista



I membri del Comitato

Il Comitato italiano del Woman7, presieduto da Lella Golfo, guida della Fondazione Bellisario, è composto da 12 associazioni. Oltre alla Fondazione Bellisario, abbiamo: Angels4Women (Annamaria Tartaglia); Donne Leader in Sanità (Patrizia Ravaioli); Fuori Quota (Maurizia Iachino); Global Thinking Foundation (Claudia Segre); Human Rights International Corner (Martina Rogato); Soroptimist (Adriana Macchi); Aidos (Maria Grazia Panunzi); Action Aid (Katia Scannavini); Terre des Hommes (Paolo Ferrara); Aw20 (Elvira Marasco); Aigi (Florinda Scicolone).

Cosa chiedono le giovani

Di poter partecipare alla messa a terra di soluzioni che riguardino il proprio futuro, di poter esprimere il proprio pensiero e come molti attivisti climatici ci ricordano l'importanza di strappare ai governi piani d'azione concreti nella lotta alla crisi climatica

Buona governance e prodotti etici

La ricerca della qualità e la cura nella scelta delle materie prime stanno alla base di una strategia imprenditoriale che da quasi 60 anni permette a La Nordica - con il suo marchio White Castle - di essere sempre all'avanguardia nel settore cosmetico, con un'offerta che unisce la cura del corpo e il rispetto per la natura, minimizzando gli sprechi

Al giorno d'oggi, vastissima è la gamma di prodotti per l'igiene e il benessere della persona presenti sul mercato, dai detergenti liquidi a quelli solidi. Tuttavia, rimane una tradizione più antica e sostenibile che sta guadagnando nuova popolarità: l'uso delle saponette che, spesso trascurate a favore di alternative più moderne, offrono numerosi vantaggi anche per l'ambiente. In questo settore occupa un posto di eccellenza La Nordica che, con il suo solido know how, si rivolge a un'ampia clientela, dal B2B alla Gdo.

Nata dall'idea all'epoca rivoluzionaria di Antonio Vanoni, che nel 1966 decise di dare una forma particolare alle saponette, oggi l'azienda ha ampliato l'offerta con una ricca gamma di prodotti per il personal care, ecosostenibili e di altissima qualità, ed è capace di soddisfare le esigenze e le aspettative del consumatore più sofisticato, sempre in linea con la filosofia del fondatore, che alle spalle vantava una forte professionalità, studio e ricerca. Le sorelle Vanoni, Paola, Emanuela e Patrizia, insieme alla mamma Ursula, oggi sono alla guida dell'azienda. Sin dall'inizio, questo team al femminile ha creduto nel valore delle produzioni interamente realizzate in Italia, a tutela del lavoro e del made in Italy. «La passione e l'entusiasmo che impieghiamo nel fare il nostro lavoro si riflettono nella qualità dei nostri prodotti perché ogni fase della lavorazione viene seguita con attenzione e cura e siamo in grado di offrire un'ampia gamma di prodotti in continuo sviluppo» spiega Paola Vanoni.

Qual è il vostro core business oggi?

«Il core business de La Nordica è la saponetta, rivolta soprattutto a un consumatore che ricerca un valore aggiunto negli ingredienti funzionali (come per esempio può essere un esfoliante), ma produciamo anche doccia schiuma, detergenti solidi, amido di riso da bagno, sali da bagno, creme corpo sia per il nostro marchio White Ca-



stle che in conto terzi. Realizziamo prodotti che soddisfano e appagano le esigenze di ogni cliente, fornendo un prodotto finale di eccellenza preparato, solo con materie prime di alta qualità, formulazioni contenenti ingredienti di origine naturale, biologica e soprattutto non di origine animale».

Alla guida dell'azienda siete tutte donne. Questo aspetto comporta un valore aggiunto?

«Oggi, e lo posso dire con orgoglio, il nostro principale punto di forza è proprio la buona governance che riusciamo a dare all'azienda, nonostante le differenze di carattere tra noi sorelle. È il risultato delle singole scelte che, coordinandosi armoniosamente, contribuiscono a strategie di successo e a performance superiori. Siamo cresciute nell'etica di business ed è l'unica legge che seguiamo. Crediamo inoltre fortemente nelle donne. Il 50 per cento delle posizioni aziendali, infatti, è destinato alle quote rosa: sono soprattutto le donne a ricoprire mansioni esecutive o decisionali. La nostra è un'azienda strutturata che si rivolge al consumatore, all'impresa buyer, alla grande distribuzione, al mercato internazionale

Sfidarsi sempre

L'innovazione e il miglioramento continuo fanno parte del nostro Dna e ci permettono di andare incontro alle esigenze dei nostri clienti, anticipando le loro richieste

e che punta su valori etici: la famiglia, la sostenibilità, la tradizione, il legame con il territorio. Sono valori che condividiamo noi per primi, in azienda, ma ci rendiamo conto che il cliente finale oggi li percepisce con sempre maggiore sensibilità».

Un altro tratto distintivo di La Nordica è rappresentato dalla qualità delle materie prime.

«Mia sorella Patrizia insieme al suo team si oc-

Paola Vanoni, con le sorelle Emanuela e Patrizia e la mamma Ursula, alla guida di La Nordica.

L'azienda ha sede ad Arcisate (Va)

www.whitecastle.it

cupa di ricerca e sviluppo e si impegna nella selezione quotidiana di materie prime che siano il più naturali possibile, con l'obiettivo di realizzare un buon prodotto rispettando l'ambiente. Proponiamo cosmetici a base naturale, scegliamo materie prime di qualità, lavorando a stretto contatto con i produttori del territorio e con una grande attenzione alla qualità del servizio. L'innovazione e il miglioramento continuo fanno parte del nostro Dna e ci permettono di andare incontro alle esigenze dei nostri clienti, anticipando le loro richieste».

Qual è il vostro mercato di riferimento e quali sono le ultime novità che avete introdotto?

«L'80 per cento della nostra produzione è destinata alla grande distribuzione. Per il restante 20 per cento lavoriamo conto terzi, nel private label anche per la profumeria selettiva. Non abbiamo comunque limiti, possiamo servire le grandi quantità così come quelle più piccole, specifica Emanuela Vanoni, direttore commerciale dell'azienda. Oltre alla saponetta e al detergente solido di base naturale che sono i nostri fiori all'occhiello, puntiamo molto sulla linea riso, un prodotto iconico particolarmente delicato che da anni realizziamo anche senza profumo, per incontrare le richieste dei clienti che hanno particolari esigenze. Tra gli ultimi lanci, la nuova linea di detergenti solidi, pensati per specifici stili di vita: Vita in acqua, ideale per essere utilizzato con acqua di mare, Vita su due ruote, un unico detergente solido 3 in 1 per chi ama viaggiare e lo spazio bagagli è limitato e Vita all'aria aperta, perfetto per tutti gli zaini». • **Cristiana Golfarelli**

L'attenzione all'ambiente e al sociale

La Nordica nei confronti della sostenibilità ambientale porta una particolare attenzione: lavora con energia pulita, prodotta da fonti rinnovabili; ha installato inoltre un impianto fotovoltaico che permette di coprire l'esigenza di produzione di energia all'interno dell'azienda. «Siamo sempre alla ricerca di formulazioni con materie prime che derivano dall'economia circolare. Alla naturalità dei prodotti si aggiunge la qualità del packaging sostenibile: i nostri prodotti sono confezionati con carta proveniente da piantagioni gestite in maniera ecologicamente corretta e sostenibile. Inoltre nessun prodotto White Castle è testato sugli animali come previsto dalla legge internazionale».

La Nordica appartiene alla rete di aziende solidali "oltre i limiti" e condivide i valori dell'associazione "Gemma Rara" di Varese, due buoni propositi rivolti alle famiglie.



I piedi per terra, lo sguardo al futuro

Con un ciclo produttivo completamente integrato dalla fibra al prodotto finito, Alma è un punto di riferimento del settore degli allestimenti temporanei per la sua moquette agugliata, 100 per cento made in Italy e completamente riciclabile. «La sfida è operare in modo sempre più sostenibile». Il punto della presidente e ceo Carla Casini

Grazie alla sua capacità di creare un'atmosfera elegante e accogliente, la moquette gioca un ruolo fondamentale negli allestimenti, come dimostra la produzione di Alma, presente nei più grandi poli fieristici nazionali e internazionali e che arreda prestigiosi eventi del cinema, dello sport e non solo, in Europa e nel mondo. La moquette Alma è realizzata nello storico stabilimento ubicato tra Firenze e il distretto tessile pratese. Fondata nel 1976 da Carlo Casini, vede oggi al lavoro la seconda e la terza generazione. L'azienda negli anni ha mantenuto saldi e immutati i suoi valori: qualità, servizio, ricerca e flessibilità, e opera con competenze tecniche, stile italiano e responsabilità ambientale, come racconta Carla Casini.

Può delineare una breve storia del vostro business?

«Alma è l'azienda principale di un gruppo familiare che comprende cinque società, con un fatturato complessivo di circa 50 milioni di euro e 180 persone. La nostra azienda nasce dalla visione imprenditoriale di mio padre Carlo, che negli anni 70 ebbe l'intuizione di creare un prodotto per le pavimentazioni temporanee, nel momento in cui stavano iniziando a nascere i primi poli fieristici. Negli anni, Alma ha saputo conquistare la fiducia della propria clientela in Italia e all'estero, riuscendo sempre a creare e consolidare importanti relazioni umane e professionali, fornendo un

Carla Casini, presidente e ceo della Alma che ha sede a Campi Bisenzio (Fi) - www.almaspa.com



L'attenzione all'ambiente

Alma si propone come partner di sostenibilità per tutti i clienti che vogliono concretamente intraprendere un percorso virtuoso, scegliendo moquette riciclabile e carbon neutral

prodotto di alta qualità».

Cosa vi contraddistingue dai vostri competitor?

«Siamo da sempre orientati all'innovazione e al cliente; i nostri prodotti sono pensati per rispondere alle esigenze di un mercato in costante evoluzione. Mantenere tutto il processo sotto il nostro controllo diretto e senza nessuna esternalizzazione è

una precisa volontà aziendale ed è indispensabile per garantire, in ogni situazione, sia la qualità del prodotto, sia la grande reattività nella produzione e nelle consegne. Velocità e affidabilità e personalizzazione sono di gran lunga i tre elementi che rendono Alma un'azienda vincente sul mercato degli allestimenti temporanei».



Punti di forza

La linea Alma Expo per fiere, congressi ed eventi si distingue per l'eleganza e la funzionalità. Offrendo un servizio completo, con tempi di produzione rapidi, una grande flessibilità e una vasta gamma di prodotti personalizzabili, Alma soddisfa le esigenze di un mercato in continua evoluzione, garantendo qualità e costi competitivi.

Lasciare un'impronta positiva e costruttiva è l'impegno della vostra azienda anche nei confronti della sostenibilità.

«Le fiere rappresentano un momento importante di scambio, confronto e incontro per milioni di persone in tutto il mondo. È giusto pensare a eventi confortevoli per i visitatori e gli espositori e sostenibili per l'ambiente. Per questo, nel corso degli anni abbiamo migliorato i nostri prodotti, rivisti i processi produttivi, inserito macchinari più efficienti, pensato al futuro della moquette per prolungarne la vita oltre il suo uso temporaneo. Sosteniamo enti fieristici e allestitori nel dare una seconda vita alla moquette che colora gli eventi di tutto il mondo».

Come si concretizzano i vostri propositi?

«Abbiamo cominciato a produrre secondo standard qualitativi e ambientali dal 1999 con le certificazioni Iso 9001 e 14001 a cui si sono aggiunte nel 2015 la certificazione Emas e la più recente certificazione di prodotto Csi - 100 per cento riciclabile nel 2023. L'azienda si impegna, inoltre, a consumare in modo consapevole e attento, evitando sprechi e rifiuti: anche per il 2023 meno dello 0,5 per cento del materiale lavorato è stato destinato in discarica. Infine, lo scorso anno è stato ampliato l'impianto fotovoltaico dell'azienda, che copre oggi il 40 per cento della superficie sfruttabile dei tetti aziendali. Per noi sostenibilità vuole dire realizzare un prodotto che rispetti l'ambiente, preoccupandosi sin dall'inizio di garantirgli ulteriori usi. Per questo ci occupiamo del recupero della moquette utilizzata negli eventi e nelle fiere per darle un'altra vita attraverso il riuso e il riciclo. Questo è un fiore all'occhiello della nostra azienda, che insieme al progetto di compensazione della CO2 non eliminabile generata dalla produzione, rappresentano due esempi del nostro contributo tangibile nel percorso di continuo miglioramento ambientale».

Il suo impegno le ha portato a conseguire un traguardo importante: l'onorificenza di Cavaliere del Lavoro. Cosa significa per lei?

«È un riconoscimento importante per i risultati raggiunti nell'attività di impresa nella creazione di sviluppo e di posti di lavoro, ma soprattutto per l'impegno verso una responsabilità etica e sociale diretta al miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro della comunità dove sono cresciuta e di tutto il nostro Paese». • CG



IL PERFETTO CONNUBIO TRA FUNZIONALITÀ E BELLEZZA.



L'Ambiente è un'azienda leader nel settore del design, che ha saputo farsi interprete di una filosofia dell'abitare incentrata sulla personalizzazione degli spazi. Per l'azienda, l'interior design diventa il ponte di collegamento tra bellezza, ergonomia e funzionalità. Il team, guidato da Ombretta Dal Zin, ascolta la voce del cliente per comprendere a fondo le sue necessità e creare poi soluzioni davvero esclusive. Nata nel 1990, con il passare degli anni l'azienda è diventata un punto di riferimento non solo in Veneto e in Friuli, regioni in cui opera con sei punti vendita, ma anche in tutta Italia, in Europa e in tutti i Paesi nei quali ha portato professionalità. Gli spazi espositivi presentano proposte selezionate di arredo contemporaneo dei migliori brand, per soluzioni di interior design adatte sia alle abitazioni private sia all'hospitality. L'azienda progetta gli spazi affinché diventino lo specchio della personalità e del gusto dei clienti: forme, finiture e colori. L'Ambiente è un hub di consulenti esperti che hanno nella competenza e nell'empatia le loro caratteristiche principali.



**l'ambiente**

Ricerca scientifica, natura e benessere

Ersilia Ferrini presenta Union B.I.O. Soluzione Natura, che ha fondato insieme a Luana Ghiandai e che formula, produce e commercializza prodotti per la cura ed il benessere di cani, gatti, cavalli e persone e per l'igiene e la protezione degli ambienti. I formulati / prodotti sono frutto di una continua sinergia tra ricerca scientifica, innovazione e conoscenza delle piante, un forte abbraccio tra natura e ingegno umano

Siamo abituati a parlare di come l'umanità dovrebbe prendersi cura della natura e di quanto l'azione dell'uomo stia andando sempre di più nella direzione opposta. Oggi possiamo affermare che sono molte, e sempre di più, le persone allineate al pensiero che la natura è positiva e generosa nel fornirci matrici vegetali importanti ai fini formulativi. La natura ha grandi potenzialità ed energie che se lette, ascoltate ed interpretate scientificamente, possono integrarsi con forza e vigore nel tessuto dei formulati.

Sempre più persone, infatti, si affidano per la cura della persona e degli animali, ormai parte integrante del tessuto familiare, a prodotti naturali come quelli nati dall'impegno di realtà come Union B.I.O. All'avanzamento delle conoscenze in ambito naturalistico, applicano i dati acquisiti per lo sviluppo di prodotto bio-ispirati. Nel 1983 Ersilia e Luana hanno fondato ad Arezzo l'Istituto di analisi e ricerche Labor Chimica che, oltre alle analisi chimiche e microbiologiche, offre consulenza relativa a sicurezza e ambiente dando, coi propri servizi, una risposta completa e affidabile al cittadino e al management sia pubblico che privato. Qui, all'interno di una delle divisioni, è stata studiata la MATRICE U.B.®, un estratto dalla pianta dell'ulivo, fitocomplesso capace di mettere in sinergia e potenziare i principi vegetali utilizzati per i formulati, che nell'officina di produzione, diventano i prodotti oggi presenti in molti negozi specializzati, farmacie e Gdo e commercializzati anche in Paesi europei ed extraeuropei.

Ersilia Ferrini e Luana Ghiandai, socie della Union B.I.O. di Arezzo - www.unionbio.it



La prerogativa

Tutte le nostre formulazioni sono rigorosamente studiate affinché gli estratti vegetali lavorino in sinergia. I nostri prodotti sono naturali, frutto della ricerca scientifica, sicuri ed efficaci

Com'è nata la vostra storia?

«La curiosità che fin da bambina mi ha portato ad osservare la natura e pormi infinite domande, è stata la spinta che mi ha indirizzato verso la ricerca. L'amicizia con Luana Ghiandai è stata poi determinante perché entrambe siamo "ammalate" di natura. Insieme, siamo come un albero: Luana che ha piedi per terra è la radice, io con la mia creatività sono la chioma. La nostra struttura è uno spazio antropologico di lavoro, ricerca, relazioni e impegno socio politico. Le competenze sono interdisciplinari, ma il genere rimane a netta preva-

lenza femminile. L'ideale che guida le scelte aziendali, dalle materie prime utilizzate fino a tutto il vivere quotidiano è "Pensare ambiente", che significa per noi riconoscerlo come un soggetto da cui ricevere moltissime informazioni scientifiche».

Su cosa si fondano i vostri preparati?

«Quando formuliamo i prodotti, affidandoci alla nostra conoscenza scientifica delle piante, ci facciamo due domande semplicissime: cosa desidererebbero i nostri amici pet e come la natura generosa e materna vorrebbe formularli. Successivamente, in laboratorio, controlliamo le sinergie, le dosi e la salubrità per raggiungere condizioni ottimali di stabilità, bio-disponibilità, efficacia e sicurezza. Union B.I.O. lavora in conformità ai criteri di qualità Iso 9001 - n. 57551 e alle

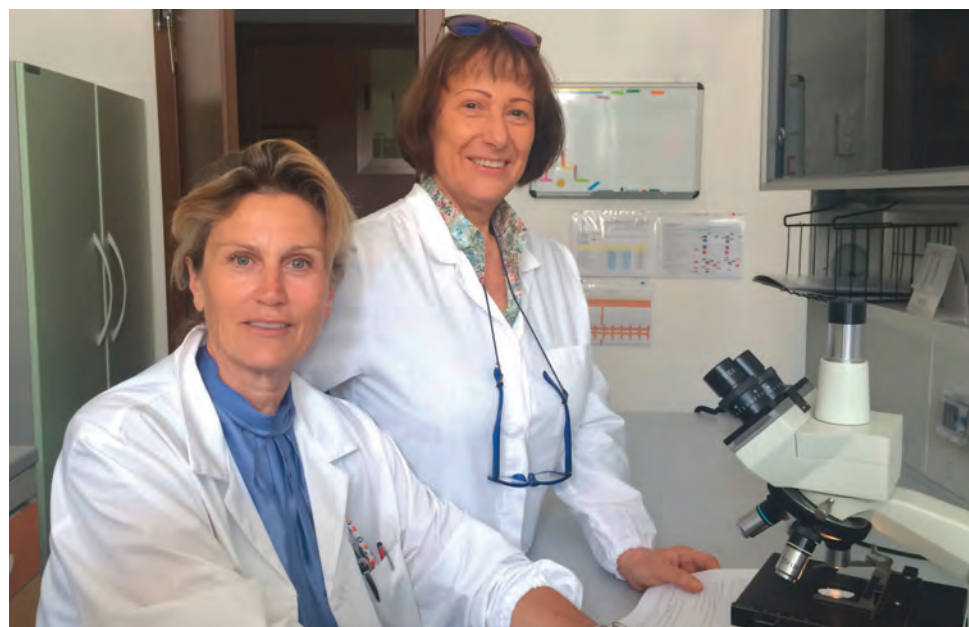
normative vigenti in tutti i mercati dove distribuiamo. Nei progetti di ricerca spesso collaboriamo con prestigiose Università italiane per confrontarci e migliorare la nostra vocazione allo studio e cercare di garantire un elevato livello di protezione della salute degli animali e dell'ambiente».

Con quali criteri realizzate i vostri prodotti?

«Con la stessa cura che mettiamo nella formulazione dei prodotti scegliamo le materie prime, cura e attenzione che poi riponiamo anche nella chiarezza delle etichette e nei nostri clienti e, come detto precedentemente, nella coerenza normativa. I nostri formulati non contengono sostanze chimiche, Ogm, coloranti ed estratti animali, non inquinano l'ambiente, non sono tossici né per gli animali, né per gli uomini. Non hanno effetti iatrogeni e non sono testati su animali. Union B.I.O. è sempre più attenta ad evitare sostanze che potrebbero interferire sulla vita di insetti impollinatori come le api. A questo proposito la nostra comunità scientifica si pregia di aver inserito nel mercato italiano il primo repellente con principio di origine vegetale, approvato dal Ministero della Salute come Presidio Medico Chirurgico. Registrato anche in altri Paesi, permette di allontanare gli insetti indesiderati come zanzare, mosche, formiche e acari, senza l'uso di sostanze chimiche, restituendo ai nostri spazi sicurezza, protezione e benessere. Questa è la vocazione della nostra comunità: non uccidere, perché puoi semplicemente disabituarci».

Dove si possono trovare i vostri prodotti e quali sono le ultime novità?

«In Italia sono distribuiti tramite canali specializzati come pet shop e sellerie, ma anche farmacie, parafarmacie, erboristerie e Gdo. Sono acquistabili anche online. Le novità per noi sono un'abitudine, come del resto la natura!» • **Beatrice Guarnieri**



Dalla parte dell'ecosistema

I prodotti Union B.I.O.® non sono assemblati, ma formulati frutto di una continua sinergia tra ricerca scientifica, innovazione e conoscenza delle piante e dei loro principi attivi.

Preziosa è anche la collaborazione con prestigiose Università italiane per la realizzazione dei progetti di ricerca. Oggi l'Istituto di analisi e ricerche Labor Chimica, Union B.I.O. e Labor Forma (agenzia formativa accreditata), confluiscono in Er.Mi.Group rispondendo alla volontà di contribuire, diffondere e promuovere un'opportunità di sviluppo complice con l'ecosistema, in grado di agire sulle scelte politiche, sociali, istituzionali e imprenditoriali.

L'insalata è trendy!

Marzia Bellina di Op La Maggiolina e le sorelle Cinzia e Raffaella Busana de L'Insalata dell'Orto descrivono la loro proficua collaborazione nella produzione biologica di ortaggi a foglia che propongono in un vasto assortimento destinato a clienti italiani ed esteri

Un cuore biologico e tutto al femminile. Op La Maggiolina e L'Insalata dell'Orto costituiscono un gruppo di imprese agricole dislocate in Lombardia, Veneto e Campania, 370 ettari in produzione e una specializzazione: la produzione di insalate, baby leaf, radicchi, valeriana, rucola... tutti i cosiddetti ortaggi a foglia destinati alle buste di I (da lavare) e IV Gamma (pronte al consumo). Le due realtà fanno capo a due famiglie: la famiglia Bellina, bergamasca, e la famiglia Busana, veneta. Tino Bellina è stato un pioniere nella produzione di ortaggi di IV Gamma e nell'agricoltura biologica, Luigi Busana uno dei protagonisti dell'orticoltura veneziana, che ha contribuito a organizzare e valorizzare. Sia Tino che Luigi sono riusciti a tramandare la passione per la terra e per la coltivazione degli ortaggi alle rispettive figlie: così, oggi alla guida di questo gruppo imprenditoriale ci sono tre donne. Marzia Bellina per l'Op La Maggiolina e le sorelle Cinzia e Raffaella Busana per L'Insalata dell'Orto. Con la loro guida, il business ha subito un'importante accelerazione e l'obiettivo del gruppo è di sfondare quota 100 milioni di euro di fatturato. Oggi sono a circa 85 milioni, ma sono in corso investimenti per sviluppare produzione e impianti di lavorazione, investimenti propedeutici a una ulteriore crescita sia sul mercato italiano che



estero. «Op La Maggiolina è costituita da 17 società agricole di proprietà della famiglia Busana e Bellina - racconta Marzia Bellina -. L'Organizzazione di produttori è stata costituita nel 2008, ma le nostre due famiglie collaborano dai primi anni Duemila. Una collaborazione solida, letteralmente cementata sul campo, grazie anche a una visione di sviluppo che accomuna me, Cinzia e Raffaella e che siamo riuscite a condividere con tutti i nostri collaboratori. La presenza di mio padre Tino è una garanzia e un punto fermo,

ma un bravo imprenditore è anche quello che sa delegare e passare la mano quando arriva il momento giusto».

Il passaggio generazionale è per le imprese italiane spesso un momento difficile ma, in questo caso, la seconda generazione è riuscita a indirizzare il business, a orientare la strategia e a innovare.

«Abbiamo l'innovazione nel nostro Dna - aggiunge Cinzia Busana, amministratore delegato de L'Insalata dell'Orto, che è anche il principale produttore europeo di fiori eduli -. La scelta di puntare sul biologico in tempi non sospetti e di sviluppare il segmento con l'Op La Maggiolina si è rivelata vincente. Sul mercato italiano stiamo poi costruendo una proposta a residuo zero, una certificazione che porta un messaggio chia-

ro, ben comprensibile al consumatore. Ecco, proprio il consumatore è il nostro faro: qualità, sicurezza e sostenibilità sono le peculiarità che vogliamo dare alle nostre produzioni».

Dal campo al magazzino, fino alle consegne nei supermercati. Prima di arrivare a casa del consumatore una busta di insalata ha un percorso con diverse tappe. «La nostra forza è il controllo di filiera - afferma Raffaella Busana, direttore generale de L'Insalata dell'Orto -. Presidiamo tutti i passaggi, possiamo agire direttamente su ogni fase ed è proprio questo che ci permette di esprimere la massima qualità nei nostri ortaggi». La sinergia tra queste due realtà aziendali permette di proporre un vasto assortimen-

Cinzia e Raffaella Busana, amministratrice e direttore generale de L'Insalata dell'Orto
www.linsalatadellorto.it



Il controllo di filiera

Presidiamo tutti i passaggi, possiamo agire direttamente su ogni fase ed è proprio questo che ci permette di esprimere la massima qualità nei nostri ortaggi



Marzia Bellina, alla guida di Op La Maggiolina
www.oplamaggiolina.it

to di prodotti, capace di rispondere alle richieste dei clienti italiani ed esteri. Il successo, come detto, è anche dato dalla capacità di innovare, di proporre gustosi mix e di rendere il consumo di insalate trendy. Un percorso dove la visione imprenditoriale femminile ha sicuramente giocato il suo ruolo. Così come l'intesa tra Marzia, Cinzia e Raffaella. «L'agricoltura è un settore dalle grandi potenzialità - dicono le tre imprenditrici - ed è al centro di una storica transizione, sia sotto il profilo tecnico e tecnologico, sia per la doverosa attenzione alla sostenibilità. L'impatto che il settore agroalimentare può generare nell'economia del nostro Paese è strategico e con le nostre produzioni vogliamo promuovere un'agricoltura veramente sostenibile - concludono - da un punto di vista ambientale, sociale ed economico». • **Lucrezia Gennari**

Libere di sentirsi splendide

Raffaella D'Angelo ci presenta la collezione beachwear 2024, con un occhio sempre rivolto a soluzioni stilistiche d'avanguardia in materiali rigorosamente made in Italy, preziosi e sostenibili, che avvolgono ed enfatizzano la femminilità

Tutte le donne amano sentirsi corteggiate, desiderate, magnificate nella loro femminilità. Gli abiti servono proprio a questo, le aiutano a enfatizzare la propria essenza. «Attraverso le mie collezioni si riscopre il piacere di vivere liberamente la femminilità e di ridefinirla in ogni momento della giornata» afferma Raffaella D'Angelo, stilista che già nella scelta dei colori delicati e delle linee morbide e romantiche, che avvolgono tutte le forme del corpo, valorizza ogni donna. L'attenzione ai dettagli è ciò che caratterizza tutte le collezioni del brand, che ormai è conosciuto in tutta Europa e venduto in 300 punti vendita, con un fatturato che supera i 4 milioni di euro.

Com'è nato il suo amore per la moda?

«Fin da ragazzina ero affascinata dagli abiti di Valentino, che hanno conquistato e sedotto la mia mente per la loro femminilità ed eleganza. Da questo "colpo di fulmine" è nata anche la mia passione per questa professione e in particolare per tutto quello che concerne il beachwear, che mi ha portato a voler realizzare il mio brand quando ho compreso la difficoltà per tante donne di trovare un costume che soddisfi l'esigenza di avere uno stile ricercato, romantico, che esalti le forme con una buona vestibilità e allo stesso tempo faccia sentire valorizzata chi lo indossa. Lavoro in questo settore ormai da 30 anni, per molto tempo ho

Raffaella D'Angelo ha sede a Milano
www.raffaeladangelo.com



collaborato con le maggiori griffe italiane. Ho iniziato con una collezione fatta di ricami e pizzi, che andava controcorrente rispetto alle tendenze del periodo che prediligevano lo stile marinaro, e ho continuato per questa strada incontrando subito il favore del pubblico».

Il suo impegno nei confronti della sostenibilità è risaputo. Come si concretizza nelle



sue scelte stilistiche?

«Innanzitutto il nostro brand è stato anticipatore di un percorso forse più impegnativo, ma sicuramente lungimirante, che ci ha portato, fin dagli esordi, ad adottare un processo di filiera controllata e 100 per cento made in Italy, lavorando esclusivamente con aziende manifatturiere italiane d'eccellenza, le uniche in grado di assicurare la più alta qualità dei prodotti. La vera sostenibilità comincia dal controllare la filiera a ogni passaggio. Controllo la filiera dai tessuti ai ricami e pizzi. Realizzo i tessuti a Como da manifatture che rappresentano l'eccellenza italiana, i pizzi in Lombardia, i ricami manuali e la confezione in Puglia, le borse e gli accessori in Toscana.

La preziosità delle lavorazioni made in Italy vanno di pari passo con l'accurata ricerca e selezione dei materiali: i tessuti naturali come il cotone bio e la viscosa bio, e sostenibili, come la microfibra e il tessuto stretch con elastam da fibre di riciclo, restituiscono una vestibilità perfetta e una straordinaria piacevolezza tattile».

Cosa sceglie la donna oggi quando prepara le valigie per le vacanze?

«Stiamo cercando di allargare gli orizzonti e di strutturare la collezione in modo nuovo, partendo dal fatto che le donne si vestono in modo diverso a seconda della spiaggia che frequentano. C'è questa raffinatezza: la donna quando prepara la valigia, la fa con i colori del luogo di vacanza per essere più in sintonia con esso e io sto interpretando questo desiderio della donna. Seguo il suo sentire. Il colore è l'elemento fondamentale che condiziona l'acquisto. Quest'anno nella mia collezione predominano il verde e il lime: ho utilizzato molto colore, per ravvivare la giornata e soprattutto per illuminare questo periodo storico nero in cui stiamo vivendo».

Quali sono i temi della Summer 2024 di Raffaella D'Angelo?

«Romantic Soul mescola stampe indiane e vo-

lont, tonalità intense del giallo zafferano e del verde pavone sulla pregiata lycra in microfibra dei costumi stampati e ricamati, sulla viscosa leggera e cascante dei caftani per la spiaggia e degli abiti per le occasioni speciali, sul lino dei capi più ricercati. Pure Soul raccoglie le proposte più poetiche in un tributo al bianco assoluto. I fiori ricamati su rete elastica mescolano sensualità e femminilità in un nuovo romanticismo vittoriano. I capi in voile di cotone, che citano la preziosità della lingerie, si alternano alle trasparenze più audaci oppure ai capi in macramè dove rigature e fiori creano texture contemporanee. Fashion Gardener indaga il mondo naturale attraverso l'intensità dei colori e la freschezza dei fiori: grandi gardenie emergono da un giardino estivo, riprodotto sul pizzo, e restituiscono su microfibra, tulle, viscosa, creponne e cotone un'esplosione di giallo, fucsia, verde lime e turchese. Per contrasto, Nature Inspiration gioca sul disegno monocoloro, proposto nelle varianti papaya oppure uva. Il ricamo cornely si intreccia con la stampa botanica regalando a top, abiti e caftani, l'irresistibile fascino del crochet. Infine la capsule Black Label porta l'eleganza del nero e la sofisticata seduttività del brand in una proposta senza tempo, da indossare in ogni occasione.

La caratteristica che accomuna tutte le linee della collezione è l'uso di fibre sostenibili».

• **Beatrice Guarnieri**



Il brand

Fondato a Milano nel 2007, il marchio Raffaella D'Angelo è consolidato da 30 anni di esperienza della stilista nei settori dell'intimo e del beachwear. Il brand si distingue per la sua matrice made in Italy, infatti l'intera produzione e realizzazione avviene nel nostro territorio. Il suo stile ornamentale richiama proprio le tradizioni artigianali locali. Oggi la stilista è conosciuta e distribuita presso numerosissimi multimarca in tutto il mondo. La vestibilità dei suoi capi, grazie alla quale riesce a soddisfare tutte le donne, dalle taglie più piccole alle più abbondanti, è uno dei suoi punti di forza.

La meccanica in rosa

Sara Gallinari è oggi presidente e ceo dell'azienda fondata dal padre, leader nella progettazione e costruzione di forni industriali e impianti per la fusione e il trattamento termico. Racconta la sua esperienza di imprenditrice in un settore quasi esclusivamente maschile e molto competitivo

Due generazioni e mezzo secolo di storia. Officine, magazzini, uffici tecnici e amministrativi, inseriti in un'area di 27.400 metri quadri totali. Decenni di passione, competenza e crescita. Sono questi, in sintesi, i numeri di Fergal, divenuta oggi un vero e proprio punto di riferimento nella progettazione e costruzione di forni industriali e impianti per la fusione e il trattamento termico dell'alluminio e delle leghe leggere. «Siamo considerati il numero uno nel settore in Italia e siamo molto ben considerati a livello mondiale, grazie alla nostra struttura, al continuo investimento in ricerca e sviluppo, alla gamma produttiva costantemente ampliata e all'elevato livello tecnologico interno» spiega Sara Gallinari, presidente e ceo della società. Nata nel 1988, l'impresa ha vissuto un fondamentale cambio generazionale, passando dalla guida di Luigi Gallinari a quella della figlia Sara. Fer-

Sara Gallinari, titolare della Fergal di Chignolo Po (Pv) - www.fergal.it



gal è sempre più proiettata verso il futuro in un'ottica di continuità gestionale e di sviluppo. Proprio grazie a una leadership familiare e a un team affiatato, la società continua a investire in ricerca e sviluppo tanto che negli ultimi anni l'attenzione è stata focalizzata sui forni per la fusione - quelli attuali arrivano fino a 180 tonnellate di capacità alluminio - e il trattamento dell'alluminio e delle leghe leggere, annoverando fra i propri clienti tutti coloro che lavorano l'alluminio a 360 gradi: dal mercato automobilistico al recupero metalli, dalla produzione di alluminio primario al prodotto finito, ai trattamenti tecnici inerenti e dal militare all'aeronautica.

Quali sono i valori o le caratteristiche che vi contraddistinguono sul mercato rispetto ai competitor?

«Per fortuna o per sfortuna non abbiamo tantissimi competitor in Italia, giusto un paio, ma il principale è a livello europeo, in Germania, e poi ce ne sono altri in giro per il mondo. Possiamo certamente affermare che, in qualità di ditta di impiantistica, abbiamo sempre mantenuto la nostra identità, ad esempio portiamo lo stesso nome fin da quando siamo nati, il che nel nostro campo rappresenta già un valore aggiunto. Inoltre, abbiamo prodotti affidabili con un ottimo rapporto qualità prezzo. Ci sono nostri impianti ancora in funzione dopo 30/35 anni, questo per noi è fonte di orgoglio perché vuol dire che il prodotto è valido».

Si trova oggi a condurre un'azienda storica e di grandi dimensioni. Quali sono i valori che può apportare una donna in simili realtà societarie?

«Io in questa azienda ci sono nata, essendo stata fondata da mio padre, per cui la sento mia. Amo molto il mio lavoro e mi rende orgogliosa sapere e vedere che i pezzi prodotti con i nostri impianti vengono utilizzati nella quotidianità dalla collettività. Penso ad esempio ai ra-



diatori, ai cerchi in lega delle autovetture o ai profili in alluminio dei serramenti. Sono proprio orgoglio e passione che mi spingono a perseverare in questo che è certamente un settore molto difficile. Quello meccanico e dell'industria e, in modo particolare, dell'impiantistica è un campo quasi esclusivamente maschile, competitivo e molto tecnico; quasi di nicchia. Al di là delle competenze che ho acquisito personalmente, ho avuto la fortuna ma soprattutto la lungimiranza di circondarmi di persone di fiducia e di un team che potesse supportarmi sotto un profilo prettamente tecnico mantenendo una leadership forte. È vero che in questo settore le donne rivestono purtroppo ancora ruoli marginali. Se dovessi illustrare la differenza tra una gestione maschile e una al femminile, la individuerei esattamente nella capacità di queste ultime di fare squadra. Al contrario, la gestione maschile genera spesso un accentrato decisionale. Penso che le donne siano più lungimiranti in questo senso perché con abnegazione e dedizione, sono capaci di puntare meno a un potere centrale e personale, affidandosi al contrario di più alle collaborazioni. In poche parole, siamo più inclusive».

Quali sono i progetti per il futuro a cui sta lavorando l'azienda?

«Da diverso tempo abbiamo abbracciato un approccio green con particolare attenzione al con-

sumo energetico. Registriamo una crescente sensibilità da parte delle aziende verso i costi, sempre più elevati, e i consumi. Su questo fronte - grazie al nostro valido team - stiamo sviluppando software gestionali e sistemi di efficientamento energetico, molto apprezzati dai nostri clienti. Proprio la capacità di assecondare i clienti nelle loro fasi di avanzamento tecnologico e la capacità di saper seguire le esigenze dei mercati, fa di noi il partner ideale di fonderie e raffinerie». • Luana Costa



Tecnologie all'avanguardia

«In un'ottica d'industria sempre più tecnologica e green, una particolare attenzione merita l'ufficio tecnico, dotato dei più moderni sistemi di disegno e progettazione ma, soprattutto, il nostro reparto software di gestione e sistemi di acquisizione dati che sviluppa programmi personalizzati per il monitoraggio di tutta la fonderia, su piattaforma a richiesta del cliente - spiega la ceo della società -. Questi sistemi di controllo avanzati supportano le aziende non solo nel processo di transizione ecologica, migliorando l'efficienza energetica, ma sviluppano sempre maggiormente i processi di automazione in un'ottica di miglioramento della gestione del lavoro e della sicurezza aziendale. Inoltre, grazie al personale altamente specializzato, realizziamo la messa in servizio dei nostri forni e l'assistenza tecnica presso la struttura del cliente».

Sapere fare squadra

Ho avuto la fortuna ma soprattutto la lungimiranza di circondarmi di persone di fiducia e di un team affiatato che potesse supportarmi sotto un profilo prettamente tecnico mantenendo una leadership forte

Materie Stem, viatico per la parità

In Italia le giovani donne sono ancora fortemente sotto-rappresentate nei settori delle materie Stem. Occorre invertire la tendenza fin dal sistema scolastico. Ma la parità di genere è una battaglia che va combattuta anche a livello di sistema. L'analisi di Claudia Persico

Una cultura di genere pervasiva e inclusiva a tutti i livelli e in ogni ambito, dalle scuole alle aziende. È quella promossa da Claudia Persico in qualità di vice presidente di Federmeccanica con delega alla cultura di genere. L'obiettivo è ambizioso: accettare la sfida del superamento degli stereotipi e del divario di genere per mettere le giovani donne nelle condizioni di entrare nelle imprese con prospettive più solide. Del resto, secondo l'Obiettivo 5 dell'Agenda 2030, la parità di genere non è solo un diritto umano fondamentale, ma condizione necessaria per un mondo prospero, sostenibile e in pace.

Quali sono le priorità di azione che identifica all'interno del settore meccanico e meccatronico?

«La presenza delle donne nel nostro settore si colloca oggi attorno al 20 per cento. Per questo, Federmeccanica mira a incrementare la partecipazione femminile in un comparto ancora prevalentemente maschile, rendendo le

Claudia Persico, vice presidente Federmeccanica con delega alla cultura di genere



nostre aziende più attrattive. L'altra nostra priorità è contribuire al cambiamento culturale necessario per ridurre il divario di genere, con iniziative e azioni concrete volte sia al superamento degli stereotipi sia al riequilibrio di alcune situazioni nell'ambito del rapporto di lavoro che ancora frenano il percorso verso la parità. Oggi, alle donne che vogliono entrare nel nostro settore è richiesto un extra sforzo quando propongono alle aziende la loro candidatura e curriculum vitae: devono esprimere con più convinzione degli uomini i loro desideri e le loro qualità, la volontà di voler intraprendere una carriera, viaggiare, non temere l'eventuale conciliazione con la sfera personale».



La Commissione nazionale per le Pari opportunità Federmeccanica, Assital, Fim-Cisl, Fiom-Cgil e Uilm-Uil sta portando avanti il progetto "Generiamo cultura", teso a sensibilizzare lavoratrici e lavoratori del settore metalmeccanico sul tema del contrasto alla violenza di genere e la prevenzione delle molestie nei luoghi di lavoro. Come è stata accolta? Ci sono altri progetti che Federmeccanica sta portando avanti per una cultura più inclusiva?

«Il progetto "Generiamo cultura" era stato avviato a novembre del 2023, mese in cui ricade la celebrazione internazionale, in via sperimentale e per alcuni territori. Da quest'anno è esteso a tutto il territorio nazionale e senza limitazioni temporali. "Generiamo cultura" ha avuto una buona risposta iniziale e pertanto la Commissione ha deciso di favorirne la più ampia diffusione possibile. Tra le diverse iniziative in cantiere, stiamo lavorando alla progettazione di strumenti formativi tramite l'utilizzo della piattaforma di MetApprendo. Unendo le forze, sono state individuate aree specifiche nell'ambito del macro tema concernente la parità di genere. Si ricorda che MetApprendo si rivolge a una platea di oltre 17mila aziende con più di 900mila lavoratori coinvolti. Un prezioso contributo verso una maggiore consapevolezza su temi di grande rilievo».

Ha scritto nella sua newsletter "Alchimie Meccatroniche" che le materie Stem rappresentano la sfida comune per garantire la parità di genere nel nostro Paese. In Italia bambine e ragazze sono ancora significativamente sotto-rappresentate nei settori delle materie Stem. Come invertire questa tendenza fin dalla scuola?

«È un tema che ci sta molto a cuore specie in una fase di transizione come quella che stiamo vivendo. È assolutamente necessario

20%

Donne

Presenza femminile nel settore meccanico e meccatronico

per non perdere l'opportunità di una crescita del Paese sia sul piano sociale che economico».

Sa cosa significa essere donna nell'industria italiana. cosa serve per contrastare il genere pay gap e favorire la maggiore occupazione femminile nel nostro Paese? Può contribuire la certificazione della parità di genere?

«La parità di genere è uno degli obiettivi di sviluppo sostenibile ed è elemento fondamentale della strategia Esg (dall'inglese environmental, social e governance, ndr). La certificazione di genere per le imprese prevista dal Pnrr è certamente un'ottima occasione che le aziende dovrebbero cercare di cogliere. Al momento, il numero delle aziende che hanno ottenuto questo ambito risultato è ancora insufficiente. In realtà, ci sono evidenze nette che la performance aziendale migliora laddove operano politiche inclusive che valorizzano le diversità e, su larga scala, un aumento consistente del numero delle donne nel mondo del lavoro sarebbe in grado di determinare un sensibile miglioramento del Pil». • **Francesca Druidi**



Nella “fabbrica delle startup”

Innovare è la parola d'ordine di Futurea, challenger company che mira a stimolare la crescita occupazionale nel Sud Italia attraverso la nascita di nuove attività basate sul modello del value sharing. L'esperienza di Alessandra Massaro, chief executive officer dell'azienda

Una challenger company che crea innovazione attraverso servizi costruiti sulle esigenze di piccole, medie e grandi imprese. È questa la mission di Futurea, quella di accompagnare gli imprenditori in un percorso di creazione di una startup, in cui tutte le attività legate alla gestione della nuova impresa siano coordinate dalla società e dal suo team. «La società intende stimolare la crescita occupazionale al Sud» spiega Alessandra Massaro, chief executive officer dell'azienda che ha sede ad Acireale, in provincia di Catania, ma con un team proiettato a Roma e a Milano.

Qual è il core business di Futurea?

«Cerchiamo di cambiare il mercato della consulenza strategica tradizionale attraverso un approccio unico. Operiamo come una “fabbrica di startup” focalizzandoci su velocità, efficienza e scalabilità. Partiamo dal bisogno dell'imprenditore, espresso o latente che sia, e generiamo idee, trasformandole in soluzioni da portare sul mercato, che permetteranno all'imprenditore di creare valore. L'imprenditore rimane proprietario al 100 per cento della nuova impresa, mentre Futurea assumerà un ruolo diretto in tutte le fasi, che vanno dalla creazione, alla gestione, fino all'execution. A questo processo abbiamo dato il nome di “Startup as a Service”, con cui forniamo competenze, risorse tecnologiche e professionalità per realizzare aziende innovative e dare risposta a problemi seri e concreti degli im-



prenditori. È un servizio totalmente nuovo, mai messo a punto da nessun altro e consiste nel costruire da zero una startup conto terzi. Ne seguiamo tutto il percorso, a volte addirittura fin dalla nascita, contribuendo all'ideazione del progetto».

In che cosa consiste il modello del value sharing?

«Siamo fautori di questo concetto che prevede la generazione di valore nel lungo periodo per ogni soggetto coinvolto, a partire dal cliente fino ad arrivare a tutti gli stakeholder, inclusi dipendenti, clienti, investitori, partner e la comu-

Futurea ha sede ad Acireale (Ct) - www.futurea.it

nità in senso lato. Un esempio lampante risiede nel servizio di Startup as a Service, che prevede il pagamento di una success fee rispetto al valore generato per il cliente. Se al termine del servizio, tipicamente di cinque anni, la startup che è stata creata vale 5 o 50 milioni, per il cliente fa un'enorme differenza: sarà indubbiamente più felice se l'azienda vale 50 milioni. Futurea ambisce a ottenere un pezzettino di quella felicità, allineando i propri interessi con quelli del cliente».

Quali sono i benefici prodotti?

«Questo modello promuove una crescita condivisa, che valorizza il contributo di ciascun attore nell'ecosistema di business, riconoscendo a tutti una parte di successo. Il value sharing può manifestarsi in diversi modi, addirittura con partnership strategiche e pratiche di responsabilità sociale d'impresa. Per mettere a disposizione le competenze di tutto il team al servizio della comunità, Futurea ha

creato due progetti legati alla promozione della sostenibilità. Youcircle, uno strumento che permette alle aziende di misurare e migliorare le proprie performance in ambito EsG e Osservatorio Economia Circolare, la prima testata giornalistica verticale sull'economia circolare».

Qual è il valore che una donna può apportare in un'azienda?

«Noi donne siamo veramente multitasking e abbiamo sempre una marcia in più. Per nostra natura siamo capaci di gestire più attività contemporaneamente con una capacità di problem solving in genere molto spiccata. Possiamo dire che la donna ha quella sensibilità ma anche quel pragmatismo che porta un valore aggiunto ad ogni progetto».

Come questa filosofia trova applicazione nella realtà specifica della sua azienda?

«Abbiamo deciso di dedicare un maggior spazio alle donne rispetto agli uomini in fase di selezione, invertendo quello che è un atteggiamento comune. In genere si pensa che una donna tra i 30 e i 40 anni sia prima o poi costretta ad assentarsi al lavoro per prendersi cura dei figli e della famiglia. Noi non abbiamo voluto dare peso a questi aspetti ma ne abbiamo valutati degli altri, ad esempio il valore aggiunto che una donna può portare in azienda, che è rappresentato sicuramente dalla capacità di concepire una situazione sotto diversi punti di vista, di essere più elastica. Ed è per questo motivo che abbiamo un Cda composto da tre donne, completamente femminile, e la maggior parte delle nostre dipendenti sono donne».

Quali sono i progetti per il futuro e le prospettive di crescita?

«Intendiamo investire in tutto ciò che è innovazione. Ci siamo resi conto che innovazione non è necessariamente qualcosa legato al digitale e all'informatica ma si può innovare ovunque anche nella tradizionale azienda di famiglia dove in genere tutto tende a rimanere immutato. Ciò vale soprattutto al Sud e per quelle realtà che hanno difficoltà ad evolversi. L'innovazione può essere portata anche in agricoltura e nei settori più tradizionali; questo è il nostro obiettivo».

• Luana Costa



Il valore aggiunto

La capacità della donna di concepire una situazione sotto diversi punti di vista, di essere più elastica. Ed è per questo motivo che abbiamo un Cda completamente al femminile

Ecosostenibilità certificata

La sensibilità di Nobilpan verso la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali, oltre ad essere certificata da Fsc®, è oggi sintetizzata nel marchio “Eco-Friendly by Nobilpan”, che attesta la volontà dell'azienda di adottare in proprio una serie di accorgimenti, tecniche, attenzioni e consuetudini finalizzate a dare un significato reale al valore dell'ecosostenibilità: controlli costanti dei processi produttivi per contenere l'impatto sull'ambiente entro valori minimi; grande attenzione nella scelta di materie prime di qualità certificata e con tracciabilità garantita; applicazione di rivestimenti che riproducono visivamente il legno o altre superfici e non derivano quindi da attività di deforestazione.

La rivoluzione gentile della metalmeccanica

LAZ e il suo amministratore delegato, Francesca Lastella, guardano a un futuro da leader nella produzione di impianti industriali e da pionieri nell'inclusione e nell'attenzione all'ambiente. Si può, e si deve fare, anche nella metalmeccanica



Nell'industria metalmeccanica, un settore storicamente dominato da figure maschili, c'è una storia di innovazione, inclusione e sostenibilità che parla al femminile. Al timone di questa rivoluzione c'è una donna determinata e sorridente, il cui impatto non si limita alla gestione dell'azienda dal punto di vista produttivo e commerciale ma si estende ben oltre: punta decisa a trasformare radicalmente il modo in cui concepiamo il mondo metalmeccanico nonché l'impatto sociale e

Pari opportunità

Attraverso politiche di assunzione e promozione incentrate sul merito e sull'equità di genere, Francesca Lastella ha creato un ambiente di lavoro dove talento e capacità sono valorizzate indipendentemente dal genere

ambientale della sua impresa.

Parliamo di Francesca Lastella, amministratore delegato di LAZ: la visionaria e determinata donna a capo dell'azienda che realizza impianti industriali ad alta tecnologia per grandi company chimiche-farmaceutiche e Oil&Gas.

Parlare con Francesca è un vero piacere. La conversazione è senza formalità, scorrevole e pragmatica. Il sorriso non manca mai. Si presenta con due suoi collaboratori, Emanuela e Massimiliano: questo ci fa capire quanto creda davvero nel lavoro di squadra.

Ci racconta della storia di successo della sua azienda, che dal 1976 grazie a affidabilità, impegno e ricerca, è sempre cresciuta. La conoscenza e l'esperienza acquisite negli anni, la gestione dei processi produttivi, delle certificazioni e dei controlli sui manufatti hanno avuto un riscontro positivo da parte dei clienti, favorendo così continui investimenti in innovazione.

La realizzazione e manutenzione di impianti industriali, la produzione di strutture in carpenteria, la creazione di tubazioni nelle varie tipologie e materiali, l'esecuzione e l'allestimento di skids trasportabili, sono solo alcuni dei servizi. Dalla

progettazione, alla realizzazione, al montaggio attraverso l'impiego delle tecnologie più adeguate e delle maestranze più qualificate: LAZ offre un servizio a 360 gradi.

Il gruppo vanta oggi 6 siti produttivi tra Nord e Centro Italia e uno di prossima apertura, il 23 maggio, a Massa Carrara che consentirà di integrare anche i trattamenti superficiali a completamento del proprio ciclo produttivo.

I suoi clienti sono giganti internazionali che si affidano a LAZ per tutte le attività di gestione integrata di stabilimento, potendosi così concentrare esclusivamente sul proprio core business, senza ulteriori problematiche.

Ma oggi quello che sta più a cuore a Francesca, la tematica di cui vuole parlarci, è il suo piano di Women's Empowerment all'interno dell'azienda. Scopriamo come la sua visione inclusiva, i sostegni concreti alla maternità, l'impegno per l'ambiente e le energie rinnovabili stanno plasmando un nuovo paradigma per le imprese del settore. Perché c'è chi parla di Esg e chi poi lo fa davvero. Nell'affrontare le sfide di ogni giorno, la leadership di Francesca sta trasformando radicalmente il gruppo anche tramite l'adozione di po-

litiche innovative che pongono le persone, in particolare le donne, al centro dell'attenzione.

Gli investimenti vanno infatti in due direzioni: implementare la produzione e il business dell'azienda, questo non deve mai mancare, ma anche inclusione e attenzione a persone e ambiente.

Facile nel terziario, ma nel settore metalmeccanico molto meno. In un contesto dove le donne sono ancora sottorappresentate, soprattutto nei ruoli decisionali e produttivi, Francesca ha rovesciato questa tendenza, non solo ricoprendo la carica di amministratore delegato, ma anche promuovendo attivamente l'inclusione delle donne a tutti i livelli. Attraverso politiche di assunzione e promozione incentrate sul merito e sull'equità di genere, ha creato un ambiente di lavoro dove talento e capacità sono valorizzate indipendentemente dal genere. Ma non solo nell'amministrazione o negli uffici. Ci racconta sorridendo che il suo sogno sarebbe quello di vedere donne anche nella produzione e, come sempre nel suo stile, alle parole seguono i fatti: ha organizzato corsi di formazione specifici aperti anche alle donne e ha già fatto le prime assunzioni rosa nell'area produttiva.

Le piace molto questa idea. Aprire anche alle donne le grandi opportunità salariali e di crescita che il settore metalmeccanico offre alle maestranze qualificate. Ma l'impegno di Francesca va oltre l'uguaglianza di genere.

La sua azienda si distingue per il sostegno concreto alle donne in gravidanza e alle neomamme, offrendo politiche di maternità avanzate: congedi pagati estesi, servizi di assistenza all'infanzia, programmi di reintegrazione post-parto assistiti e possibilità di smart working e orario flessibile.

Queste iniziative non solo promuovono il benessere delle dipendenti, ma dimostrano anche che la maternità non dovrebbe mai essere considerata un ostacolo al lavoro.

E non si ferma qui. L'azienda si è impegnata a diventare un esempio di sostenibilità ambientale, abbracciando energie rinnovabili e pratiche di produzione eco-friendly. Investendo in tecnologie all'avanguardia e adottando processi produttivi più puliti, ha ridotto significativamente la propria impronta ambientale, dimostrando che è possibile prosperare economicamente senza compromettere il Pianeta.

Ciò che distingue veramente la sua leadership è la sua convinzione che le persone siano al centro di ogni successo aziendale. Questo significa non solo garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e sostenibile, ma anche investire nello sviluppo e nel benessere dei dipendenti come parte integrante del business plan perché coltivare un ambiente in cui ogni individuo possa realizzare il proprio potenziale non solo è giusto ma anche vantaggioso per tutti.

In un momento in cui le sfide globali richiedono soluzioni audaci e innovative, Francesca Lastella, il suo team e LAZ dimostrano che le donne possono eccellere in ruoli tradizionalmente maschili, e questo lo sapevamo già, ma anche che un'azienda metalmeccanica può prosperare mettendo le persone al centro e abbracciando inclusione, sostenibilità e responsabilità sociale. Con la forza del sorriso e la chiara visione di un mondo migliore. • **Lucrezia Gennari**



Francesca Lastella, amministratore delegato di LAZ Spa che ha sede a Sordio (Lo)
www.lazimpianti.it

Dal 1976 affidabilità e innovazione su misura.



Ogni impianto industriale che realizziamo è frutto della ricerca costante delle soluzioni più avanzate e affidabili. Con Laz S.p.A. puoi contare su tecnologie all'avanguardia, processi collaudati e soprattutto puoi avvalerti di una consulenza esperta e personalizzata che garantisce prestazioni di alto livello e un servizio dedicato e preciso che vi seguirà per tutto il progetto. Dalla progettazione, all'installazione, ai collaudi: tranquillo, sei in buone mani.



LAZ S.p.A.

Via Cavour, 15/17 - 26858 Sordio (Lodi) Italia - T. +39 02 98264262 - info@lazimpianti.it - www.lazimpianti.it

Formazione e sicurezza, basta noia!

Sul territorio lombardo con Run Up Srl è arrivato Play Sicurezza, un metodo di formazione coinvolgente ed efficace per ottenere davvero la riduzione degli infortuni. Lo descrive la titolare Carolina Borella

Icorsi sulla sicurezza? Una noia assoluta! È un pensiero comune, e non è un caso, così come non sono un caso gli oltre 1.041 morti sul lavoro in Italia nel 2023 e l'incremento dell'1,1 per cento degli infortuni rispetto al 2022. Tutto questo non è fortuito, né tantomeno una sfortuna. È tempo di cambiare davvero le cose nella formazione sicurezza, anzi è già tardi. Ne è convinta Carolina Borella, titolare di Run Up Srl società di consulenza e formazione bresciana tutta al femminile, attiva da quasi dieci anni sul territorio lombardo, che ha deciso di adottare una nuova metodologia formativa per migliorare e rendere più attrattiva la formazione sicurezza: si chiama Play Sicurezza, è il brand leader in Italia per la formazione sicurezza innovativa e divertente ed è un metodo strutturato che si fonda su studi approfonditi di Neuroscienze e Andragogia, la scienza della formazione degli adulti. «Andando nelle aziende – spiega Carolina Borella – ci eravamo accorti che c'erano alcuni problemi



Run Up ha sede operativa a Chiari (Bs)
www.runupsr.it

fondamentali che non si riuscivano a risolvere con la formazione tradizionale fatta con le lezioni frontali: la noia delle persone, la distrazione e, di conseguenza, l'assenza di risultati, ovvero la mancata riduzione degli infortuni.

Da qui, l'idea di fare un cambio di passo, cercando di essere davvero efficaci in aula. Un problema tipico della formazione sicurezza classica, presente in tutti i contesti e livelli, dagli operai ai dirigenti, è quello della noia. «Abbiamo visto in tantissime imprese diverse – prosegue Borella - che le persone, costrette a stare sedute ore in aula ad ascoltare in maniera passiva lezioni pesanti su concetti teorici senza agganci con la realtà, non arrivavano poi a cambiare alcun comportamento e quindi non si riducevano gli infortuni. Quando abbiamo scoperto Play Sicurezza, abbiamo capito che era il momento giusto per cambiare passo, perché c'erano una serie di processi e strumenti in-

Mettersi "in gioco"

Nessun cambiamento comportamentale e culturale avviene senza la profonda adesione delle persone a ciò che si fa in aula, ed è proprio questo che riusciamo a fare con Play Sicurezza

novativi che ci consentivano di fare cose diverse in aula, sia in presenza, sia online. Abbiamo fatto prima una piccola rivoluzione interna formandoci noi con il metodo, poi esterna, andando a portarlo sul territorio».

Play Sicurezza si fonda su tutta una serie di tecniche di formazione esperienziale e di interazione in aula con le persone, tra cui anche l'attività ludica per attivarle e renderle davvero partecipi.

Una sfida importante, un modo completamente nuovo di fare formazione che non è sempre facile portare nelle imprese, abituate alle classiche modalità. «È stato bello anzitutto metterci in gioco noi, imparando a fare cose nuove – dice Borella - e poi è stato stimolante entrare nelle aziende proponendo nuovo approccio alla formazione, incontrando anche varie resistenze, trattandosi di qualcosa di nuovo. Noi continuiamo a mettercela tutta perché qui si tratta di far capire alle imprese che non basta distribuire attestati, ma è necessario rendere davvero utile la formazione per cambiare la cultura della sicurezza in azienda. Nessun cambiamento comportamentale e culturale avviene senza la profonda adesione delle persone a ciò che si fa in aula, ed è proprio questo che riusciamo a fare con Play Sicurezza».

Giochi da tavolo creati ad hoc per il mondo della sicurezza, moduli formativi esperienziali pra-

tici e divertenti dedicati agli organi a rischio nelle imprese produttive, come le mani e gli occhi, un safety game in 3d per esercitarsi in un ambiente d'impresa ricreato virtualmente, una web serie originale su situazioni reali di vita in azienda: questi ed altri gli strumenti formativi del metodo Play Sicurezza che è possibile usare sia in presenza, sia online e che rendono molto più coinvolgente la formazione. Non è un caso che a oggi, a dieci anni dall'ideazione del metodo, nei questionari di valutazione dei corsi con Play Sicurezza la votazione media dei partecipanti è di 9,3, un dato che parla da solo. «Noi poi osserviamo direttamente i risultati nelle aziende del territorio, dove prima il metodo non c'era – continua Borella – e si riesce davvero a cambiare la percezione della sicurezza, perché le persone vivono il momento formativo divertendosi e appassionandosi, e sentendo che la sicurezza è davvero qualcosa per loro, a tutela della loro vita, non più solo un concetto astratto da sentire in maniera passiva».

Sono ormai più di 1.800 gli operai formati in tutta Italia con Play Sicurezza, con i moduli pratici esperienziali. «Quella per la buona formazione alla sicurezza è una battaglia che porteremo avanti sempre – conclude Carolina Borella – perché "sicurezza è vita" è la nostra missione. Avanti tutta, quindi, a tutela della vita».

• **Beatrice Guarnieri**

Le attività di Run Up

Dalla sua costituzione, nel 2016, l'attività di consulenza, oltre a quella di formazione, consiste nel supporto alle aziende per la gestione di contratti, subappalti, sistemi di gestione integrati, sicurezza sul lavoro, qualificazioni, gare e appalti, attestazioni Soa e ottenimento incentivi.

Il punto di forza di Run Up è la trasversalità: può infatti supportare le aziende in tanti aspetti e con differenti servizi su tutto il territorio italiano.

Già da un primo incontro è in grado di capire le necessità del cliente e misurare le azioni, anche in relazione al budget di investimento. Poco alla volta l'azienda cliente viene accompagnata nel miglioramento, non tutto e subito ma un passo ben fatto alla volta. Nell'erogazione dei propri servizi, Run Up punta a differenziarsi: l'impegno è migliorare, aggiornare, completare costantemente la propria offerta ed essere un complemento rispetto all'organizzazione dei propri clienti.

Oltre le barriere di genere

L'amministratrice della MA.DE. Engineering Giuseppina Mazzeo ci parla di come la diversità e l'inclusione di quote rosa abbiano valorizzato un settore, quello della sicurezza elettrica, storicamente ad appannaggio prevalentemente maschile

È risaputo che nel settore dell'ingegneria elettrotecnica sia netta la predominanza maschile, come si può evincere già dalle iscrizioni alle classi universitarie e agli istituti professionali nei quali queste figure sviluppano le loro competenze. Nella MA.DE. Engineering, la diversità di genere, con l'introduzione di una visione nuova e una guida al femminile con forti competenze organizzative, è stata in grado di valorizzare la professionalità e qualità del lavoro dei responsabili tecnici e dei loro team. Guidata oggi da Giuseppina Mazzeo, l'azienda è leader nelle verifiche elettriche e nella gestione del rischio elettrico. La società è stata fondata nel 1995 ma vanta un'esperienza nel settore elettrotecnico sin dagli anni Sessanta.

Come si è sviluppata l'azienda nel corso del tempo?

«Le attività professionali sono conseguenza soprattutto delle esperienze nell'esercizio delle reti elettriche in alta e media tensione e nelle verifiche degli impianti di terra destinati sia alle industrie sia ad attività specifiche (sanità, istruzione, ferrovie ecc.). Tale esperienza ha consentito all'azienda di essere riconosciuta quale organismo abilitato dal Ministero dello Sviluppo Economico (oggi Ministero delle Imprese e del Made in Italy) ad effet-

Giuseppina Mazzeo, amministratrice della MA.DE Engineering di Casapulla (Ce)
www.madeverifiche.com



tuare le verifiche di legge per la sicurezza degli impianti elettrici e ad ampliarsi, in seguito, ai campi della sicurezza elettrica, seguendo anche le esigenze dell'evoluzione normativa in materia. Dal 2014, inoltre, abbiamo avviato una nostra start up interna



La prerogativa

La comprovata professionalità e l'aggiornamento continuo del nostro personale ci consentono di aiutare le aziende al rispetto delle normative di sicurezza elettrica e l'evoluzione tecnologica

per aprirci alla creazione di un nuovo laboratorio di metrologia per la verifica di strumenti di misura elettrica e di contatori di energia ad impulsi. Altra data importante per noi è stato il 2019, anno in cui abbiamo conseguito un ulteriore attestato, motivo di vanto, ovvero l'accreditamento presso l'ente Accredia come organismo di ispezione. Infatti la società rispetta i criteri di indipendenza e opera come organismo di ispezione di tipo "A", di terza parte, secondo la norma (Uni Cei En Iso/lec) 17020».

Com'è strutturata la società?

«La società è gestita da un amministratore unico supportato dal Comitato di controllo a garanzia della gestione dei criteri di indipendenza previsti dalla 17020.

La nostra azienda fa dell'organizzazione dei processi il suo vanto. Operiamo con il nostro Sistema di qualità aziendale, coerente con le norme ISO 9001, 17020 e 17025, perché il nostro obiettivo principale è quello di garantire un servizio di qualità con la piena soddisfazione del cliente e nel completo rispetto dei principi di imparzialità previsti dalle norme, così come riportiamo anche nella nostra dichiarazione della politica della qualità».

Quali sono i prossimi obiettivi?

«Sono anni che guardiamo al futuro con

qualità per chi non ha ancora avuto modo di conoscere la nostra realtà».

Quali sono i vostri servizi di punta?

«La nostra attività si articola in tre dipartimenti principali. Come organismo Accreditato di verifica della sicurezza elettrica, secondo il Dpr 462/01, ci occupiamo di assicurare la conformità degli impianti elettrici alle normative vigenti, un obbligo a cui sono sottoposte tutte le imprese con dipendenti. Il nostro dipartimento di misure e verifiche elettriche, invece, svolge verifiche dettagliate per la sicurezza e la qualità della tensione elettrica, impiegando tecnologie avanzate che garantiscono precisione e affidabilità. Infine, ma non per ultimo, il nostro laboratorio di taratura è fondamentale per la calibrazione degli strumenti di misura elettrica, assicurando la loro accuratezza. Questo è essenziale non solo per il rispetto delle normative, ma anche per mantenere standard di qualità elevati». • Bianca Raimondi



Attori della transizione energetica in sicurezza

Gli obiettivi e gli incentivi energetici 2030 hanno portato l'aumento delle capacità produttive degli impianti di molte aziende italiane ma nello stesso tempo sono aumentate anche le pubblicazioni di norme del Gse sulle sanzioni per irregolarità degli stessi. È essenziale verificare che gli impianti rispettino i rigorosi standard di sicurezza ed efficienza. In questo contesto, tra obiettivi e norme, la MA.DE. Engineering si è posta come un punto di riferimento per le verifiche periodiche obbligatorie dei sistemi di protezione per tutti gli impianti di produzione e le verifiche di sicurezza elettrica, per garantire una transizione sicura oltre che efficiente.

Il volto femminile del mattone

Sulla spinta dei giovani profili tecnici e ingegneristici, le donne stanno gradualmente popolando la filiera edilizia italiana. Abbattendo i muri di genere e «portando cambiamento, flessibilità e coraggio», aggiunge Vanessa Pesenti

Mentre nell'immaginario il mondo delle costruzioni è un affare pressoché esclusivo dell'uomo, il panorama italiano degli ultimi anni sta aggiungendo tonalità rosa. Dai dati del Prevedi, Fondo di previdenza complementare dei lavoratori edili, emerge infatti che a fronte di un numero di operaie ancora decisamente esiguo, la percentuale delle impiegate e delle tecniche ha quasi eguagliato quella dei colleghi uomini. «Sono del parere che il fattore generazionale - sostiene Vanessa Pesenti, vicepresidente di Ance - stia incidendo molto: i giovani stanno contribuendo a sgretolare quelle barriere sociali, culturali e psicologiche che per tanti anni hanno tenuto lontane le donne da settori e discipline considerati maschili».

Significa che il cemento che legava l'equazione edilizia-uomo inizia a presentare qualche crepa?

«È innegabile che ci sia ancora molta strada da fare, ma rispetto al passato la situazione

Vanessa Pesenti, vicepresidente di Ance



gradualmente sta cambiando. Una tendenza che trova riscontro anche se consideriamo le ingegnere iscritte all'albo, che erano il 9 per cento nel 2007 a fronte del 17 per cento attuale e, in generale, le ragazze che scelgono le lauree cosiddette Stem, il cui numero è aumentato del 30 per cento negli ultimi dieci anni».

Quale stile, capacità e valori distintivi porta una donna in cantiere e con quali difficoltà e pregiudizi di genere le può ancora capitare di scontrarsi?

«Ci sono tante caratteristiche che servono per riuscire bene in questo settore e la donna può portare un valore aggiunto in termini di cambiamento, flessibilità, passione e direi anche coraggio. Attitudini indispensabili per chi

deve misurarsi con un lavoro che cambia ogni giorno, che richiede molteplici competenze e che, oggi più che mai, deve essere considerato e vissuto per il suo impatto sociale, la sua capacità di incidere sulla qualità della vita delle persone. Scetticismo e pregiudizi ancora esistono, e riguardano senz'altro la fatica fisica del lavoro in cantiere, ma il discorso deve andare oltre. Anche perché l'innovazione e la tecnologia hanno alleggerito molte delle mansioni più pesanti».

In termini salariali, la donna che lavora in Italia si trova spesso a rincorrere. Come si riflette questo fenomeno nel settore edile e attraverso quali misure si può arginare?

«Si tratta di una realtà purtroppo generalizzata nel nostro Paese e che spesso non si traduce solo nel divario salariale, ma anche in scarse opportunità di carriera, pochi servizi di sostegno alle famiglie o difficoltà nell'ottenere un orario flessibile per le neo mamme. Una sorta di soffitto di cristallo che molto spesso non permette alle donne di riuscire ad arrivare nelle posizioni apicali delle organizzazioni, e che poi va a discapito della crescita e della competitività delle imprese stesse. Come Ance ci battiamo quotidianamente perché tutte le nostre lavoratrici e lavoratori siano ugualmente tutelati e garantiti».

Con quali strumenti?

«Principalmente attraverso il rispetto e la corretta applicazione del contratto edile, che pone la massima attenzione alle tutele, alla sicurezza e al welfare, prevedendo norme specifiche sulla maternità e a favore delle donne. Ritengo inoltre che sia un bell'esempio il fatto che a guidare la nostra Associazione ci sia una donna e sempre più figure femminili nel nostro sistema associativo rivestano posizioni di vertice. E lo stesso avviene in tante imprese. Sono sempre più numerose le colleghe che svolgono, come nel mio caso, ruoli di responsabilità all'interno di imprese che solo fino a qualche anno fa erano a guida maschile. Il cammino da fare è ancora lungo per favorire questo processo, ma i tanti esempi negli ultimi anni mi fanno ben sperare che siamo nella giusta direzione».

Nel nuovo paradigma d'impresa, l'inclusione e la parità di genere sono dimensioni cardine della sostenibilità. Quali iniziative servono per valorizzarle?

«Sono temi che rivestono e meritano sempre più attenzione in ogni strategia di business, perché lo sviluppo sostenibile passa non solo dalla transizione ecologica ma anche da quella sociale. Un obiettivo spesso non semplice da raggiungere, ma che va perseguito aiutando davvero l'occupazione femminile con misure, percorsi e agevolazioni pensate per attrarre e valorizzare il lavoro delle donne».

In più circostanze abbiamo sentito la pre-



Scetticismo e pregiudizi

«Ancora esistono, e riguardano senz'altro la fatica fisica del lavoro in cantiere, ma il discorso deve andare oltre. Anche perché l'innovazione e la tecnologia hanno alleggerito molte delle mansioni più pesanti»

sidente Brancaccio affermare che l'edilizia è il lavoro del futuro. Come trasmettete questo messaggio in ambito formativo, in particolare a giovani e donne?

«Diffondere questo messaggio, rinnovare l'immagine delle costruzioni mostrandole per quello che realmente sono, e cioè un settore inclusivo, sinonimo di storia, bellezza e cultura, un ambiente all'avanguardia in termini di

sicurezza, qualità e innovazione, è una sfida che stiamo portando avanti con determinazione, assieme a tutta la filiera dell'edilizia. Perché siamo convinti che il ruolo del settore oggi vada ben oltre l'aspetto economico e si configuri soprattutto come quello di una grande forza produttiva che può dare un vero impulso alla crescita sociale e al benessere dei cittadini». •Giacomo Govoni



Le opportunità dell'Oltrepò Pavese

Un esempio di vivace imprenditoria femminile nel settore immobiliare. Laura Passera ha scommesso su questo territorio per aprire la propria agenzia e proporre un'ampia offerta di seconde case e aziende agricole

Un casale da adibire a casa per i fine settimana oppure da utilizzare per inventarsi un'attività ricettiva e cambiare vita. È il sogno di molti, desiderio rinviato durante la crisi immobiliare ma che oggi torna a manifestarsi con determinazione. La "piccola Toscana vicino a Milano", così lo definì il Guardian, in un articolo del 2022: un tempo denominato "Antico Piemonte", l'Oltrepò Pavese è un territorio unico e suggestivo, a un'ora da Milano, immerso tra colli e panorami mozzafiato, paesi e castelli, vigne e boschi. In questo territorio, più precisamente a Santa Maria della Versa, opera Liliium Immobiliare fondata da Laura Passera. «L'Oltrepò Pavese è stato da sempre gettonato dai milanesi che vogliono evadere dalla città e immergersi nella bellissima varietà di paesaggi di questi luoghi - spiega Laura Passera -. Sparsi tra le colline, sorgono vari comuni e borghi medioevali, ognuno dei quali ha un patrimonio storico, artistico e culturale di grande interesse. Visitarli e ammirarne le torri e i castelli è un vero piacere».

Qual è il vostro target principale?

«Ci occupiamo di real estate da 20 anni e a noi si rivolge principalmente una clientela cittadina, milanese in prevalenza, che in Liliium soddisfa la risposta all'esigenza di trovare sulle colline la dimora ideale per trasferire la propria residenza o, più semplicemente, trascorrere weekend e vacanze in relax, in un territorio ricco di bellezza, che si sta aprendo al turismo e sta incrementando la propria offerta. Chi compra casa qui, lo fa perché cerca un luogo dove assaporare una natura incontaminata, respirare aria fresca e vivere in un'atmosfera rilassante, senza ri-



Il rapporto con i clienti

Si instaura sempre una relazione di grande fiducia ed empatia, che ci permette di capire quali sono le reali esigenze

nunciare alla possibilità di visitare luoghi di interesse storico, praticare sport e godersi ottimi cibi e vini. Si possono trovare case di campagna con giardini privati e vista sulle colline, case con affascinanti corti interne, vecchi fienili ristrutturati o ancora da ristrutturare. La casa panoramica, con giardino e una bella vista è tra le più desiderate».

Il vostro core business è dunque il mercato delle seconde case.

«Certamente, ma un'altra parte importante

per un lungo periodo. Vengono cercate soprattutto aziende agricole già attrezzate, con cantina e portafoglio clienti, per poter partire subito con un'attività già avviata. La zona dell'Oltrepò Pavese è la migliore per la produzione del Pinot nero e degli Spumanti metodo classico, quindi molti cercano di acquistare le loro aziende vitivinicole qui per avviare una loro attività. Inoltre abbiamo riscontrato che molti investitori sono interessati a questa zona. Intravedono in Oltrepò la possibilità di un importante sviluppo. L'acquisto a costi ancora contenuti rispetto ad altre zone, come il Piemonte o la Toscana, rappresenta un investimento molto interessante e proficuo. Si possono infatti acquistare belle proprietà, tanti ettari di vigneto e la cantina a prezzi vantaggiosi».

Come sta andando il mercato delle seconde case?

«Il rallentamento registrato nel settore immobiliare nei primi mesi del 2023, provocato dall'aumento dei tassi di interesse sui mutui, non sembra influenzare il mercato delle seconde case, viste non solo come un'abitazione da usare nei periodi di vacanza, ma anche come una valida forma di investimento. Dopo il Covid è scoppiato un vero boom, favorito dalla paura del ritorno di un lockdown e dalla possibilità di accedere ai vari bonus edilizia, in particolare nel 2021-22. È cresciuta la richiesta di abitazioni in campagna, viste come alternative dove potersi rifugiare in caso di emergenza. Oggi non è più frizzante come nel periodo precedente, ma l'interesse per il mercato immobiliare, soprattutto in collina, è ancora vivo. L'acquisto di seconde abitazioni, inoltre, rappresenta una grande opportunità di investimento in quanto il mercato immobiliare italiano tende a fluttuare in modo meno improvviso rispetto a quello finanziario, garantendo una maggiore stabilità rispetto a molti mercati esteri».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Sicuramente la professionalità: siamo sul territorio da tanti anni, lo conosciamo molto bene e sappiamo come muoverci. Il vero punto di forza è però rappresentato dal rapporto con i clienti. Si instaura sempre una relazione di grande fiducia ed empatia, che ci permette di capire quali sono le reali esigenze dei clienti che si affidano a noi volentieri proprio perché si sentono accolti e capiti. Preparazione e onestà sono nel nostro Dna, i clienti vengono seguiti con professionalità e competenza in tutte le fasi di vendita, acquisto o locazione degli immobili. Li accompagniamo dalla prima visita al rogito».

• **Cristiana Golfarelli**

I servizi di Liliium Immobiliare

Chi deve vendere o acquistare casa, affidandosi a un agente immobiliare non solo si sente aiutato a raggiungere il suo obiettivo, ma renderà la transazione più facile, sicura e veloce. Vedrà risolvere velocemente ogni problematica, dubbio o intoppo che potrebbe presentarsi lungo il suo percorso. Liliium Immobiliare garantisce un vero e completo servizio di supporto, ricerca e fornitura di tutta la documentazione necessaria, sostituendosi al cliente nelle fasi legate agli aspetti burocratici, per rendergli agevole il percorso verso il rogito.

Più nel dettaglio, tra i vari servizi offerti da Liliium troviamo: valutazione gratuita di immobili residenziali e commerciali; consulenza per mutuo; assistenza completa fino al rogito notarile (visure, estratti di mappa, certificazioni energetiche); contratti di locazione residenziale e commerciale; promozione della vendita o locazione a mezzo stampa e internet; supporto di uno studio tecnico per qualsiasi necessità di progettazione o ristrutturazione dell'immobile.



Laura Passera, titolare della Liliium Immobiliare di S. Maria della Versa (Pv)
www.liliiumimmobiliare.com

del nostro portafoglio immobiliare è costituito dalle aziende agricole, essendo l'Oltrepò zona ad altissima vocazione vitivinicola e quindi meta preferita da chi vuole avviare o ampliare un'attività in questo settore. In questo periodo è incrementata la richiesta di vigneti e aziende agricole, si è infatti risvegliato questo mercato soprattutto per quello che riguarda il mondo vitivinicolo dell'Oltrepò Pavese, dopo essere stato fermo

Elogio della lentezza

Un luogo come una raccolta di progetti e oggetti che parlano tutti lo stesso linguaggio, fatto di purezza e corruzione, estetica moderna e vivacità tattile, luce e colore; frutto di un connubio tra due regioni, il Veneto e la Sicilia, lontani geograficamente, ma legati da solide tradizioni artigiane: questo il sincretismo stilistico di Margherita Rui

Margherita Rui ha uno stile essenziale, pregno di rimandi colti e insieme manuali, accennati e coerenti in ogni dettaglio, dal prodotto al progetto fotografico, dal sito allo stand fino ai font del catalogo. Il progetto che riassume al meglio il suo pensiero creativo, stilistico e realizzativo è Grotta e Carrubo, la sua casa privata a Scicli.

Quale filosofia sta dietro al suo progetto in Grotta e Carrubo?

«Grotta e Carrubo è un luogo che riflette il contesto in cui sorge; manifesto di una personale riscoperta del fare antico e locale, nel quale l'estetica dell'imperfezione riporta a una bellezza antica e lenta. A partire dalla ricerca degli artigiani, alla definizione delle materie, tutte le scelte sono state compiute con l'intento di coinvolgere le migliori maestranze locali. La casa è stata costruita in pietra bianca di Modica, calce naturale e legno di castagno siciliano, ogni dettaglio è stato studiato tramite un processo di ricerca lento e paziente volto a individuare le soluzioni più adatte nel rispetto dei materiali originari. A materiali antichi riprogettati, si uniscono gli elementi di decoro: i tessuti disegnati per Erimiti, il lampadario de Il Fanale, il progetto di mattonelle Alfabeto sviluppato con Ninfifty e gli arredi disegnati su misura utilizzando i materiali locali (pietra, legno di castagno)».

In Grotta e Carrubo alcuni spazi sono definiti "angoli di elogio della lentezza". Cosa significa?

«Quando io e mio marito Alessandro abbiamo visitato per la prima volta questo piccolo luogo abbiamo colto immediatamente le sue potenzialità di integrazione nel paesaggio roccioso del colle. Al carrubo e ai fichi d'india esistenti abbiamo deciso di aggiungere lentischi, corbezzoli, limoni, felci e piante aromatiche del territorio siciliano per valorizzare il paesaggio urbano, con l'aiuto di un bravo paesaggista locale (Alessio Bracchitta): i colori e i profumi delle piante autoctone incorniciano e definiscono spazi di calma e riposo, angoli di elogio della lentezza e di un nuovo modo di vivere incastonati tra il declivio e la nuda pietra dei muretti a secco patrimonio Unesco. Il progetto degli esterni rispecchia il desiderio di vivere appieno il rapporto con la natura, non solo nei suoi elementi, ma anche e soprattutto nei suoi tempi. Grotta e Carrubo è un luogo in cui riappropriarsi dei ritmi originari e far propria la lentezza. Molti sono, infatti, gli angoli pensati per lo slow living, dislocati lungo il percorso che dalla casa conduce ai margini della pro-



Grotta e Carrubo

È un luogo che riflette il contesto in cui sorge; manifesto di una personale riscoperta del fare antico e locale, nel quale l'estetica dell'imperfezione riporta a una bellezza antica e lenta

prietà».

Il suo concetto di estetica dell'imperfezione come si concilia con quello di perfezione assoluta che tanto piace oggi?

«I concetti di verità, imperfezione, non finito rispecchiano ciò che per me è il fondamento della progettualità. La ricerca e la sperimentazione chiamano la materia ad assumere nuove forme e colori e aiutano a concretizzare il suo potenziale espressivo. A questo approccio dal ritmo naturale, organico unisco tecniche antiche reinterpretate e le più avanzate tecnologie, che rendono ogni prodotto e il processo che lo delinea irripetibili».

Che cosa vuol dire fare design per l'outdoor oggi?

«Il design per l'outdoor ci apre a nuove sfide. Attraverso gli strumenti di progettualità dell'interior riusciamo a decodificare un modo di vivere spazi solamente tratteggiati, senza veri confini: un nuovo approccio all'outdoor che si trasforma non solo in luogo, ma in un momento per ritrovare ritmi dimenticati, strettamente legati a quelli della natura. Nasce così un modo di vivere lento dove i confini sono allo stesso tempo reali e immaginati».

Nei confronti della sostenibilità qual è il suo impegno?

«La progettualità, e con essa la sostenibilità, è un processo evolutivo di educazione, ricerca e confronto incessanti, in cui risultato e pratiche sono sempre perfezionabili. Spazi e prodotti devono mettere le persone al centro, considerando come queste vivranno, muteranno ed evolveranno in e con essi. Persone, luoghi e prodotti sono legati indissolubil-

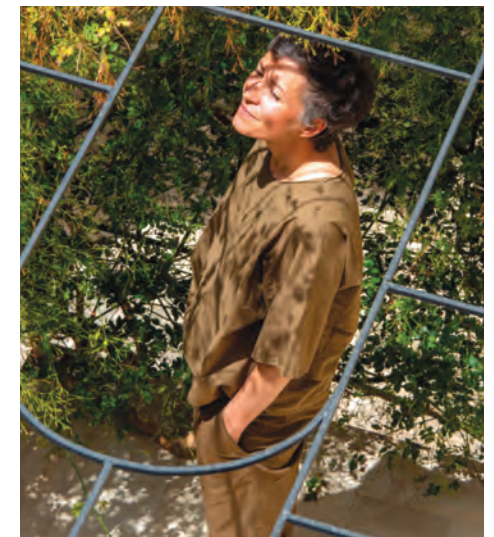


mente dal tempo, pertanto nel mio modo di progettare cerco sempre di trovare il modo di supportare il concetto di durabilità attraverso pratiche antiche che utilizzano i materiali della tradizione ma che trovano risposta nell'artigianato del territorio».

Quali sono i vostri progetti futuri?

«Questo è un momento ricco di progetti, stimoli e contaminazioni. Durante la Milano Design Week 2024, la mia ricerca Glazed Nature riguardante il colore e gli smalti applicati a diverse superfici ceramiche sarà esposta alla Galleria Rossana Orlandi. Ho voluto creare una vera e propria materioteca composta da 168 piastre che consente di dialogare sui progetti con uno sguardo ampio. Dal 2021 lavoro alla direzione creativa di Dante Negro, brand che esplora le possibilità del ferro battuto trasformandole in arredi outdoor e strutture architettoniche su misura. Quest'anno, la linea contemporanea Blending Habitats viene presentata per la prima volta al Salone del Mobile di Milano con l'inedita collezione Corda di Zanellato/Bortotto e il completamento della mia collezione Dolmen: un divano modulare composto di 10 elementi. Con Dogtrot, sto lavorando alla direzione creativa di Teporia, una start up di arredo outdoor digital first. Teporia è sinonimo di freschezza: nelle idee, nel design e nell'approccio al mercato. Con questo nuovo brand, abbiamo voluto rivoluzionare il modo in cui il design arriva al pubblico attraverso

Margherita Rui designer e creative director dello studio Dogtrot



una proposta esclusivamente online che lo rende accessibile a tutti. Oltre a progettare la linea di prodotto Rada, ho coinvolto un team di designer composto da e-ggs, Tommaso Caldera, They Simply Design e Andrea Radice che hanno disegnato per il brand le collezioni Fune, Juta, Nesto, Sartia e Tamerice, proponendosi di trasformare gli spazi all'aperto in luoghi da vivere all'insegna di spensieratezza, leggerezza e convivialità. Ultimo, ma non ultimo ho nel cassetto un progetto del cuore di cui non posso svelare ancora nulla, ma che vuole valorizzare il savoir-faire delle straordinarie maestranze italiane interpretate attraverso un nuovo segno. Spero di potervi dire presto di più».

•Cristiana Golfarelli

La creatività è un muscolo da allenare

«Per creare una narrativa autentica e vera non si può che passare attraverso un processo molto accurato di costruzione del proprio sé». Così Sara Ricciardi si svela nei suoi progetti

Milanese d'azione, Sara Ricciardi non dimentica mai le sue fiere radici del Sud, che si riflettono nella creativa vena pagana che appartiene solo veramente a chi è nato all'ombra del Vesuvio.

È nata nell'entroterra campano, in una città chiamata Benevento, nota per essere la città delle streghe, come si riflette nel suo lavoro?

«Benevento è la città delle streghe poiché si narra di questo albero di noce, poi estirpato dal Papa, intorno al quale si praticavano ritualità pagane. La natura è la vera dea con cui restare in contatto per preparare le proprie formule magiche. Mi piacciono molto le radici, sentire la terra, creare i rituali. Come se avessero un riverbero lontano in me. Il primo lavoro con cui ho esordito è stato proprio Natura Morta. Supporti per sostenere rami e radici nella loro scultorea ultima posa. E poi sono arrivati Ritmo Sabba, Tabernacoli, Vette, Fedi e molti altri... Lavori in cui l'oggetto è solo un simulacro per la ricerca del sacro. La strega, o Janara, non fa altro che curare, lenire, è sapiente maga di erbe, miscela ingredienti della terra per creare misture con sapienza e conoscenza. Le sento come antenate. Le sento come maestre di vita e il mio lavoro è uno strumento narrativo, un veicolo per tramutare le parole in possibili forme magiche».

Quando è nata la sua passione per il design?

«È una parola che in realtà fino ai 17 anni non faceva parte del mio panorama. Eppure un giorno nel mio liceo classico di Benevento, ci fu una giornata di orientamento- un formatore venne a parlare di Design- e come sempre la vita è l'arte dell'incontro...All'epoca stavo studiando il Demiurgo di Platone- colui che riusciva a trasformare il mondo astratto delle idee in forme tridimensionali comprensibili per gli uomini e quando il formatore disse: Il design consente di mettere i pensieri in materia - puoi dare loro una forma, capii in un attimo che era quello che volevo fare! Ho iniziato a studiare design due anni dopo quell'incontro che aveva lasciato dentro di me un grande seme».

«La creatività è un muscolo e io la alleno ogni giorno mettendomi scomoda». Così ha spiegato il suo metodo di lavoro: che



cosa implica?

«Ho sviluppato una metodologia in anni di ricerca e sono sempre disposta a modificarla a seconda del contesto in cui siamo. La creatività infatti non si conquista mai, la si allena e la si nutre mettendosi sempre in una nuova "posizione di scomodità" un passo in avanti, indietro, di lato, muoversi implica che per una frazione di secondo la perdita dell'equilibrio. Ci vuole il moto per andare da qualche parte. Fondamentale è cambiare la postura, cercare lo squilibrio prospettico per vedere anche gli altri lati di un poligono irregolare; devi sentire il corpo nella ricerca e così anche lo sguardo riesce a rinnovarsi sempre. Il nostro deve essere uno sguardo sempre vivo sulle cose, gli spazi e le persone attorno a noi. Bisogna saper andare alla deriva, con esercizi situazionisti e psicogeografici, perdersi come dei Flaneur e poi dopo questa apertura saper chiudere, scegliere, dichiarare. È un movimento di mantice, un respiro che ci vuole sempre nella pratica di apertura e chiusura per non restare fermi dentro paradigmi stantii».

Com'è nata la tua passione per il design scenografico e per la performance?

«Sono sempre stata devota e amante del teatro. Si da quando sono piccola- benché sia una scatola di "finzione" è paradossalmente

il luogo per me più vero di tutti. Nella costruzione dell'opera studiamo le nostre ossessioni, i nostri tic, i nostri desideri. Nelle maschere che scegliamo si annidano le parti più vere e sin da piccola ero una ghiotta frequentatrice di palcoscenici. È venuto naturale far sì che un oggetto sia sempre un pò un oggetto di scena, che un interior sia concepito sempre come un palcoscenico per le varie personalità che incontriamo. Il mio studio, il pataspazio, atelier di ricerca è costruito ad esempio in questo modo, il centro è nel gabinetto aperto da cui parte una spirale perché tutto è in movimento, anche le pareti sono quinte mobili di tendaggi che partiscono lo spazio. Abbiamo una cucina di cinque metri per cucinare insieme a vista e ci sono casse e microfoni per la filodiffusione



di canti e poesie. Oppure come la nostra ultima performance Sherazade per Spazio Giallo a Roma in cui abbiamo rielaborato la mitica figura de Le mille e una notte costruendo un immaginario di sogno con gioielli per la persona e per la casa con una lenta discobolo Floreale. Vivere significa interpretare il proprio palcoscenico quotidiano».

Nelle case che disegna cerca di "restituire" al cliente i suoi ricordi, i sentimenti, la poetica del suo quotidiano e della sua storia. Come riesce ad entrare in sintonia profonda con il committente?

«Fondamentale essere davvero nell'ascolto e fare tutta una serie di visualizzazioni iniziali per tracciare sogni e desideri da miscelare a limiti tecnici quali- spazio, tempo e budget. La sintonia è immediata quando c'è sincero scambio e grande desiderio. Le case sono una restituzione di ossessioni, voglie personali o collettive a seconda del singolo o della comunità che le abita. E soprattutto sono vive. Continuano a trasformarsi e non debbono solo ricercare uno status di rappresentanza».

Quali sono i suoi ultimi progetti?

«I progetti su cui stiamo lavorando al momento in studio sono variegati. Stiamo progettando una Lamia, nella meravigliosa Valle

La designer Sara Ricciardi



D'Itria pugliese, e durante il Salone presenteremo la nuova collezione Oasis per Bosa Ceramiche, nonché la nuova linea di carte da parati per Texturae Karpeta. Presenteremo poi una installazione sonora immersiva: Under The willow Tree a Palazzo Litta con Passamanerie Massia e il musicoterapista Paolo Borghi. Dove tratteremo il suono come cura per la produzione artistica di 5 Vie. Sarò curatrice della mostra poetica Alchimie sul grande maestro Alessandro Guerriero presso lo spazio di Vito Nesta. A fine aprile presenteremo una grande installazione a Loggionno nei Paesi Baschi sulla libertà di espressione per azioni cittadine parkour».

•Cristiana Golfarelli

Fondamentale è cambiare la postura

«Cercare lo squilibrio prospettico per vedere anche gli altri lati di un poligono irregolare; devi sentire il corpo nella ricerca e così anche lo sguardo riesce a rinnovarsi sempre»

Per un'edilizia civile al passo con i tempi

Franco Lavina Costruzioni è un'impresa con un'anima innovativa, radicata al suo solido passato ma orientata a conquistare dinamicamente ciò che riserva il futuro nel settore in cui si trova ad operare da più di 60 anni. Oggi è portata avanti dalle figlie del fondatore, Serena e Vania Lavina

L'Italia si caratterizza per un livello di rischio sismico tra i più elevati del Mediterraneo. Aumentare la sicurezza del patrimonio edilizio esistente è un'importante sfida per un Paese che, come il nostro, ha un alto livello di rischio sismico. Per questo è necessario affidarsi a imprese solide e serie come Franco Lavina Costruzioni, una storica azienda fondata dal cavaliere Franco Lavina nel 1959, e attualmente saldamente portata avanti dalle figlie Serena e Vania. L'azienda ha subito una profonda ristrutturazione a seguito della crisi globale del 2008, infatti nel 2014 è entrata in procedura controllata a causa di mancati incassi e perdita di fatturato, da cui è uscita positivamente nel giugno del 2018. «L'evento della crisi ci ha costretti a procedere ad una pesante riorganizzazione aziendale e al completamento del processo di passaggio generazionale che già era in corso; la crisi ci ha co-

Serena Lavina, alla guida della Franco Lavina Costruzioni di Tambre (BL)
www.lavinacostruzioni.com



Innovazione e costante ammodernamento *L'impresa mira oggi a qualificarsi anche come realtà specializzata nelle opere di miglioramento sismico e riqualificazione energetica degli edifici*

stretti a fare tutto in affanno, ma da imprenditore, quello che mi ha insegnato questo evento è che ogni crisi dà lo spunto per delle nuove opportunità, che noi abbiamo saputo cogliere» spiega Serena Lavina.

Qual è il core business dell'azienda?

«Franco Lavina Costruzioni nasce come impresa costruttrice di edifici civili e industriali, attività che rappresenta il core business dell'azienda e si concretizza nella massima classifica della attestazione Soa per la categoria OG1. L'azienda costruisce edifici civili - sia abitazioni private sia edifici pubblici - e fabbricati industriali chiavi in mano. Il concetto di innovazione e costante ammodernamento caratterizzano da sempre il core bu-

ness dell'impresa, la quale oggi, oltre alla radicata specificità settoriale, mira a qualificarsi come impresa specializzata nelle opere di miglioramento sismico e riqualificazione energetica di edifici di ogni ordine e grado. Il miglioramento sismico sta diventando l'attività principale dell'azienda, che ha acquisito anche nuove tecnologie operative con i tessuti in fibra di carbonio, acciaio e reti di fibra di vetro a connettori, permettendo il recupero di edifici ad alta protezione sismica anche laddove vi siano presenti vincoli paesaggistici.

«La storia della nostra impresa ha permesso in questi anni di realizzare lavori con il contributo del 110 per cento in edifici singoli, le cui pratiche

sono andate tutte a buon fine».

Vi contraddistingue anche per il vostro impegno nella compliance aziendale. Che certificazioni avete?

«L'impegno che contraddistingue la Franco Lavina Costruzioni è diretto non solo al mero ottenimento di risultati commerciali e produttivi, ma anche e soprattutto alla tutela e alla garanzia di chi collabora con noi al raggiungimento di questi. L'integrale adesione al sistema normativo in materia di sicurezza imposto dal legislatore e ai protocolli impartiti dagli organismi di certificazione, guida da sempre l'operatività della nostra impresa nell'ottica del principio di prevenzione di illeciti e infortuni; abbiamo ottenuto il protocollo di legalità; siamo inseriti nelle white list (elenchi antimafia) di diverse province venete ed emiliano romagnole; nel 2018 è stato ripreso il sistema di gestione della sicurezza ai sensi della Uni Inail - Sgs; nel 2023 è iniziato inoltre il percorso per la certificazione integrata ambiente e sicurezza, per essere al passo con i tempi e per dimostrare che anche imprese di piccole dimensioni possono riuscire a sostenere il peso economico di certificazioni impegnative, se realmente calate nella realtà operativa. La nostra impresa è inoltre certificata per il sistema di gestione qualità secondo la normativa Uni En Iso 9001:2008 oltre che



per la sua operatività nel settore pubblico grazie alla certificazione Soa per le principali categorie costruttive, nonché per opere fognarie e stradali».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Uno dei nostri punti di forza sono le maestranze. La manodopera diretta è qualificata grazie a una costante formazione, oltre che all'esperienza e manualità nell'esecuzione degli interventi, il nostro turn over è bassissimo, perché solo maturando esperienza specifica ci si può specializzare sulle lavorazioni nei fabbricati; possiamo contare anche sulla collaborazione di qualificate squadre di specialisti, che permettono di fare fronte in termini di operatività, risultati e tempi di esecuzione ad ogni tipo di lavorazione richiesta, pur mantenendo flessibile e snella la struttura dell'azienda. Le nostre maestranze sono in grado di costruire con tecnologie innovative ad alta efficienza energetica fino alle case a emissioni zero, di cui abbiamo avviato le modalità operative fin dal lontano 2012. L'ufficio tecnico e amministrativo, costituiti da personale laureato e diplomato, costantemente formato e aggiornato sulle normative del settore, sono integralmente coordinati da un'interfaccia costante e dalla completa condivisione delle informazioni grazie a dotazioni software di ultima generazione, che permettono una gestione di massima efficienza dal punto di vista tecnico e amministrativo».

• **Cristiana Golfarelli**

Progetti per il futuro

L'azienda vuole puntare a rafforzare la propria posizione sui mercati in cui opera; a tal fine sta consolidando le linee strategiche che ha impostato negli ultimi anni, perseguendo i seguenti obiettivi a tre anni: mantenimento del fatturato minimo su 3 milioni di euro desunto da operatività nelle tre regioni nonostante la propria struttura organizzativa permetta aumenti di fatturato anche del doppio, un esempio, il fatturato 2023 che sfiora i 7 milioni di euro; implementazione del settore dedicato alle manutenzioni, mediante la presenza oramai fidelizzata in aziende anche quotate in borsa e del lusso, come ad esempio la Sest Luvè nel settore del freddo e il gruppo Kering per quanto attiene aziende di occhialeria; aumento del fatturato nel settore privato, instaurando un rapporto professionale impegnativo ma continuo con alcuni studi professionali anche fuori regione, e facendosi conoscere per la bontà delle opere realizzate e per una struttura di assistenza post vendita che poche imprese riescono a garantire; controllo continuo ed esasperato dei costi di ogni singola commessa e di struttura, in modo da assicurare ai clienti la certezza della spesa; formazione interna costante delle figure professionali presenti, in modo da essere in grado di realizzare le opere anche secondo le più moderne tecnologie.

Corte SpA: Il riciclo consapevole è la nuova ricchezza

Elena Zulli, chairwoman di Corte SpA, ci accompagna alla scoperta di un'azienda capace di trasformare il rifiuto in risorsa, diventando partner delle aziende nella filiera della sostenibilità



L'azienda | Corte è un'azienda di famiglia attiva da tre generazioni, racconta la Presidente Elena Zulli: "Da oltre 75 anni siamo un punto di riferimento per le attività di raccolta, separazione e riciclo di materiali ferrosi e non, con servizi che vanno dalla demolizione di impianti industriali allo smistamento di materiali riciclabili, fino alla gestione di oggetti riutilizzabili". Una storia che inizia nel 1947 dall'intuizione del suo fondatore, Duilio Corte, e che conosce un'espansione continua nel tempo, caratterizzata da alcune tappe fondamentali nelle quali la sensibilità, la capacità e la risolutezza

della componente femminile sono state determinanti. Negli anni '70, quando alla guida dell'azienda subentra la figlia del fondatore, incrementando l'attività di demolizioni e recupero materiali. In seguito al cambio radicale della normativa rifiuti, Corte raccoglie la sfida e si trasferisce nella nuova sede di Osoppo, rispondente per spazi ed impiantistica alle nuove autorizzazioni e certificazioni necessarie.

Infine, nel 2016, quando la guida passa ad Elena Zulli e si intraprende la trasformazione in Società per Azioni. "In quegli anni Corte SpA è stata un'azienda le cui quote di proprietà erano interamente rosa", ricorda la Presidente. La crescita aziendale procede costante fino ad oggi: nel 2023 nasce R3use, il marketplace online per la vendita di carpenterie, macchinari e altri beni usati che possono essere riutilizzati, tornando a nuova vita. Sempre nello stesso anno, Corte SpA entra nella prestigiosa classifica "TOP 500" delle aziende del Veneto e del Friuli Venezia Giulia.

I SERVIZI: INNOVAZIONE E COMPETENZA

I materiali metallici provengono principalmente dalle aziende che si occupano della raccolta differenziata per i Comuni, dalle demolizioni di siti industriali, navali, ferroviari, militari ecc., da sfridi di lavorazione industriali o da rottami provenienti da attività del settore industriale, commerciale o dei servizi.

Corte SpA effettua il loro trattamento tramite le attività di indagine radiometrica, di pesatura e selezione manuale e meccanica, di riduzione volumetrica mediante cesoiatura, pressatura, frantumazione o ossitaglio e di separazione magnetica o a induzione per valorizzare anche i metalli non ferrosi. Il tutto avvalendosi di attrezzature di proprietà all'avanguardia e dell'intervento di personale altamente qualificato. Un percorso apposito è dedicato al processo di lavorazione dei RAEE.

R³: IL PERCORSO GIUSTO PER IL TUO CAPITALE METALLICO

Corte offre alle aziende un servizio di valutazione del proprio Capitale Metallico. Un'analisi che individua il valore dei materiali di scarto e degli oggetti riutilizzabili per trasformarli, oltre che in un vantaggio ambientale, in un beneficio economico per le imprese. Il recupero dei materiali è il primo passo di un ciclo integrato che si completa nelle attività di riciclo e di riuso, svolte rispettivamente nelle sedi di Buja e di Tavagnacco.

Un ciclo integrato e completo



DONNA E IMPRENDITRICE: UN BINOMIO VINCENTE

Elena Zulli è un'imprenditrice che ha saputo conciliare con successo il suo ruolo manageriale con i valori trasmessi dalla sua famiglia.

"La nostra azienda ha il suo punto di forza proprio nell'impostazione familiare. Qui io sono nata e cresciuta professionalmente, ed è per questo che nel mio lavoro di ogni giorno ci tengo a portare avanti i valori in cui credo e che da sempre ci contraddistinguono. Per me essere imprenditrice donna significa saper conciliare due grandi responsabilità: da un lato la responsabilità di mantenere l'equilibrio economico aziendale e di creare valore aggiunto e soddisfazione per i nostri clienti e fornitori, dall'altro la responsabilità di agire sempre per il meglio nei confronti dei dipendenti, dell'ambiente e della comunità".

Elena Zulli - Corte SpA

R3cover La fase del recupero delle materie ferrose e non ferrose è fondamentale. È qui che Corte SpA fa la differenza, mettendo in campo la competenza, le autorizzazioni e le certificazioni necessarie per individuare il percorso più adatto per trasformare in risorsa e valorizzare ogni tipo di materiale di scarto.

R3cycle I materiali di scarto raccolti vengono trattati e valorizzati per essere reintrodotti nel ciclo produttivo producendo un valore aggiunto.

R3use Corte anticipa la filiera del rifiuto individuando materiali che possono essere recuperati e utilizzati così come sono, dando loro una seconda vita. Un sistema che è la chiave dell'economia circolare e della sostenibilità.

UN SISTEMA PER METTERE IN CONTATTO DOMANDA E OFFERTA
IL MARKETPLACE DEL METALLO USATO - www.r3use.it

Corte ha creato una vetrina online in cui sono in vendita tutti gli oggetti di seconda mano che possono essere riutilizzati, come materiali di carpenteria, macchinari o accessori. Questo sistema riduce gli sprechi e promuove una gestione sostenibile dei materiali, offrendo opportunità di acquisto convenienti ed ecologiche.

CORTE



corte-spa.com

Un cuore d'oro

Quello di Ivana Ciabatti è un esempio di leadership eccezionale, di impegno verso pratiche etiche e sostenibili e di dedizione alla promozione dei ruoli femminili in settori tradizionalmente dominati dagli uomini. Oggi la sua Italtreziosi, punto di riferimento per il polo orafa italiano e internazionale, compie quarant'anni

Leader visionaria e tra i soci fondatori di Italtreziosi Spa, Ivana Ciabatti ha dedicato oltre quarant'anni ai progressi pionieristici nel settore dei metalli preziosi. Con un impegno costante per la sostenibilità, l'etica e la responsabilità sociale, ha condotto la sua azienda verso traguardi importanti, facendone l'emblema dell'avanguardia del settore. Italtreziosi affonda le sue radici nel Distretto orafa aretino, il più importante d'Europa e, nel segno dell'oro, il bene essenziale in cui tutto il mondo si rifugia in tempi di incertezza, Italtreziosi emerge sul panorama internazionale, guidata dalla visione di Ivana Ciabatti e dal suo impegno concreto verso un futuro sostenibile. Italtreziosi acquista l'oro direttamente dalla miniera, lo raffina e lo vende alle



Ivana Ciabatti, ceo della Italtreziosi di Arezzo
www.italtreziosi.it

Filiere più corte

Con le partecipazioni dirette nelle miniere, saltiamo un intermediario e accorciamo la catena del valore tra oro grezzo e produzione, tra materia prima e chi la lavora

aziende orafe ma anche a realtà di altri settori industriali, che poi lo trasformano. I lingotti di Italtreziosi inoltre vengono venduti anche a banche, banche centrali e a investitori privati.

Chi è Ivana Ciabatti?

«Sono nata a Castelfocognano, un piccolo borgo immerso nelle foreste casentinesi, in provincia di Arezzo, da una famiglia di contadini. Partita da questo piccolo microco-

smo, 40 anni fa sono approdata in un settore, quello orafa, allora dominato quasi esclusivamente da uomini. È stato molto difficile emergere; ci sono riuscita grazie alla passione, determinazione e all'interesse per i viaggi, che mi ha permesso, attingendo a tante ispirazioni, di avviare la mia attività senza scendere mai a compromessi. Ho creato un'azienda oggi leader a livello internazionale: vendiamo i nostri lingotti al settore industriale, a banche e banche centrali di tutto il mondo oltre che a privati, e abbiamo raggiunto un fatturato di oltre 3 miliardi».

Quale messaggio vuole trasmettere alle nuove generazioni?

«Dico sempre ai giovani di credere nella bellezza dei propri sogni e di lottare per realizzarli, senza aver paura di fallire, con determinazione e umiltà e lottando per i grandi ideali contribuendo così a ridare dignità al nostro meraviglioso Paese, che vanta una grande storia ed è fiero di tantissime eccellenze. È necessario puntare sui giovani: l'innovazione, la meritocrazia e la bellezza salveranno il mondo e l'Italia. Come ce l'ho fatta io, figlia di contadini, ce la possono fare anche altri. Senza dimenticare, però, che ho pensato sì di fare profitto ma con etica, morale e tanta energia. Oltre alla

recente certificazione B Corp™, infatti, Italtreziosi ha conseguito anche la certificazione per la parità di genere e la Carbon footprint, inoltre siamo impegnati in progetti per l'empowerment delle donne nella filiera e collaboriamo con organizzazioni internazionali come le Nazioni Unite. Italtreziosi è poi tra le 66 raffinerie a livello mondiale ad avere la "Good Delivery" LBMA, certificazione che garantisce la tracciabilità dell'intera filiera e assicura il rispetto degli standard internazionali più rigorosi in termini di purezza e provenienza».

E infatti, lei è stata inserita tra le 100 donne al mondo del settore minerario premiate per il loro impatto sostenibile nella classifica speciale di Women in Mining Uk.

«Si può estrarre oro anche in maniera sostenibile, senza inquinare e sfruttare nessuno, nel rispetto della dignità dell'essere umano. Nel mio settore sono stata tra le prime ad aver parlato di sostenibilità affrontando progetti concreti già dal 2007, ponendomi in primis il problema della tracciabilità. Anche per questo abbiamo acquisito partecipazioni dirette nelle miniere. Così saltiamo un intermediario e accorciamo la catena del valore avvicinando il mondo dell'estrazione all'industria».

Come avete celebrato i vostri 40 anni di attività?

«Il nostro obiettivo è sempre stato quello di fondere la passione per la tradizione del territorio con l'ambizione per l'innovazione, creando valore non solo per l'intera filiera, ma anche per la società. Celebrare 40 anni di attività è un traguardo significativo che ci riempie di orgoglio e ci spinge a guardare al futuro. Questo anniversario non è che una tappa del percorso intrapreso, altri obiettivi ambiziosi sono da raggiungere con entusiasmo, investendo sempre sull'alta tecnologia tutta italiana e mirando a servizi e prodotti che rispettino elevati standard di qualità e di responsabilità etica e sociale. Il quarantesimo anniversario di Italtreziosi è stato anche l'occasione per riaffermare l'ambizione di essere pionieri nel rispetto dell'etica e dell'innovazione. Inoltre, abbiamo lanciato un'edizione speciale dei nostri lingotti, che celebra le nostre radici italiane e il patrimonio culturale della Toscana».

Quali obiettivi si pone per il futuro?

«Abbiamo previsto importanti investimenti per realizzare il nostro nuovo stabilimento, puntando sempre su innovazione totale, alta tecnologia e sostenibilità. A tal proposito, stiamo studiando la creazione di un ambiente armonioso e a impatto zero con un'attenzione particolare al benessere delle nostre persone, tra le altre cose prevediamo asilo nido annesso, mensa a mt. 0 con una coltivazione idroponica. Puntiamo anche sulla crescita del gruppo con l'acquisizione di altre aziende. Attraverso il nostro impegno vogliamo promuovere concretamente un futuro più equo e armonioso, rispettoso dell'ambiente, delle risorse del Pianeta, della dignità umana, che valorizzi l'educazione e la formazione». • CG

La certificazione B Corp™

Italtreziosi, già Società Benefit, entra a far parte di un movimento globale di aziende che guidano il cambiamento impegnandosi in favore di un paradigma economico inclusivo, equo e rigenerativo.

La certificazione B Corp™, infatti, indica che Italtreziosi è stata riconosciuta conforme agli standard di impatto sociale e ambientale di B Lab, rete no profit che lavora per trasformare l'economia globale a beneficio delle persone, delle comunità e del Pianeta.

La certificazione B Corp™ non è che una tappa del viaggio che riflette la visione e l'impegno a lungo termine di Italtreziosi verso un'operatività che rispetti alti standard internazionali. «Essere una Società Benefit certificata B Corp™ nel settore dei metalli preziosi non è solo un onore ma anche e soprattutto una responsabilità che ci spinge a continuare su questa strada con ancora più determinazione, verso un miglioramento continuo» afferma Ivana Ciabatti.

Beachwear

COLLECTION



fiorellarubino.com

FIORELLA RUBINO

Alla scomparsa del marito, ha assunto la guida dell'azienda avviando un forte processo di internazionalizzazione con progetti in Ucraina, Georgia, Azerbaïjan, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Caraibi e altri Paesi. La storia inizia nel 1820, oggi il Gruppo Sgaravatti conta 140 dipendenti e un fatturato di 10 milioni di euro, il centro nevralgico resta però in Sardegna dove opera attraverso tre garden center, oltre 33 ettari di vivaio e 2.500 mq di serre.

A coronare la sua carriera fatta di brillanti successi, due anni fa è arrivata la nomina di Cavaliere del Lavoro: cosa rappresenta per lei e che valore ha per la sua azienda?
«Far parte della prestigiosa famiglia dei cavalieri del lavoro è un onore, significa far parte di una comunità di imprenditori che con dividono i valori di eccellenza, etica e responsabilità sociale. Questo riconoscimento non è solo personale, ma ha coinvolto l'intera azienda e ha motivato tutti a perseguire con determinazione gli obiettivi aziendali, a precorrere i tempi, e ha rafforzato l'immagine e la reputazione aziendale».

Fare impresa in Sardegna non è facile. Come ci è riuscita e quali sono i più grandi ostacoli che ha dovuto superare?

«Fare impresa non è facile, non solo in Sardegna. Un imprenditore deve saper affrontare gli imprevisti e l'incertezza dei risultati delle scelte fatte, deve essere lungimirante, innovare e fare formazione continua. Nel nostro settore un ulteriore ostacolo, che fortunatamente ora non esiste più, era legato alla diffidenza nei confronti delle donne imprenditrici in agricoltura».

Investire nel verde oggi non ha solo un valore estetico ma significa anche e soprattutto credere alla sostenibilità. Qual è il vostro impegno in questo ambito?

«Il nostro impegno come società "verde" è molteplice: risparmio idrico con l'utilizzo di impianti di irrigazione adeguati, recupero e riutilizzo delle acque meteoriche, utilizzo di concimi organici e prodotti fitosanitari naturali, e nell'ambito dell'economia circolare

Rosina Zuliani Sgaravatti, amministratore unico di Sgaravatti Geo che ha sede a Capoterra (Ca) - www.sgaravattigroup.it



Regina di fiori

«Gli ingredienti fondamentali per la sopravvivenza di un'azienda sono sempre gli stessi: passione, innovazione, perseveranza, lungimiranza e molto lavoro». Lo afferma Rosina Zuliani Sgaravatti



L'interazione con la natura

Offre alle persone una esperienza visiva e sensoriale che nutre l'anima e le connette con il ciclo della vita

valorizzazione e riutilizzo dei materiali vegetali di lavorazione. Naturalmente abbiamo a cuore la salute delle piante e la bellezza dei giardini che realizziamo. Sono certa che l'interazione con la natura offre alle persone una esperienza visiva e sensoriale che nutre l'anima e le connette con il ciclo della vita».

La cosiddetta "cecità verde" si è realmente attenuata?

«Purtroppo, la "cecità verde" non si è particolarmente attenuata, ancora non si è arrivati alla piena consapevolezza che le piante sono esseri viventi e di conseguenza vanno trattate come tali riservando loro cure e manutenzioni adeguate. Non dobbiamo osservarle solo da un punto di vista estetico, ma riconoscere l'interconnessione tra il mondo vegetale e la vita sulla terra. Come Assoverde - Kepos e Confagricoltura abbiamo dedicato il Libro bianco del verde all'importanza del verde per la salute sia fisica che mentale».

Che cosa serve per mantenere una corretta e continua manutenzione delle aree verdi?

«Al primo posto certamente una buona progettazione, precisa ed attenta, segue poi la corretta esecuzione dei lavori da parte delle imprese. Tecnici, aziende e personale altamente specializzato con una profonda conoscenza dei siti, del suolo e delle caratteristiche climatiche consentiranno una corretta esecuzione con un corretto posizionamento degli alberi e dei cespugli. Personalmente dedico molta attenzione allo

scavo per la messa a dimora delle piante perché con sente lo sviluppo dell'apparato radicale che renderà più stabile la pianta. L'utilizzo di ancoraggi consentirà ai giovani alberi di resistere ancora meglio alla forza degli eventi meteorologici sempre più violenti. Un'irrigazione moderna con l'utilizzo delle migliori tecnologie garantiranno un adeguato apporto idrico, una lunga vita alle piante e un risparmio d'acqua notevole. Questi accorgimenti renderanno più facili anche le manutenzioni negli anni futuri».

Qual è il progetto che ha rappresentato la sfida più stimolante?

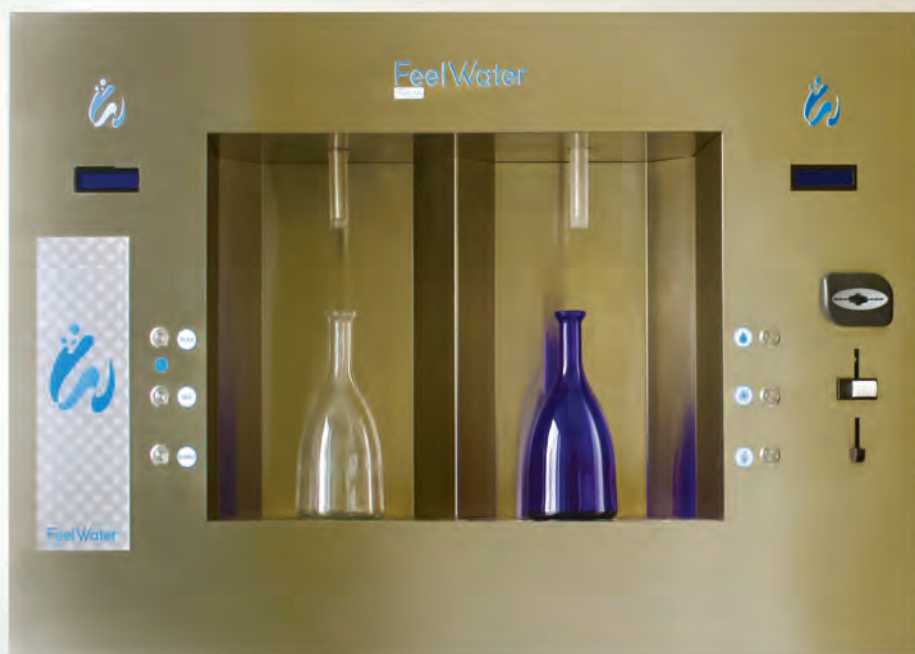
«Per quanto riguarda Sgaravatti Group ogni

progetto e ogni lavoro è stimolante. Ma mi piace ricordare un recente progetto in collaborazione con l'università di Cagliari per lo studio la sperimentazione di nuove tecnologie naturalistiche, con l'uso di piante autoctone, per il recupero di suoli inquinati da metalli pesanti e idrocarburi. Il campo delle bonifiche ambientali con l'utilizzo di queste tecnologie "verdi" potrebbe diventare un importante mercato per la nostra azienda poiché le bonifiche sono necessarie sia in Italia che all'estero e molto in questo campo deve essere fatto. Dopo i risultati della sperimentazione pubblicati su importanti riviste scientifiche si sono avviate diverse partnership che sicuramente ci posizioneranno come protagonisti anche in tale ambito. Abbiamo già lavorato all'estero in diversi Paesi con condizioni climatiche molto differenti per realizzare parchi e giardini e questa nuova sfida per la gestione e risanamento dei suoli inquinati ci affascina molto».

Cos'è per lei l'architettura del verde?

«Realizzare un giardino non è solo creare un insieme di piante ma è come scrivere un libro: è una storia, che ha una trama e uno svolgimento nel corso degli anni. Il giardino si muove nel tempo, cambia colore e cresce. La progettazione di un giardino è questione di cultura. Di cultura botanica ovviamente, ma non solo. È uno studio continuo, perché dietro un progetto c'è una ricerca delle piante, una ricerca dei cromatismi e anche una ricerca letteraria, per dare un senso al giardino. Un giardino avrà una sua storia nel tempo, anche tra 100 o 200 anni. Un progetto deve quindi prevedere lo sviluppo delle piante nel corso del tempo, la conoscenza delle piante che crescono meglio in un certo posto e quali piante aggregare insieme». • **Cristiana Golfarelli**





Feel Water® ITALIA



SOLUZIONI PER LA TUA ACQUA SOSTENIBILITÀ E DESIGN

Guardiamo a un futuro più sostenibile e su misura per le nostre esigenze.

I grandi del mondo decidono per noi le strategie per il nostro domani, noi possiamo scegliere per i nostri consumi, con uno sguardo alla sostenibilità e alla nostra salute. Il trattamento dell'acqua è un tema sempre più rilevante e l'importanza della purificazione dell'acqua è un argomento di forte attualità che deve essere affidato a macchinari all'avanguardia che non trascurano l'aspetto estetico. Nella produzione dei nostri impianti di depurazione dell'acqua, nessun dettaglio è lasciato al caso, il design dalle linee essenziali e pulite è pensato appositamente per chi è attento all'estetica, alla praticità e all'affidabilità del prodotto ricercato. Progettiamo e produciamo sistemi per il trattamento dell'acqua, ci rivolgiamo ai professionisti del settore domestico, Horeca e professionale-industriale, presenti nel mercato nazionale e internazionale. Il nostro principale obiettivo è la riduzione del consumo della plastica e l'educazione alla sostenibilità ambientale. Isabella Barboni, ceo di Feel Water Italia, ha maturato un'esperienza ventennale nel settore del trattamento dell'acqua e sostiene che essere donna in questo periodo storico dia la possibilità di fare la differenza in un mondo dove l'economia è ancora per la maggior parte al maschile. «Noi donne abbiamo capacità e peculiarità uniche e abbiamo il diritto e il dovere di rivendicare le nostre competenze con orgoglio. Dobbiamo essere il motore della nostra vita e del nostro lavoro e dobbiamo sfruttare le nostre potenzialità perché la vittoria è come raggiungiamo il nostro obiettivo. Non dimentichiamo che ciò che siamo, e ciò che vogliamo diventare, è il frutto di un duro lavoro e questo lavoro deve essere di esempio alle nuove generazioni. Dobbiamo credere fortemente in noi stesse per costruire realtà produttive al femminile».

Sede Legale
Via Luccoli, 17 16123 Genova
Tel. 010.8970540

Sede Operativa
Via Milano, 2 20070 Dresano (Mi)
Tel. 02.39283230
info@feelwateritalia.com
www.feelwateritalia.com



Feel Water®
ITALIA

Role model contro gli stereotipi

Per cambiare la percezione che le donne hanno delle carriere scientifiche, portare esempi virtuosi è una delle ricette più efficaci secondo Elena Bottinelli. Fondatrice di un'associazione che lotta per favorirne la leadership in sanità

Un giovane che entra, oggi, nel settore pubblico incontra sette dirigenti dello stesso sesso ogni 100 impiegati, se è uomo, e meno di due se è donna. È una delle evidenze più sintomatiche della sottorappresentanza femminile ai vertici sanitari che emerge dal secondo Rapporto annuale dell'Osservatorio sull'equità di genere della leadership in sanità. Declinato su tre settori- ospedali, farmaceutica e medical device- l'osservatorio nato dalla partnership tra la Luiss Business School e l'associazione Donne leader in sanità (Leads) di cui Elena Bottinelli è una delle fondatrici, mostra che il divario di genere nelle posizioni apicali si dilata passando dal contesto privato al pubblico. «Se nella farmaceutica si registra un certo equilibrio espresso dall'indicatore 0,5- sottolinea l'head of digital transition and transformation del Gruppo San Donato- nei medical device si scende allo 0,4 e negli ospedali allo 0,2. Anche se tra le figure mediche oggi prevalgono le donne, nel Ssn solo l'8 per cento dirigono strutture complesse».

Abbastanza incredibile, considerato che il tasso di partecipazione femminile nel campo delle life science continua a salire, sfiorando il 70 per cento nella sfera pubblica. Anche nel suo percorso di carriera si è imbattuta in queste barriere?

«Io ho trascorso larga parte della mia carriera nelle multinazionali, che su queste tematiche di facilitazione delle carriere delle donne stavano già avviando dei percorsi a fine anni Novanta. Quando sono passata alla



Elena Bottinelli, head of digital transition and transformation del Gruppo San Donato e fondatrice di Leads

gestione degli ospedali, ho trovato invece un ambiente più conservatore. Per quanto mi riguarda, devo dire che sono sempre stata valorizzata per merito e ho avuto la possibilità di crescere, ma a livello italiano c'è bisogno di una grande spinta in questa direzione. Sebbene a livello personale non sia stata penalizzata, sento la responsabilità di contribuire all'empowerment femminile ed è per questo che negli ultimi anni mi sono molto dedicata a valorizzarne la

leadership attraverso Leads».

Obiettivo dell'associazione è raggiungere la parità nelle posizioni apicali di organizzazioni pubbliche e private. Come si può accelerare questo processo nella governance sanitaria?

«Oltre a monitorare l'evoluzione dell'incidenza di leadership femminile come facciamo con la Luiss, misurandone gli impatti attraverso il Gender Leader Index in Health (GLIH), bisogna muoversi per produrre cambiamenti concreti. Ad esempio, promuovendo e magari anche premiando le best practice d'inclusione e sviluppando programmi di mentorship per accompagnare i giovani verso la leadership. In quest'ottica, all'interno del Gruppo San Donato abbiamo elaborato dei piani per l'uguaglianza di genere (GEPs) che, nel definire i progressi da compiere nell'arco di un triennio, rappresentano il primo passo verso la certificazione di genere».

Quali vantaggi genererebbe l'introduzione strutturale di questo strumento?

«Le certificazioni sono importanti per misurare cosa succede e per ovviare, soprattutto all'interno di un'organizzazione privata, ai vari gender gap compreso quello salariale. Mentre infatti nella classe pubblica non ci possono essere grandissime differenze, nel pri-

qualità fondamentali delle professioniste sanitarie: la capacità di lavorare in team, e l'empatia che sono in grado di stabilire con il paziente. Anche e soprattutto attraverso gli strumenti digitali, che le donne con il loro approccio riescono a rendere meno "freddi". Nei progetti di trasformazione digitale di cui mi occupo per il Gruppo San Donato stiamo investendo molto su queste soluzioni interattive che oltre a consolidare una relazione basata sul "patient health record", aprono orizzonti di flessibilità favorevoli alla donna che lavora in ambito medico, soprattutto in certe fasi della vita».



Orizzonti interessanti si profilano in generale in tutta la galassia Stem, dove tuttavia la presenza maschile è ancora dominante. Cosa fare in Italia per incentivare quella femminile?

«Occorre intervenire con le role model, per cambiare la percezione stereotipata che le donne hanno degli studi e delle carriere Stem. Spiegando con gli esempi che fare un percorso Stem non significa sacrificare altre attitudini anche umanistiche o di comunicazione, ma semplicemente cogliere le opportunità collegate all'area health. Dobbiamo far capire alle giovani ragazze che il loro approccio verso il mondo Stem può essere utile e strategico e aiutarle, quando serve, a superare la "sindrome dell'impostore". Ovvero quel senso di inadeguatezza al ruolo che spesso la donna avverte e proprio in questi mesi stiamo studiando per capire se sia necessario attivare programmi formativi e di coaching ad hoc, specialmente nell'ottica della trasformazione digitale».

• Giacomo Govoni

L'approccio strategico verso il mondo Stem
Stiamo verificando se sia necessario
attivare programmi formativi su misura
delle donne, per aiutarle a superare la
"sindrome dell'impostore"



vato essendoci più flessibilità il rischio è più alto. Spesso gli stessi amministratori delegati non sono consapevoli di queste disparità di trattamento economico e invece attraverso le certificazioni si può andare a fondo del problema. Scoprendo quali fattori incidono sulla retribuzione, quanto deriva da una flessibilità oraria, quanto dalle caratteristiche del ruolo, quanto dalle competenze e così via».

Tra le competenze rilanciate dalla pandemia ci sono un nuovo approccio al paziente e le tecnologie digitali, di cui lei guida la transizione all'interno del Gruppo San Donato. Come si sta affermando la professionalità delle donne su questi due fronti?

«Durante la pandemia sono emerse due

La grinta positiva delle “pharma women”

Promuovere il bilanciamento tra vita privata e lavoro, sradicare gli stereotipi di genere fin dall'età adolescenziale, attrarre i talenti femminili verso le materie Stem. La ricetta di Giovanna Labbate per scommettere sul binomio donne-salute

In termini di opportunità di crescita professionale delle donne e di tutela dei loro diritti, l'industria farmaceutica si è distinta come un ecosistema all'avanguardia negli ultimi cinque anni. Durante i quali l'occupazione femminile è cresciuta del 15 per cento raggiungendo il 45 per cento del totale degli addetti e superando il 50 per cento nella ricerca. Anche nelle posizioni di quadri e di dirigenti la componente femminile avanza a piè sospinto, attestandosi al 46 per cento con un picco del 55 per cento tra i giovani. «Questi dati incoraggianti-commenta Maria Giovanna Labbate, managing director di Gedeon Richter Italia- testimoniano una sempre maggior attenzione del settore alle tematiche della parità di genere, oltre che un approccio innovativo e concreto alla work life balance».

Quanto investite su questi temi all'interno della vostra realtà?

«Per noi il benessere delle persone è uno degli asset fondamentali: per questo abbiamo sviluppato il programma di people caring “I Feel Grit” volto a migliorare la motivazione dei collaboratori e ad agevolare il bilanciamento e l'integrazione dei tempi di vita e di lavoro. Per quanto riguarda il rispetto delle diversità di genere, siamo orgogliosi di dire che il nostro team è composto per il 64 per cento da donne. Un dato che riflette il nostro impegno verso l'inclusione».

Da leader nel settore health delle

donne, periodicamente ne misurate anche il benessere attraverso il Gedeon Richter Women Wellbeing Index. Quali variazioni registra l'ultimo?

«L'ultima indagine, condotta su 7000 donne di età compresa tra i 16 e i 59 anni in Francia, Germania, Italia, Portogallo, Spagna, Svezia e Uk nell'agosto 2022, si è concentrata su tutti i principali aspetti della vita che impattano sul benessere delle donne. Per quanto riguarda la sfera professionale è emerso che la quota di donne italiane che lavorano full time è inferiore a quella dell'Ue (40 per cento vs 50 per cento), mentre la quota di casalinghe e di studentesse è maggiore nel nostro Paese. Dalla ricerca si evince chiaramente come sul fronte delle pari di opportunità nel mercato del lavoro in Italia ci sia ancora molta strada da fare».

“Navigando” da più di 20 anni nel mercato pharma con mansioni di responsabilità nazionale e internazionale, quanti scogli di genere ha incontrato e come li ha aggirati?

«Lungo il mio percorso per fortuna non ho incontrato grosse problematiche di genere che abbiano ostacolato significativamente la mia carriera. Talvolta, però, ho dovuto affrontare situazioni non allineate ai miei valori personali e professionali. In un'azienda di cui non farò il nome, per esempio, mi venne suggerito da un dirigente del personale di indossare gli occhiali per apparire più matura.



Maria Giovanna Labbate, managing director di Gedeon Richter Italia

Questo commento non rifletteva l'ambiente lavorativo che ritengo ideale, e dopo nove mesi me ne sono andata. In generale, quando mi sono trovata di fronte a comportamenti o politiche aziendali inadeguati, ho scelto di discuterne direttamente con chi di dovere o, se necessario, di lasciare l'azienda per cercare ambienti più in linea con i miei principi. Questi passaggi, sebbene difficili, mi hanno sempre guidata verso opportunità migliori, dove parità e rispetto reciproco sono prioritari».

Coltivare l'empowerment femminile rientra tra i focus della vostra attività. In quali iniziative e partnership si sta traducendo, e rivolte a chi?

«L'empowerment femminile è un pilastro fondamentale del nostro programma di Responsabilità sociale d'impresa “GRITness4ALL”: come azienda da sempre al fianco dei clinici per la salute delle donne, vogliamo garantire loro la possibilità di esprimersi nella sfera personale e professionale, acquisendo consapevolezza di sé fin da piccole. Per questo abbiamo realizzato un libro-progetto L'Età di mezzo (ed. Carthusia) per aiutare ragazze e ragazzi nel processo di cambiamento verso l'adolescenza, provando a sradicare gli stereotipi di genere che si sedimentano già a questa età. Anche la nostra partecipazione al progetto “Deploy your Talents” della Fondazione Sodalitas persegue la stessa finalità,

puntando ad abbattere le barriere culturali che tengono lontane le ragazze dalle facoltà Stem».

Alle barriere culturali si aggiunge quella economica, il cosiddetto gender pay gap. Come lo affrontate nella vostra azienda?

«Adottando un approccio proattivo per assicurare l'equità salariale tra i generi. La nostra cultura aziendale enfatizza che le opportunità devono essere accessibili a tutti e, per garantire la rigorosa applicazione di questa politica, conduciamo una revisione salariale annuale a tutti i livelli, basata su criteri di meritocrazia. Questo processo ci permette, se necessario, di correggere qualsiasi disparità non giustificata».

Anche a livello comunicativo l'approccio femminile è considerato un plus nel mondo della salute. Che ne pensa?

«Personalmente, ho sempre puntato a rimanere fedele a me stessa, adottando uno stile comunicativo coerente, trasparente e determinato particolarmente



64%

Donne

Presenza femminile nel team di Gedeon Richter Italia



apprezzato nel nostro settore. Per coerenza intendo mantenere una linea chiara e continua, che non solo facilita la comprensione, ma rafforza anche la fiducia tra noi e il “pubblico”. La trasparenza è essenziale, specie quando si trattano temi complessi come quelli scientifici e farmaceutici, in quanto permette di formare un'opinione informata. Infine, la determinazione mi spinge ad assicurare che l'integrità del messaggio non venga mai compromessa». • Giacomo Govoni

Un ruolo rivoluzionario

«Le imprese agricole a conduzione femminile sono le più innovative e resilienti e sono dirette con grandi capacità gestionali. Ma il vero motore delle donne in agricoltura- precisa Mariafrancesca Serra- sono le attività sociali»

Da un'analisi di Donne Coldiretti emerge che sono 200mila le imprenditrici impegnate nel settore agricolo, un dato stimato in crescita costante. Esempio tra tutte per determinazione, per la sua attività in un allevamento biologico in Sardegna e il suo impegno alla presidenza di Coldiretti Donne, è Mariafrancesca Serra.

Il ruolo della donna che valore ha dato alla filiera agroalimentare?

«Il ruolo della donna nel mondo del lavoro è ancora troppo sottovaluto ma la presenza delle donne in campagna ha sicuramente rivoluzionato il lavoro nei campi. Noi donne siamo capaci di spaziare dall'allevamento alla coltivazione, dal florovivismo all'agriturismo, dalla trasformazione dei prodotti alla vendita diretta. Le imprese agricole a conduzione femminile sono le più innovative e resilienti con grandi capacità gestionali. Ma il vero motore delle donne in agricoltura sono le attività sociali, dalla fattoria didattica agli agrisilvi, ma anche l'impegno nelle attività volte all'inserimento nel mondo del lavoro delle donne meno fortunate, spesso vittime di violenze e soprusi».

Quali obiettivi si pone con il suo mandato?

«Con tenacia e passione, lavorerò a fianco delle mie colleghe per superare le tante difficoltà che incontrano le donne in campagna, a partire dalla scarsa tutela soprattutto nell'ambito della maternità. Mi impegnerò inoltre a rappresentare al meglio il mondo agricolo in rosa e la presenza femminile nei ruoli apicali, sia in Coldiretti che negli enti collegati. Il punto di vista delle donne è fondamentale».

Abituata da sempre a vincere tante sfide, oggi quale tra le tante, ritiene essere la più ardua?

«La discriminazione di genere, l'accesso limitato al credito e alle risorse agricole e la mancanza di rappresentanza in posizioni di leadership sono le sfide principali. Inoltre, le donne spesso affrontano difficoltà nell'accedere alla formazione tecnica e alle reti di supporto che sono cruciali per il successo nel settore. Tuttavia, attraverso la resilienza e l'innovazione, molte donne stanno superando queste barriere, creando reti di supporto e utilizzando piattaforme digitali per accedere a risorse e formazione».

Molte persone ancora pensano che le donne non possano stare in un'azienda agricola, tantomeno guidarla. Quali ostacoli ha incontrato nel suo percorso?

«Ho superato tante sfide, sono ingegnere edile e architetto e ora sono alla guida di un allevamento biologico in Sardegna. Dopo la laurea, ho fatto diverse esperienze all'estero dove ho appreso, con entusiasmo, attività agricole di realtà molto diverse per portarle nel mio vissuto e incrementare lo sviluppo tecnologico nella mia azienda. Tra un'esperienza e l'altra però il richiamo della mia terra si faceva sempre più forte fino a quando ho deciso di tornare definitivamente a casa. Credo di essere l'esempio lampante di come

le donne possano occuparsi anche di allevamento. Il mio è un lavoro, tradizionalmente considerato maschile, ma che oggi fa parte della nuova sfida sociale, per le tante donne che come me amano abbattere barriere e pregiudizi. Oggi con grande sacrificio ma anche con tanta passione e volontà voglio mettere a frutto le mie conoscenze, quanto ho imparato nel mio percorso di studi e migliorare la mia azienda sempre di più, con importanti innovazioni e nuove tecnologie che possano aiutare me e i miei collaboratori».

Quali sono i suoi progetti a favore delle donne della sua categoria?

«Ci attendono tante difficili sfide in primis la lotta ai cibi sintetici, la tutela del vero made in Italy ma anche la battaglia per la sensibilizzazione contro la violenza di genere che abbiamo già portato in campo con un protocollo con la Commissione parlamentare di inchiesta sul femminicidio e sulla violenza di genere. Ma lavoreremo anche per superare le tante difficoltà che incontrano le donne in campagna, soprattutto quelle più giovani. Il movimento delle Donne Coldiretti da sempre vicino alle imprenditrici riserva una particolare attenzione alle donne, con strumenti e iniziative dedicate esclusivamente a loro e mira a



Mariafrancesca Serra, presidente Coldiretti Donne

creare opportunità concrete per quante desiderino lavorare nel settore green, anche tramite microcrediti con cui poter realizzare grandi progetti».

Quali sono i vostri impegni nei confronti della sostenibilità?

«La parola sostenibilità rischia di diventare uno slogan se non si traduce in precisi impegni. In primis è necessario che tutti i prodotti che valicano i confini nazionali ed europei rispettino gli stessi criteri, garantendo che dietro gli alimenti in vendita sugli scaffali ci sia un percorso di qualità che riguarda l'ambiente, il lavoro e la salute. Non si può parlare di sostenibilità se non si mette fine al furto di terra fertile ai danni dell'agricoltura nei Paesi ricchi e in quelli poveri ma anche se non si ferma il furto di identità in atto nei confronti dei prodotti alimentari made in Italy, con una falsificazione che ruba all'Italia 100 miliardi di euro e fa perdere 300mila posti di lavoro».

Quali le maggiori problematiche che la Sardegna deve affrontare nel settore agricolo?

«La Sardegna è tornata a vivere un brusco aumento delle temperature che stanno gettando ulteriori preoccupazioni su un settore agricolo e zootecnico già sotto pressione per variazioni climatiche sempre più evidenti. In questo contesto si profila la concreta minaccia del ritorno a una nuova ondata di lingua blu. Proprio per questo, è cruciale un piano d'azione che preveda interventi immediati e tempestivi sia per affrontare una eventuale epidemia sia per la dotazione dei vaccini e repellenti utili a prevenire la diffusione della malattia e proteggere la salute degli animali. L'esempio di questi oltre 20 anni di ondate di malattie animali ha dimostrato che è molto meglio investire in prevenzione diretta e indiretta che intervenire con soldi pubblici per ristorare i danni». • **Cristiana Golfarelli**

Le sfide di Coldiretti Donne

La lotta ai cibi sintetici, la tutela del vero made in Italy ma anche la battaglia per la sensibilizzazione contro la violenza di genere, già portata in campo con un protocollo con la Commissione parlamentare di inchiesta sul femminicidio e sulla violenza di genere



Alla scoperta dell'oro verde

«L'olio per noi è più di un prodotto, è vita; è la vita della nostra famiglia e delle persone che collaborano con noi». Maria Flora Monini ci svela i segreti di un'arte tramandata da generazioni

Produrre un olio extravergine di oliva di grande qualità è un'arte. Un'arte che richiede talento, passione, ma anche tanto metodo e rigore. «Può sembrare banale ma non c'è una formula segreta» precisa Maria Flora Monini - solo una passione genuina, tramandata da tre generazioni, per il nostro lavoro e riconoscenza per la nostra terra. L'olio per noi è più di un prodotto, è vita, è la vita della nostra famiglia e delle persone che collaborano con noi».

Come è iniziato il suo percorso all'interno dell'azienda di famiglia?

«Il mio percorso non è stato lineare, ma segnato da una duplice aspirazione: l'amore per la mia terra da un lato, la voglia di conoscere il mondo dall'altro. Diciamo che grazie all'azienda sono riuscita a trovare un equilibrio. Dopo gli studi universitari a Roma mio padre mi propose infatti di aiutarlo nell'impresa di famiglia. Ma non ero pronta a tornare in provincia, così ho chiesto di poter seguire le vendite all'estero: contro ogni aspettativa accettò, forse anche per mettermi alla prova. E posso dire con orgoglio di essere riuscita a superarla, proponendo il nostro prodotto dagli Stati Uniti al Giappone, passando per l'Europa. Un'esperienza fondamentale sia a livello personale che professionale, che mi ha fatto capire quanto sia fondamentale saper raccontare il valore e la storia che c'è dentro ogni bottiglia. Così, quando sono rientrata in Italia è stato per me naturale prendere le redini della comunicazione e delle relazioni esterne. Un ruolo che mi consente anche di esprimere il mio lato più creativo».

L'eccellenza da sempre è il vostro obiettivo: quali procedure seguite per produrre un olio di altissima qualità?

«Mio fratello Zefferino, sulle orme del papà e del nonno, segue in prima persona la selezione e la creazione dell'olio, che è una vera e propria arte, un'alchimia che richiede studio, talento e dedizione. Ogni giorno, insieme ai suoi collaboratori, assaggia centinaia di campioni di olio per selezionare solo quelli adatti a mantenere la promessa di un sapore buono, fresco e inconfondibile. Solo quelli classificati a pieni voti passano infatti in laboratorio, per essere sottoposti ai controlli successivi di qualità e autenticità. Ci sono poi delle regole base da seguire, sia in fase di produzione che di trasformazione, sulle quali siamo particolarmente intransigenti. Ad esempio bisogna procedere alla molitura entro 24 ore dalla raccolta, avvalersi di impianti di estrazione dell'olio all'avanguardia, utilizzare solo olive con un grado di maturazione ottimale, coltivate secondo metodi sostenibili e colte direttamente dalla pianta. È poi fondamentale lavorare seguendo un'etica e avvalersi di produttori che condivi-



Il Bosco Monini

Un polmone verde che sta nascendo tra Umbria e Toscana da oltre un milione di nuovi olivi piantati prevalentemente in aree abbandonate, rappresenta il modello di olivicoltura moderna e sostenibile che vogliamo condividere



dono la nostra filosofia e visione dell'olivicoltura italiana. Da anni ripetiamo che il nostro settore deve puntare sulla qualità, sulla valorizzazione della straordinaria varietà produttiva del nostro Paese. La qualità è la nostra ricchezza, che va coltivata costantemente: non possiamo pensare di competere sul mercato con l'arma del prezzo o della quantità».

Il laboratorio interno è uno dei vostri fiori all'occhiello: come è organizzato?

«Sì è un nostro fiore all'occhiello, anche perché è stato per molti anni un unicum nel panorama

produttivo. Nasce nel 1972 con lo scopo di offrire al consumatore, al di là delle normative, la garanzia che ogni singola bottiglia marchiata Monini sia sicura, controllata e "trasparente". Oggi i nostri laboratori di analisi si estendono per oltre 200 mq e sono provvisti di apparecchiature all'avanguardia, talmente sensibili da riuscire ad individuare la presenza di taluni contaminanti nell'ordine di un grammo disciolto in un milione di litri di olio. Ogni anno eseguiamo circa 18.000 analisi, e monitoriamo il prodotto nel suo intero ciclo di vita, controllando circa 80.000 parametri».

Come si esprime il vostro impegno nei confronti della sostenibilità?

«Direi che la sostenibilità non è un impegno, è più un modo di concepire l'idea stessa di imprenditorialità. Siamo un'azienda legata al territorio e all'ambiente, per cui ci risulta naturale essere "sostenibili". Tuttavia dal 2020 abbiamo deciso di intraprendere un percorso strutturato che pongesse la sostenibilità ambientale, economica e sociale al centro delle scelte strategiche di business, dalle decisioni di investimento ai comportamenti aziendali. Siamo solo all'inizio del viaggio, ma stiamo già raccogliendo i primi frutti: abbiamo investito in tre anni 13 milioni di euro e ottenuto diversi riconoscimenti pubblici (Welfare Champion del Welfare Index Pmi di Generali Italia, Leader della sostenibilità di Statista/Sole24Ore, Future

Respect Index 2022 di ConsumerLab). Tra i progetti più significativi in corso d'opera c'è senza dubbio il Bosco Monini: un polmone verde che sta nascendo tra Umbria e Toscana da oltre 1 milione di nuovi olivi piantati prevalentemente in aree abbandonate e che rappresenta il modello di olivicoltura moderna e sostenibile che vogliamo condividere. Attualmente sono state messe a terra quasi 800 mila nuove piante coltivate ad agricoltura biologica, con l'obiettivo di raggiungere, se non superare, il milione di olivi entro il 2030. Abbiamo inoltre attivato progetti con università e mondo della ricerca per la tutela dell'ambiente e delle api, per la valorizzazione dei sottoprodotti, per il risparmio idrico».

L'impegno della Monini non si limita alla sola sostenibilità ambientale, ma si rivolge anche in ambito culturale, scientifico e sociale. Quali risultati raggiunti?

«Collaboriamo da anni con Fondazione Umberto Veronesi per indagare, tramite il finanziamento della ricerca scientifica italiana d'eccellenza, le proprietà dell'olio extravergine di oliva sull'invecchiamento della popolazione e sulla prevenzione di numerose malattie, tra cui tumori. Da dieci anni portiamo inoltre avanti il progetto di educazione alimentare "Monini per la Scuola" che ci ha già permesso di raggiungere 900 mila bambini e ragazzi in Italia e Polonia. Spazio infine alla cultura, perché la sostenibilità è anche bellezza: da anni l'azienda, grazie alla Fondazione Monini, è al fianco del Festival dei Due Mondi di Spoleto per diffondere l'arte e la ricchezza del patrimonio culturale tra le persone. In futuro vogliamo continuare ad essere uno dei punti di riferimento per il Festival, convinti che l'arte e la cultura siano la nostra ricchezza».

• **Cristiana Golfarelli**

Maria Flora Monini responsabile comunicazione, immagine e relazioni esterne di Monini e presidente della Fondazione Monini



Più che una dieta, uno stile di vita

Rossella Spatola ha scelto di promuovere il benessere attraverso i prodotti della dieta mediterranea. Proseguendo la tradizione centenaria dell'azienda di famiglia, è nata così Teorema Mediterraneo, che offre una vasta gamma di miscele di verdure e ortaggi essiccati, condimenti disidratati e prodotti alimentari sani e gustosi

La dieta mediterranea in tema di modelli alimentari sani è sempre in testa. Più che una semplice dieta, è un vero e proprio stile di vita che promuove il benessere globale. Nel 2023, la rivista U.S. News and World Report l'ha classificata al primo posto in assoluto, oltre a indicarla come migliore dieta per un'alimentazione sana. Consapevole già da tempo di questo, Rossella Spatola nel 2015 crea Teorema Mediterraneo partendo proprio dall'esigenza di considerare l'alimentazione varia ed equilibrata come presupposto di una vita in salute.

Qual è stato il suo percorso?

«Sono figlia d'arte: mia madre, infatti, aveva un'azienda di prodotti alimentari in Campania e i miei nonni paterni dei terreni agricoli con alberi da frutta in Sicilia. Dopo essermi laureata in comunicazione d'impresa e aver collaborato con l'azienda di famiglia, ho viaggiato molto ampliare i miei orizzonti, gustare i sapori e vivere le tradizioni di tanti paesi. Tornata a casa, ho deciso di avviare un progetto che esprimesse tutto ciò che ho appreso, facendo della creatività la base su cui si fonda Teorema Mediterraneo. Nella vita niente è facile per una donna, per il mercato del lavoro e ancor di più quando crei un'impresa. Aver trascorso alcuni anni all'estero per me è stato fondamentale. Viaggiare e avere esperienze lavorative in altri Paesi aiuta il confronto e a superare le difficoltà quotidiane. Sono tanti i sacrifici che è valsa la pena affrontare per costruire un percorso da imprenditrice».

Lei ha cominciato da una collaborazione con un medico nutrizionista per impostare un'idea di prodotti naturali, in linea con la dieta mediterranea. Poi com'è evoluto il progetto?

«In concomitanza con il passaggio generazionale dell'azienda di famiglia, Teorema è passata dal commercializzare al produrre direttamente le proprie linee. Oggi Teorema Mediterraneo Srl produce condimenti disidratati a base di verdure e ortaggi per primi piatti, snack di verdure e risotti pron-

mento sia in Italia sia all'estero».

Quali sono oggi i vostri prodotti di punta?

«Stanno andando molto bene le nuove linee lavorate con pomodoro e zucca disidratati 100 per cento origine italiana. Due novità che, con la semplice aggiunta di acqua tiepida, diventano dei gustosi sughi che misceliamo con pasta o riso il cui valore aggiunto è dato dal fatto che si tratta di ortaggi dal gusto fresco, come fossero appena raccolti in campo. Il pregio delle verdure essiccate è

La vision

Sentiamo l'esigenza di offrire ai consumatori prodotti sani, genuini, facili da preparare e controllati affinché possano gustare meglio i sapori naturali di una volta

ti, preparati con prodotti naturali, pasta pronta da cuocere al microonde con verdure, spezie, frutta secca ed essiccata e con una concezione molto moderna dei nostri bisogni alimentari. Gran parte dei prodotti provengono dalla Campania e dalla Sicilia. Il core business è rappresentato dalla linea "Sole e Maccheroni" e include condimenti disidratati per pasta e risotti, zuppe, vellutate, frutta croccanti, e dalla nuovissima "5 minutes to Italy" pasta pronta da cuocere in microonde con condimenti disidratati, che sarà lanciata al Cibus di Parma 2024. Un segmento di mercato che negli ultimi anni, complice lo stile di vita frenetico della società odierna, ha registrato un enorme incre-

che, non contenendo acqua, non solo hanno anche meno carica batterica ma, una volta reidratate, conservano le loro proprietà iniziali. E soprattutto, è possibile avere verdure a disposizione tutto l'anno, anche per quei prodotti che solitamente hanno un ciclo di vita stagionale. Commercializziamo anche una linea di marmellate naturali con frutta fresca, senza pectina e zuccheri aggiunti, e una linea di creme spalmabili con frutta secca di prima qualità e una linea di pesti salati. Anche per i prodotti che commercializziamo utilizziamo nostre ricette, poiché puntiamo molto sulla ricerca e sviluppo del prodotto».

Quali sono gli aspetti che più vi caratteriz-

ziano?

«Teorema punta su innovazione, gusto, salute e sulla forza di un team tutto al femminile, grazie anche all'aiuto di mia cugina Donatella Esposito che è biologa. Siamo una realtà giovane, dinamica, molto elastica e flessibile per venire incontro a tutte le esigenze dei nostri clienti. Sentiamo l'esigenza di offrire ai consumatori prodotti sani, genuini e controllati affinché possano gustare meglio i sapori naturali di una volta. Puntiamo molto sulle ricette perché, nel mondo del disidratato, si possono fare innumerevoli combinazioni».

A quali mercati vi rivolgete?

«I nostri mercati di riferimento sono diversi, a partire dal canale turistico presso il quale l'idea di sugo disidratato in bustina è apprezzata in quanto rispetta il tipico piatto di pasta italiano, comodo da trasportare e semplice da replicare a casa; poi abbiamo la vendita al pubblico diretta attraverso la partecipazione a circuiti fieristici dedicati e portali e-commerce. A maggio di quest'anno saremo presenti a Cibus. Un altro canale in crescita è quello online, soprattutto le piattaforme B2B che vendono direttamente ai piccoli negozi in Europa, mentre il conto terzi assorbe in Italia il 10 per cento della produzione. Puntiamo su packaging divertenti, con sfondi che richiamano i nostri paesi, particolarmente apprezzati dai turisti stranieri. Nella linea "Ciao Roma", per esempio, abbiamo realizzato le etichette dei nostri monumenti più simbolici, mentre la linea "Costiera" riproduce le immagini della Costiera Amalfitana. Teorema Mediterraneo guarda anche all'estero: grazie alla partecipazione ad eventi fieristici internazionali, l'azienda è già presente su diversi mercati quali America, Olanda, Germania, Belgio, Svizzera, Francia. Il cliente potrà personalizzare il proprio packaging grazie alla presenza di un reparto di grafica interno e allo studio di ricette personalizzate, anche per piccoli quantitativi». • CG

Rossella Spatola, titolare della Teorema Mediterraneo di Nocera (Sa)

www.teoremamediterraneo.com



La Villa delle Spezie

Rossella Spatola ha fondato un circuito di case vacanze in Sicilia, la Villa delle Spezie, ristrutturando alcune case di famiglia dove ha voluto mantenere intatte le caratteristiche delle tipiche case siciliane, a Noto e a Marzamemi.

La villa si trova in una posizione strategica, al centro tra la splendida spiaggia di San Lorenzo e Marzamemi, a pochi passi dal mare, divisa in tre ampi appartamenti dotati di tutti i comfort, con il campo da tennis interno per gli amanti dello sport.

A Noto è ubicata l'altra struttura che fa parte dello stesso circuito ricettivo e comprende due appartamenti bilocali in pietra molto caratteristici. www.lavilladellespezie.it



La stella pugliese nel firmamento del fotovoltaico

In costante crescita, BFP Service è tra le eccellenze italiane nel settore dell'energia rinnovabile, come attestano i riconoscimenti ricevuti. Ed è anche tra le poche imprese del settore ad essere capitanata da una donna. L'esperienza della ceo, Annarita Mitola

Le fonti rinnovabili rappresentano il futuro dell'energia come dimostra il vasto numero di impianti fotovoltaici su larga scala che dovrà essere installato nel prossimo decennio per raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione e autonomia energetica fissati dall'Unione europea e gli Stati Uniti. Tra le aziende del settore coinvolte in prima linea in questa importante sfida, emerge per la sua affidabilità, trasparenza e innovazione BFP Service, impresa pugliese di costruzione e manutenzione di impianti fotovoltaici guidata da Annarita Mitola che può considerarsi pioniera con un'esperienza nel settore delle rinnovabili ultra decennale.

Quando nasce la vostra azienda e come si è sviluppata nel tempo?

«BFP Service nasce nel 2012 quale spin off di Studio Tecnico BFP Srl, società di ingegneria e consulenza tecnica presente sul mercato italiano e internazionale dal 2004. BFP Service è la società EPC e O&M del gruppo e fornisce in tutta Italia i servizi di Operation & Maintenance, attività di revamping/repowering e servizi EPC per nuove costruzioni nel settore degli impianti fotovoltaici utility scale e industriali. Il team di BFP Service è costituito da uno staff di tecnici e ingegneri altamente qualificati, accuratamente selezionati e formati per poter gestire l'operatività degli impianti, con tempi di risposta rapidi e offrendo soluzioni che soddisfino le attese dei clienti e l'ottimizzazione della produzione degli impianti in gestione. Dal 2019 al 2023, l'azienda ha incrementato significativamente il proprio fatturato, il numero dei dipendenti, gli investimenti, i clienti».

Quali sono i vostri obiettivi?

«I nostri obiettivi sono sempre stati quelli di puntare a crescere in modo organico e strutturato, offrendo servizi integrati ed efficaci, che possano accompagnare i clienti nelle varie fasi dello sviluppo dei progetti, passando per la costruzione sino ad arrivare alla gestione e manutenzione degli impianti, ottimizzando i tempi e i costi connessi ai vari step messi a budget approvati dagli enti finanziatori. In Italia, repowering e revamping degli impianti fotovoltaici stanno raggiungendo volumi più ragguardevoli che in passato. Nel nostro paese ci sono oltre 18,5 GW di impianti fotovoltaici che nel 2024 compiranno almeno 10 anni di vita. Di questi, oltre il 22 per cento, pari a più di 4 GW, ha una potenza di almeno 1 MW. Noi puntiamo anche ad essere punto di riferimento per questa parte di mercato, oltre a porci come interlocutore a 360 gradi per le imprese che vogliono realizzare una nuova centrale di produzione elet-



Gli obiettivi

Crescere in modo organico e strutturato, offrendo servizi integrati ed efficaci, che possano accompagnare i clienti nelle varie fasi di sviluppo dei progetti, passando per la costruzione, sino alla gestione e manutenzione degli impianti

trica fotovoltaica: ci occupiamo del progetto, dall'idea fino alla realizzazione».

Che ruolo ha la donna nel settore delle energie rinnovabili e in particolare, per quanto riguarda la sua esperienza, quali difficoltà ha dovuto superare?

«Il settore delle energie rinnovabili, in particolare il segmento del solare fotovoltaico, mostra uno dei più alti livelli di inclusività in termini di parità di genere, le donne infatti costituiscono il 40 per cento della forza lavoro. Nonostante l'al-

ta presenza femminile nel settore, ci sono però importanti sbilanciamenti dal punto di vista dei ruoli ricoperti: quelli manageriali e dirigenziali infatti sono per lo più ad appannaggio maschile, sono ancora necessari sforzi sostanziali per garantire una maggiore partecipazione delle donne a tutti i livelli dell'industria energetica.

Io credo di rappresentare una delle pochissime donne che ha raggiunto una posizione ap-

icale in questo settore. Occupo questo ruolo da cinque anni ma mi sono da sempre dedicata alle energie rinnovabili, cambiando azienda quando nelle precedenti altre realtà comprendevo che la mia carriera non avrebbe avuto l'evoluzione che attendevo. Sin dalla mia formazione didattica (sono ingegnere meccanico) ho trovato enormi difficoltà di affermazione in quanto donna. Con grande determinazione e grazie a una solida preparazione sono riuscita a farmi strada e oggi finalmente ho trovato la mia dimensione».

Che progetti ha per il futuro?

«Quando sono arrivata a dirigere BFP Service, in azienda c'erano meno di 10 dipendenti e il fatturato era intorno al 1,2 milioni di euro. Le soddisfazioni sono state tante, basti pensare che abbiamo chiuso il 2023 con quasi 10 milioni di fatturato e 60 dipendenti. Tra i miei progetti c'è quello di continuare a guidare un'azienda che si consolidi nel tempo e possa continuare a dare il proprio contributo alla transizione energetica, ma soprattutto vorrei poter migliorare ulteriormente il benessere dei miei dipendenti, incrementando i livelli salariali, dando benefit che li aiutino a stare bene in famiglia, garantendo loro un equilibrio tra vita lavorativa e privata. Negli ultimi anni abbiamo effettuato importanti investimenti in macchinari innovativi ed attrezzature che ci permettessero di affrontare in modo più efficace ed efficiente le attività di costruzioni e manutenzione. L'obiettivo per i prossimi anni è di mettere a frutto questi investimenti, garantendoci maggiore fatturato ed un migliore margine operativo per la società».

• **Cristiana Golfarelli**

Annarita Mitola, ceo della BFP Service di Modugno (Ba) - www.bfpgroup.net



Riconoscimenti importanti

BFP Service ha raggiunto brillanti risultati con riconoscimenti ufficiali, tra cui il nono posto tra "Le Stelle del Sud" del Sole 24 Ore, ovvero tra le prime 200 aziende del Meridione, e la prima posizione nella categoria Ingegneria e Costruzione. Si tratta di un risultato che premia le aziende che hanno ottenuto la migliore performance circa la crescita del proprio fatturato, del numero dei dipendenti e delle proprie immobilizzazioni materiali e immateriali nel triennio 2019 - 2022. Ed è infatti proprio questo il risultato che meglio descrive la perseveranza, l'impegno, la qualità e la lungimiranza con cui l'azienda ha orientato il proprio business, cercando di valorizzare sempre le proprie risorse interne.

Un altro importante riconoscimento è quello del Financial Times come "Europe's Fastest Growing Companies 2024", classifica che vede BFP Service posizionarsi al 689esimo posto tra le 1000 aziende selezionate in tutta Europa, che si distinguono per il più alto tasso di crescita dei ricavi tra il 2019 e il 2022, il tasso di crescita minimo per entrare nell'elenco è del 36,3 per cento.

Ritorno alle origini

Tra le principali artefici dell'enoturismo del nostro Paese, le Donne del Vino chiedono che la materia vino entri a pieno titolo nella didattica italiana. I progetti e le attività dell'Associazione nelle parole della presidente Daniela Mastroberardino

È l'associazione di enologia al femminile più grande del mondo, che nel 2023 ha tagliato il traguardo dei primi 35 anni di attività. Nata nel 1988, le Donne del Vino conta oggi 1135 associate tra produttrici, ristoratrici, enotecarie, sommelier e giornaliste. «Il 2023 ci ha visto celebrare un anniversario importante, il 2024 ci riporta alle nostre origini», spiega la presidente Daniela Mastroberardino. «Sarà l'anno incentrato sul tema "Donne, Vino, Cultura" che racchiude tutti i nostri valori: l'amore per la terra, la salvaguardia del paesaggio, in particolare quello vitivinicolo, che rappresenta un patrimonio culturale di grande valore e fil rouge della gran parte delle nostre iniziative. Cultura è più in generale consapevolezza di sé e del proprio mondo. L'attenzione al nostro settore ci vede, dunque, interrogarci costantemente sulle sfide da affrontare per costruire

Daniela Mastroberardino, presidente associazione Le Donne del Vino



un futuro orientato alla sostenibilità, al bere consapevole e a cogliere le opportunità di mercato, sapendo interpretare scenari in rapida evoluzione».

Sono numerose le attività portate avanti dall'Associazione, a partire dalla promozione di indagini sul gender gap in cantina e sull'uso del vetro leggero.

«Molte sono poi le iniziative volte a collegare le nostre associate a livello interregionale e nazionale, con occhio attento alla formazione e ai viaggi di istruzione, straordinari strumenti di arricchimento personale e professionale. Vero è che il nostro sguardo deve, però, poter arrivare lontano e raggiungere anche altri ambiti, sia pur con la mediazione della nostra specifica identità associativa. Già nel corso delle Giornate delle Donne del Vino, in concomitanza della celebrazione dell'8 marzo, molte sono state anche le iniziative in favore della



lotta contro la violenza di genere. La tragica fine di Marisa Leo a settembre 2023 ha, infatti, riaperto una ferita mai rimarginata, quella del femminicidio nel 2018 di Donatella Briosi, sommelier e nostra socia. Due colleghe perite per mano dei loro ex compagni hanno fatto riemergere con forza la consapevolezza di dover contribuire anche a piantare semi per un cambiamento culturale della nostra società».

Le Donne del Vino si è fatta promotrice del progetto D-Vino per l'insegnamento del vino negli istituti turistici e alberghieri, coinvolgendo migliaia di studenti in tutta Italia. Quali sono i prossimi passi per rendere questa iniziativa più di una sperimentazione?

«Introdurre il vino fra le materie di studio degli istituti turistici e alberghieri di tutta Italia è la nostra proposta per una formazione più aderente ai bisogni dei comparti produttivi in cui gli studenti si preparano a entrare. Il vino è, infatti, uno dei settori del made in Italy più virtuosi nella bilancia commerciale, senza contare il numero crescente di nuove figure professionali che operano nell'ospitalità e che necessitano di una scuola al passo con le trasformazioni del mondo del lavoro. In breve D-



1135

Associate

Fanno parte dell'Associazione Le Donne del Vino, tra produttrici, ristoratrici, enotecarie, sommelier e giornaliste

vino vuole proporre un percorso di avvicinamento che garantirà maggiori prospettive lavorative ai giovani e vantaggi per tutti, imprese e territori di produzione. Dopo la prima fase in tre regioni pilota- Emilia-Romagna, Piemonte e Sicilia- e in alcune scuole, dall'anno scolastico 2022/2023 la sperimentazione si è allargata in tutta Italia. In ogni regione, le donne del vino, mettendoci professionalità e passione, sono entrate nelle aule di alcuni istituti coinvolti nel progetto per raccontare questa straordinaria filiera. Auspichiamo, però, che

l'invito lanciato venga raccolto dal Ministero competente per strutturare quest'offerta formativa intorno al vino così che possa raggiungere tutte le scuole dove si preparano i futuri responsabili delle sale dei ristoranti e i futuri manager di uffici turistici, agenzie di viaggio o alberghi».

Nella filiera del vino italiana, quanto è lontana la parità di genere e quali sono le criticità da affrontare? Si mantiene lo status quo: uomini produttori, le donne fanno carriera invece nei settori commerciale, enoturismo, comunicazione e marketing?

«La filiera del vino ha fatto molti passi avanti in tema di parità di genere. Un'azienda agricola con/senza cantina su tre condotta da donne è indice di un settore con una fra le più alte percentuali di presenza di management femminile. Nelle cantine italiane le donne sono anche più vicine alla parità di salari e carriera, in virtù della propensione del comparto a impiegare le diverse peculiarità di uomini e donne nel modo più congeniale a ciascuno. Uomini ben rappresentati in ruoli produttivi e donne in quelli che avvicinano il vino al consumatore non è status quo legato al perdurare di modelli ispirati alla tradizione, ma segno della capacità del settore di sapere procedere verso la parità in modo asimmetrico. La marcia verso la parità è, però, lungi dal dirsi compiuta e l'introduzione della certificazione sulla parità di genere nel 2021 nelle aziende con oltre 50 dipendenti non potrà che aiutare e sostenere anche nel mondo del vino tutto, il doveroso cambiamento culturale».

È stato di recente presentato al Senato Enoturismo 4.0, il più completo manuale sul turismo del vino italiano al quale Le Donne del Vino ha contribuito. Qual è lo stato di salute dell'enoturismo italiano e cosa rende il wine management al femminile particolarmente competitivo?

«Nel turismo del vino le donne sono protagoniste assolute e questo è un cambiamento di costume che sta avvenendo in tutto il mondo e non solo in Italia. Nel complesso, la crescita del ruolo femminile è di stimolo per il vino italiano, ma più in generale per tutta l'agricoltura, con il 21 per cento della Sau (superficie agricola utilizzata) condotta da donne e da cui viene generato il 28 per cento del Pil. Questo dato fotografa perfettamente come le donne abbiano portato un pensiero differente più aperto all'accoglienza e alla diversificazione, con la conseguente loro migliore capacità di valorizzare il prodotto agricolo. Le loro sono, dunque, aziende più remunerative, oltre che espressione di un nuovo modello di impresa, più rispettosa dell'ambiente, internazionalizzata, orientata alla qualità e alla diversificazione produttiva».

• Francesca Druidi

L'italianità nel mondo

Dal 2004 Camilla Lunelli, insieme ai cugini Matteo e Marcello e al fratello Alessandro, porta avanti una storia imprenditoriale e familiare giunta alla terza generazione, puntando sempre all'eccellenza, principio ispiratore di ogni scelta aziendale

Puntiamo a coniugare innovazione e tradizione: vogliamo restare fedeli ai principi che da ben 122 anni fanno il successo della nostra Casa, a partire dalla continua ricerca dell'eccellenza e dal legame con il territorio, ma al tempo stesso continuiamo a rinnovare il nostro stile e arricchiamo la nostra gamma di prodotti con etichette frutto di continue sperimentazioni». Esordisce così Camilla Lunelli, vicepresidente di Ferrari Trento e direttrice della comunicazione e delle relazioni esterne del Gruppo Lunelli.

È, in oltre cento anni di storia delle Cantine Ferrari, la prima donna a occupare una posizione di vertice nell'azienda. Come ci si sente?

«È un onore e una grande responsabilità. Mi auguro di essere la prima di tante. Già in azienda abbiamo tante colleghe di grande professionalità che ci fanno capire che stiamo andando verso questa direzione, che arricchisce l'azienda. Il mondo del vino storicamente è stato appannaggio maschile, ma oggi posso tranquillamente affermare che si sta aprendo al mondo femminile, soprattutto per alcune posizioni come la comunicazione e i rapporti esterni».

Suo padre Mauro è stato per anni l'enoologo delle Cantine Ferrari. Che cosa le ha trasmesso?

«Mi ha trasmesso una grandissima passione, l'orgoglio di portare avanti una tradizione familiare e di essere parte integrante di un territorio, insieme a una fortissima etica del dovere. Amo ripensare ai momenti magici legati alla vendemmia, quando mia mamma mi portava a salutarlo tra i campi o in cantina. Gli odori e l'energia della vendemmia sono ricordi indelebili».

Qual è la chiave del vostro successo internazionale?

«Siamo cresciuti dando moltissima attenzione e cura al prodotto, dal momento in cui andiamo a piantare un vigneto al momento in cui arriviamo con le nostre bollicine nel calice fi-



Tradizione e innovazione

«Siamo fedeli ai principi che da ben 122 anni fanno il successo della nostra Casa, a partire dalla continua ricerca dell'eccellenza e dal legame con il territorio, ma continuiamo a rinnovare il nostro stile e arricchiamo la nostra gamma di prodotti con etichette frutto di continue sperimentazioni»

nale. Abbiamo costruito anche un'attività di comunicazione e marketing molto innovativo fin dagli anni 80. Pensiamo alla vittoria dell'Italia ai mondiali dell'82, con il nostro bottiglione in mondovisione, è uno di quei momenti scolpiti nella memoria. Tengo a sottolineare che la comunicazione si fonda su radici solide e su un'eccellenza di prodotto tangibile e riconosciuta oggettivamente. Portiamo l'italianità nel mondo ma con radici ben salde nelle nostre montagne del Trentino».

Cosa significa e che cosa comporta in termini pratici essere un'eccellenza del made in Italy riconosciuta in tutto il mondo?

«Ci sentiamo l'onore e l'onore di avere un ruolo di ambasciatori dell'italianità all'estero. In quanto tale siamo orgogliosi di parlare di un sistema Italia a 360 gradi. Lavoriamo in collaborazione con altri band. Trasportiamo nel mondo un'arte di vivere italiana che ha nel food and wine uno dei suoi punti di forza, ma che va anche a coinvolgere anche la moda e il design».

Quali sono le strategie e gli obiettivi che si prefigge per il futuro?

«Due in particolare: sostenibilità e internazionalità. Abbiamo sempre perseguito valori legati alla sostenibilità e al benessere della comunità e del territorio, mettendo in primo piano le persone, la tutela e il rispetto dell'ambiente e una solida crescita economica. Crediamo fortemente che ogni azienda non debba solo limitarsi a creare valore per gli azionisti, ma abbia una forte responsabilità sociale e ambientale. Tutti i nostri vigneti sono certificati Biodiversity Friend dal 2015 e biologici dal 2017. I nostri impegni sono condivisi con i 600 viticoltori che conferiscono le proprie uve alle Cantine Ferrari, attraverso un processo di formazione da parte dei nostri agronomi: qualità dell'uva, salute del coltivatore e rispetto dell'ambiente sono infatti i capisaldi del protocollo "Il vigneto Ferrari- per una viticoltura di montagna sostenibile e sa-

lubre" basato su norme rigorose e metodi sostenibili, fra cui l'eliminazione di diserbanti, acaridi e concimi di sintesi. Un traguardo molto importante è la carbon neutrality, che sottolinea il rapporto virtuoso del Gruppo Lunelli con tutta la comunità e soprattutto con il territorio; significa che le emissioni dirette dell'azienda sono a impatto zero, e questo grazie alla realizzazione di un parco fotovoltaico sul tetto della cantina e all'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili. Da tre anni mostriamo attraverso un report di sostenibilità la nostra attenzione all'ambiente, la nostra responsabilità sociale e la nostra solida governance aziendale, con l'obiettivo di misurare il nostro lavoro e soprattutto sensibilizzare sempre più su queste tematiche».

Pochi giorni fa avete presentato un'iniziativa di solidarietà in collaborazione con Goodify, piattaforma digitale pionieristica nella giving economy.

«Il Gruppo coinvolgerà alcuni stakeholder nell'allocatione di parte delle liberalità erogate dall'azienda. I clienti di Enoteca Lunelli, sito e-commerce del Gruppo, e ogni coppia di visitatori delle Cantine Ferrari riceveranno un coupon del valore di 5 euro. Tramite un apposito QR code, potranno accedere alla piattaforma Goodify e donare i 5 euro alla propria no profit del cuore, da selezionare tra le oltre 60.000 presenti nel database. Chi lo preferisce, potrà indicare una delle 4 organizzazioni proposte, legate ad altrettante tematiche, a scelta fra ambiente, arte e cultura, emergenze umanitarie, bambini e adolescenti. Un altro obiettivo è l'internazionalizzazione. Stiamo crescendo in maniera molto positiva sui mercati esteri. In particolare cercheremo di continuare ad espanderci verso il mercato americano e giapponese».

• **Cristiana Golfarelli**

Camilla Lunelli, vicepresidente Ferrari Trento e direttrice della comunicazione e delle relazioni esterne del Gruppo Lunelli



“La giudice” contro pregiudizi e femminicidi

Paola Di Nicola Travaglini racconta il suo percorso per affermare il valore del femminile in magistratura e l'impegno incessante contro violenze sulle donne e stereotipi di genere. Formazione e cultura le chiavi di svolta. «Serve una presa di coscienza sociale e collettiva»

Nel suo libro *La giudice. Una donna in magistratura* (HarperCollins Italia), completamente rivisto a dieci anni dalla pubblicazione, Paola Di Nicola Travaglini ha raccontato la sua storia di magistrata che ha dovuto affrontare un mondo della giustizia ancora intriso di stereotipi e discriminazioni, rivendicando per sé un modello di giudice che tenesse conto del suo valore femminile. «Per una donna che opera in un contesto istituzionale di potere, trovare la propria voce è molto difficile, perché c'è un sostrato millenario di esclusione e sottovalutazione del genere femminile con cui ognuna deve confrontarsi», spiega l'attuale consigliera di Corte di Cassazione, ricordando che l'Assemblea Costituente impedì per anni alle donne l'accesso alla magistratura (fino al 1963) sulla base di stereotipi sessisti. «Nonostante oggi non vi siano in maniera evidente forme di pregiudizio nei confronti delle donne - tant'è vero che in magistratura siamo oltre il 54 per cento - fatichiamo culturalmente a uscire dalla marginalità. Abbiamo introiettato una condizione di sudditanza rispetto agli uomini che soltanto la consapevolezza della nostra storia e di quello che è stato ci consente di superare».

È quanto è accaduto a lei. Oggi ha finalmente trovato la sua voce?

«Appena entrata in magistratura, non avvertivo tale marginalizzazione. Solo con la conoscenza della storia di esclusione delle donne nei diversi campi e istituzioni, in primis la mia, ho indossato “lenti di genere” con le quali ho riconosciuto la resistenza di determinati pregiudizi. Dal senso di colpa per la maternità all'uso di un linguaggio discriminatorio, declinato esclusivamente al maschile. Per vent'anni mi sono firmata al maschile senza che nessuno me lo chiedesse. Poi sono stata la prima in Italia a firmarmi la giudice e la consigliera in Corte di Cassazione. E devo comunque sempre spiegare le ragioni della mia scelta, a fronte dell'evidenza della lingua italiana che prevede il femminile di queste cariche. Oggi, quindi, ho trovato la mia voce, ma è stato difficile ed è tuttora difficile».

L'Italia è stata condannata più volte a livello internazionale dalla Corte di Strasburgo e dal Comitato Cedaw delle

Nazioni Unite per sentenze caratterizzate da stereotipi sessisti e vittimizzazione secondaria in processi per violenza sessuale. Perché resiste questa mentalità maschilista, spesso anche nelle stesse giudici?

«L'Italia è stata punita a causa di pregiudizi giudiziari che distorcevano la credibilità delle vittime portando a decisioni basate su preconcetti, valutazioni soggettive, piuttosto che su fatti oggettivi e rilevanti. La mentalità maschilista appartiene a tutte e tutti noi, me compresa. Uomini e donne sono costretti in categorie di genere che si riflettono in ogni comportamento quotidiano. E questo sostrato culturale entra anche nelle aule di giustizia. Per essere accettate e riconosciute in magistratura, da dove erano state inizialmente escluse perché ritenute fragili, inadatte, incapaci e passionali, le donne hanno acquisito l'unico punto di vista finora riconosciuto, quello maschile. Non sempre hanno portato un nuovo punto di vista, spesso si sono omologate al modello esistente, mantenendolo nella maniera più conservatrice per essere accettate. Le donne chiamate a giudicare processi di violenza sessuale sono così preoccupate che l'appartenenza al genere femminile le renda non imparziali da rischiare di ribaltare la prospettiva. Per evitarlo, io giudice donna non credo pregiudizialmente alla vittima con cui tutti ritengono che io solidarizzi per genere, perpetuando così gli stereotipi sulle vittime di violenza sessuale».

Lei è stata consulente giuridica della Commissione d'inchiesta sul femminicidio della scorsa legislatura, che ha redatto 12 relazioni, tutte approvate all'unanimità.

«La Commissione ha fatto un lavoro all'avanguardia come nessun altro paese d'Europa e del mondo, esaminando gli atti processuali dei 275 fascicoli di femminicidio. L'obiettivo è stato scattare, a partire da una serie di dati, una fotografia delle ragioni alla base dei femminicidi,

valutando i soggetti e i fattori di rischio. Abbiamo evidenziato, da un lato, la totale solitudine in cui vengono lasciate le donne vittime di femminicidio, che nell'85 per cento dei casi non denuncia mai il marito o il compagno per le violenze o le minacce subite; dall'altra, la carenza di formazione perché in questi casi c'è sempre un segmento istituzionale- operatori sanitari, servizi sociali, forze dell'ordine, magistrati- che non funziona a dovere. Per questo, la Commissione nelle sue conclusioni ha proposto al legislatore la formazione obbligatoria degli operatori che a diverso titolo entrano in contatto con le vittime di violenza sessuale e domestica, e in generale un'azione coordinata tra le varie autorità. Serve una conoscenza approfondita del sistema della violenza e delle sue specificità, tra cui il fatto appunto che le donne non denuncino, perché temono che gli tolgano i figli e soggette a vittimizzazione secondaria».

La legge n.168/2023 (o legge Roccella) ha recepito molte delle sollecitazioni della Commissione, tra cui proprio l'esigenza della formazione.

«Sì, è stato un passaggio istituzionale e culturale importante, perché la legge è stata approvata all'unanimità, tenendo finalmente conto della Convenzione di Istanbul, sostanzialmente disapplicata nelle aule di giustizia. C'è ancora molto da fare, ma è stata data grande attenzione al tema. Anche io partecipo al tavolo tecnico del Dipartimento delle Pari Opportunità che si sta occupando della redazione delle linee guida per la formazione, che riguarderà tutti gli operatori, nessuno escluso».

Anche i magistrati?

«Anche la Scuola Superiore della Magistratura dovrà tenerne conto, soprattutto alla luce della Direttiva Ue sulla lotta alla violenza contro le donne e alla violenza domestica. Un articolo della Direttiva stabilisce per tutti gli operatori giudiziari degli Stati membri l'obbligatorietà di una

Paola Di Nicola Travaglini, consigliera Corte Cassazione



formazione specifica in materia di violenza contro le donne. L'obiettivo sarà avere una formazione sempre più specializzata e puntuale».

Come è necessario intervenire, anche dal punto di vista culturale, per debellare i femminicidi?

«Serve una presa di coscienza sociale e collettiva, che muova innanzitutto le mosse da programmi scolastici capaci di valorizzare la competenza delle donne in tutti i suoi risvolti scientifici, artistici, letterari, scientifici, economici. Il primo passo è restituire visibilità alla storia delle donne e alla loro personalità, oggi omessa ed esclusa. Il secondo passo, più difficile, è imparare cos'è la libertà femminile, un dato acquisito alla nascita che poi il contesto culturale limita con una costellazione di divieti. Giudicare noi donne non per le nostre qualità intellettive, ma per scelte di maternità o professionali, apparenza, violazioni di “regole sociali”, vuol dire rifiutare la libertà femminile. L'unico strumento, invece, per contrastare i femminicidi è riconoscere la libertà femminile in tutte le sue forme e rappresentazioni; un riconoscimento che deve essere universale, da parte di uomini e donne».

• **Francesca Druidi**

L'unico strumento utile

È riconoscere la libertà femminile in tutte le sue forme e rappresentazioni; un riconoscimento che deve essere universale, da parte di uomini e donne

Un manifesto culturale per le giornaliste libere

Nasce l'Associazione Giornaliste Italiane contro il divario di genere nel settore. Nessuna connotazione politica, spiega una delle fondatrici, Elisabetta Mancini, ma «un confronto, perno intorno al quale gira la nostra idea di superamento del divario»

Superare il divario di genere nella professione giornalistica. È l'ambizioso obiettivo della neonata Associazione Giornaliste Italiane, fondata da Francesca Avena, Manuela Biancospino, Paola Ferazzoli, Federica Frangi, Ida Molaro, Maria Antonietta Spadorcia ed Elisabetta Mancini. Ed è proprio una tra le fondatrici dell'Associazione e giornalista dell'agenzia di stampa Askaneews a spiegarci le ragioni alla base della nascita del sodalizio. «L'idea dell'Associazione nasce da un gruppo di amiche. Sì, amiche legate anche dalla professione. Un gruppo di donne che, diversi anni fa, ha cominciato a parlare e confrontarsi sulla bellezza e sulle difficoltà che il mondo del giornalismo, spesso visto attraverso una lente patinata, presenta», racconta Elisabetta Mancini. «E proprio gli inciampi, le differenze e le disparità di trattamento economico che constatiamo ogni giorno rispetto ai colleghi uomini, ci hanno spinte a pensare come invertire la rotta o, almeno, provare a porre la questione in modo articolato senza abbandonarci al vittimismo». Le



Da sinistra a destra: Francesca Avena, Paola Ferazzoli, Ida Molaro, Manuela Biancospino, Elisabetta Mancini, Federica Frangi, Maria Antonietta Spadorcia

sette fondatrici stanno raccogliendo le adesioni e presto sarà possibile iscriversi sul sito www.giornalisteitaliane.it. **Quanto grava sul giornalismo il divario di genere? E cosa volete ottenere**

L'idea dell'Associazione

«Nasce da un gruppo di amiche legate anche dalla professione. Un gruppo di donne che, diversi anni fa, ha cominciato a parlare e confrontarsi sulla bellezza e sulle difficoltà che il mondo del giornalismo presenta»



con l'Associazione?

«L'obiettivo è colmare i divari, in particolare quello economico, e abbattere i pregiudizi. Le differenze salariali a parità di incarico esistono e, nei posti di comando, gli uomini continuano a primeggiare. Nel corso della nostra presentazione a Roma, abbiamo voluto mostrare i numeri di questa realtà, numeri che fotografano il divario nelle carriere. Grazie a una ricerca di Social-Com sul divario di genere nella professione giornalistica, è emerso che su 38 direzioni di testate giornalistiche prese in esame (tra giornali, periodici, tg e radio) 32 sono ricoperte da uomini e solo 6 da donne. Dunque parlano i numeri. Quanto ai pregiudizi, purtroppo, è un fatto che ancora oggi le donne in tutti gli ambienti lavorativi, e non fa eccezione il mondo del giornalismo, siano ancora prigioniere dei più classici e antichi stereotipi: "amica di", "fidanzata o moglie di". Una mentalità che fatica ad arretrare e che costringe ogni donna a dover lavorare il doppio per cancellare le ombre del pregiudizio».

Tratterete altre sfide o vi concentrerete sulla questione di genere?

«Il nostro obiettivo è ridurre le differenze che ci pongono, nel mondo del lavoro, sul gradino più basso. Senza vittimismo però, non

A sinistra Giovanna Ianniello e a destra Silvia Cirocchi

crediamo nelle "quote", puntiamo su capacità, impegno, merito, valore del lavoro portato avanti nel segno della qualità e delle competenze. Possono sembrare solo parole, ma ognuna di noi, ogni giorno, vive sulla propria pelle le disparità. Oggi siamo concentrate sulla questione di genere attraverso il confronto con tutte - per noi il confronto è un aspetto centrale - il futuro vedremo cosa porterà».

Quali sono le prossime iniziative?

«Al momento siamo impegnate sugli aspetti pratici dell'Associazione e nella preparazione di alcuni appuntamenti. Siamo al lavoro e in contatto con molte realtà femminili, anche a livello internazionale, e pronte a prender parte e organizzare convegni e riflessioni che investono la vita delle donne».

Alla presentazione romana hanno partecipato anche portavoce di membri del Governo o del presidente del Consiglio, per questo è stato attribuito un colore politico all'Associazione. È così, c'è una connotazione politica e, in generale, queste voci possono frenare l'ingresso di nuove associate?

«Come ho tenuto a sottolineare in apertura, siamo un gruppo di amiche e ci siamo conosciute lavorando e, anche grazie al lavoro, siamo entrate in sintonia. L'Associazione è fatta da giornaliste e si rivolge alle giornaliste al di là delle connotazioni politiche. La parola chiave per noi è "confronto", un perno intorno al quale gira la nostra idea di superamento del divario. La politica non c'entra, nessuna ideologia, noi siamo aperte ad accogliere tutte le colleghe perché siamo convinte che tutte insieme, collaborando, riusciremo a conquistare qualche diritto che ora ci appare lontano. È su carta, ma non nei fatti. La nostra presentazione del 21 marzo ha sollevato polemiche legate alla presenza di alcuni rappresentanti del Governo ed esponenti della maggioranza. La spiegazione è semplice: abbiamo invitato colleghi; nella sede dell'Associazione Civita c'erano giornalisti perché volevamo e vogliamo parlare con loro. Mi permetto di sottolineare che nulla era nel segno della politica. Lei fa riferimento a Giovanna Ianniello (portavoce di Giorgia Meloni, ndr) e Silvia Cirocchi (portavoce del ministro Musumeci, ndr). Ci hanno ascoltate, abbiamo parlato anche con loro del progetto e lo hanno condiviso. Perché siamo prima di tutto giornaliste, al di là della personalità o dell'istituzione per cui si lavora o della testata di appartenenza: vogliamo promuovere azioni per la valorizzazione delle donne, per la loro crescita in tutti i campi professionali, per il raggiungimento di una piena parità di genere sia nell'occupazione sia nella crescita professionale. E andiamo oltre la politica. Non a caso, abbiamo l'ambizione di dar vita a un manifesto culturale per tutte le giornaliste libere: libere dalle appartenenze, libere dai pregiudizi, libere dalle catene del conformismo linguistico-culturale del politicamente corretto e dalle relative derive censorie e persecutorie. "Più diritti, meno pregiudizi. Libere di valere" è il nostro motto, non a caso».

• **Francesca Druidi**

La fiducia si fonda sulla meritocrazia

Per recuperarla nei riguardi della magistratura, Isabella Bertolini è al lavoro con i membri laici per tracciare un nuovo corso. «Seppur in minoranza al Csm, riusciamo a far arrivare il diffuso sentimento di giustizia che provano gli italiani»

Un percorso di snellimento delle procedure amministrative dei tribunali, soprattutto in riferimento alle scoperture di organico. Lo hanno avviato da circa un anno i membri laici dell'attuale consiliatura del Csm, che registra il più alto numero di consiglieri donna, 10 su 30. Un nuovo corso in discontinuità con il passato che ha già dissodato il sentiero riformista introducendo sistemi di valutazione dei magistrati più rigorosi e concorsi indetti per il reclutamento del personale di magistratura e amministrativo. «Queste prime misure, seppur non ancora sufficienti - sottolinea la consigliera laica Isabella Bertolini - vanno nella giusta direzione. È necessario che la magistratura sia davvero indipendente e non governata dal sistema delle correnti interne. Troppo spesso, infatti, la meritocrazia tra le toghe ha ceduto il passo a un degenerare corporativismo».

Sotto questo aspetto, l'impulso della componente femminile del Csm meno coinvolta in dinamiche clientelari può avere un effetto "risanante" sugli istituti giudiziari. Che ne pensa?

«La giustizia è in forte crisi da molti anni ed è percepita come una macchina lenta e farraginoso, se non addirittura un ostacolo alle legittime domande di tutela dei diritti dei cittadini. Occorre recuperare la fiducia degli italiani nei confronti di una magistratura che deve essere più celere, efficiente e professionale. Lo stesso Csm è visto più come un luogo dove la categoria dei giudici difende sé stessa invece della Giustizia. Ho potuto constatare di persona che in realtà sono i membri laici indicati dal Parlamento, seppur in minoranza al Csm, che riescono a far arrivare nelle discussioni a Palazzo dei Marescialli quello che è il diffuso sentimento di giustizia che provano gli italiani».

I mestieri della giustizia sono sempre più appannaggio delle donne, dalla presidente della Cassazione Margherita Cassano in giù. Quali pregiudizi si stanno gradualmente sgretolando?

«L'accesso delle donne in magistratura supera da molti anni quello degli uomini, tanto che negli ultimi concorsi le donne nominate magistrato sono circa il dop-

pio. Come anche in altri ambiti lavorativi, tuttavia, la prevalenza numerica non si riflette negli incarichi direttivi, nonostante le donne stiano raggiungendo i vertici di importanti uffici giudiziari. In compenso, le donne in magistratura sono sicuramente incoraggiate da una legislazione che prevede strumenti per favorire la genitorialità e supportate anche nella normazione secondaria del Csm, dall'adozione di strumenti volti a promuovere il c.d. "benessere organizzativo". Troppo spesso, infatti, le donne rinunciano a importanti opportunità professionali, perché costrette a scegliere tra le legittime ambizioni di carriera e realizzare l'aspirazione di essere madri».

Qui entra in gioco la work-life balance. Che passi avanti si registrano su questo fronte?

«Ancora nel 2021 la nascita di un figlio rappresentava uno dei principali fattori che contribuiscono ad accentuare i divari occupazionali e retributivi di genere. In Italia, la child penalty - cioè la perdita in percentuale di redditi di lavoro che le madri subiscono dopo la gravidanza - è tra le più alte d'Europa. Alcune inchieste giornalistiche hanno dimostrato che in alcuni casi, seppur rari, la possibilità per una donna in cerca di lavoro di avere figli è addirittura un ostacolo all'assunzione. Credo che sia un preciso dovere dello Stato tutelare la genitorialità con forti incentivi di tipo fiscale e una maggiore flessibilità lavorativa. In altri Paesi europei, ad esempio in Francia, esistono delle tutele alla maternità molto significative dal punto di vista economico».

Altra condizione penalizzante per la donna che lavora in Italia è il pay gap. Come impatta sul mondo giudiziario e cosa fare per arginare questo fenomeno?

«Nel corso degli ultimi 30 anni, in Italia le differenze salariali di genere nel settore privato si sono ridotte in maniera sensibile, anche se rimangono molto accentuati tra i redditi da lavoro elevati: la differenza tra uomini e donne è del 30 per cento a vantaggio dei primi. Per onestà si deve altresì rilevare che le donne magistrato, rispetto ad altre professioni e pur affrontando il peso di un ruolo così delicato, godono di un trattamento economico importante e assolutamente

Isabella Bertolini, deputata e consigliera laica del Csm



La child penalty. In Italia la perdita in percentuale di redditi di lavoro che le madri subiscono dopo la gravidanza, è tra le più alte d'Europa

identico a quello dei magistrati uomini. Una situazione che non tutte le donne italiane possono vantare. Questo però è il secolo delle donne. Sono fiduciosa che in futuro si arriverà a una parità dove il discrimine non sarà quello del genere, ma solo quello del merito».

La violenza sulle donne è una piaga sociale che in alcune culture è persino giustificata. Rispetto a quali condotte è auspicabile un progresso della disciplina giudiziaria per tutelare chi ne è vittima in Italia?

«La violenza di genere è un tema delicato, al quale mi sono dedicata appena insediata come consigliera del Csm. Abbiamo assistito a casi di cronaca molto gravi, rispetto ai quali la risposta delle Forze dell'Ordine e della Magistratura è stata tempestiva, mentre in altri purtroppo meno. Il Csm svolge un monitoraggio costante del lavoro delle Procure per individuare ambiti di miglio-

ramento e prassi applicative utili a prevenire questo tragico e diffuso fenomeno. Spesso, si è trattato di casi che hanno evidenziato problematiche di tipo organizzativo, altre volte di tipo culturale, che richiedono un forte impegno di tutti gli attori coinvolti, servizi sociali in primis. Il fenomeno ha fatto emergere la necessità di verificare e implementare anche la preparazione dei magistrati in materia».

Nel suo passato istituzionale c'è anche un periodo di consulenza presso il Ministero delle Pari Opportunità. In cosa trova che oggi il nostro sia un Paese più inclusivo dove invece è ancora indietro?

«Mentre si reclamano a gran voce "nuovi diritti" per tutti, ci sono battaglie che devono ancora essere combattute, soprattutto a tutela delle donne. Mi riferisco in particolare alle mutilazioni genitali femminili e ai matrimoni precoci e forzati a cui sono sottoposte molte donne straniere. Fatti che accadono sia in Paesi in via di sviluppo, ma purtroppo anche in quelli industrializzati per via dell'immigrazione. Solo in Italia, secondo le stime disponibili del 2019, le donne portatrici di mutilazioni genitali erano 87600 di cui 7600 minorenni, mentre le bambine a rischio sono circa 5000, provenienti prevalentemente da Egitto e Nigeria».

Come si può intervenire per contenere questo fenomeno?

«Sarebbe utile dotarsi di strumenti per far emergere le reali condizioni di vita delle donne all'interno dei nuclei familiari e delle comunità di origine extracomunitaria, per combattere discriminazioni figlie di cause etniche, ideologiche e di strumentalizzazione religiosa. Ancora oggi in Italia ci sono donne che non vedono garantiti i diritti fondamentali della persona, tutelati dalla Costituzione, come quello della libertà personale, della libertà di circolazione, della libertà religiosa, della libertà di opinione, della libertà di contrarre matrimonio fino alla libertà di educazione. Situazioni impensabili nel 2024, che non possono trovare nessuna accondiscendenza nel territorio della Repubblica Italiana dove anche la magistratura, per quanto di competenza, deve fare la sua parte». • Giacomo Govoni

Due bandi per stabilizzare tutti i giudici onorari entro l'estate, oltre il 30 per cento di arretrato già smaltito, settimana bianca cancellata dal calendario dei consiglieri. Il primo anno di lavoro di Rosanna Natoli da componente laico del Csm rispecchia la ferma volontà di riportare l'organo di autogoverno della magistratura sui binari dell'efficienza, dopo una stagione segnata da vicende spiacevoli. Un prestigioso incarico che l'avvocato siciliano ha assunto con profondo spirito di servizio licenziando oltre 3000 pratiche e cercando, attraverso il buon esempio, di riabilitare l'immagine di Palazzo Marscialli. «Si tratta sicuramente di un'esperienza molto impegnativa - sottolinea Natoli - anche perché oltre a essere il presidente della Ottava commissione che si occupa di magistratura onoraria, sono il vicepresidente della Sezione disciplinare. Un doppio ruolo che mi gratifica di tutti i sacrifici fatti e che dimostra l'impegno e la pervicacia di noi donne».

Nel mondo della giustizia in particolare, dove la femminilizzazione dell'avvocatura è un dato di fatto sancito dai rilievi della Cassa Forense. Quali pregiudizi stanno cadendo e quali invece resistono?

«Non penso che nella libera professione si possa soffrire di pregiudizi, vale la regola del mercato: se sei professionalmente preparato nessuno ti può ostacolare. È altresì vero che quando ho iniziato la professione, ben oltre 20 anni fa, al Tribunale di Catania le donne avvocato penaliste si contavano sulle dita delle mani, mentre oggi il loro numero ha sorpassato quello degli uomini. Personalmente nella mia attività professionale di avvocato penalista non ho mai subito alcun pregiudizio per il fatto di essere donna, quello che ha sempre contato è stata la preparazione tecnico-giuridica».

E in ambito giudiziario, come sta evolvendo la situazione?

«Anche il numero delle donne magistrato è in esponenziale crescita, oggi rappresentano oltre il 56 per cento. Purtroppo nel 2022 quasi tre magistrati su quattro (73 per cento circa) tra coloro che esercitano funzioni direttive sono uomini, mentre la situazione è leggermente più equilibrata per quello che riguarda le funzioni semidirettive, in quanto su dieci magistrati che svolgono tali mansioni, circa il 45 per cento sono di sesso femminile. Ma anche con riferimento alle funzioni direttive il passo sta cambiando: ho avuto l'onore di contribuire con il mio voto a infrangere un cd. "soffitto di cristallo" eleggendo Margherita Cassano, magistrato di grande cultura giuridica, quale prima presidente donna della Suprema Corte. Ma la vera rivoluzione ci sarà quando non ci meraviglieremo più di avere una donna al posto di comando».

L'indipendenza economica è una condizione chiave per la vera emancipazione della donna, eppure in

La pervicacia che infrange il "cristallo"

Sono tanti i soffitti già sfondati o in procinto di creparsi grazie a donne capaci che stanno dimostrando il loro valore in vari campi professionali. A rivendicarlo è Rosanna Natoli, che ne è prima testimone con il suo incarico al Csm



56%

Donne magistrato

La componente in magistratura è in crescita. Purtroppo nel 2022 quasi tre magistrati su quattro tra coloro che esercitano funzioni direttive sono uomini

Italia il gender pay gap è ancora rilevante. Quanto manca per aspirare a una legittima parità su questo fronte?

«L'indipendenza economica per le donne è fondamentale ma, purtroppo, ancora un'effettiva parità non si è raggiunta. Soprattutto al Sud, dove continuano a sussistere larghe sacche di disoccupazione per uomini e per donne indistintamente. L'indipendenza economica non è fondamentale solo per arginare il cd. gender pay gap, ma è anche un indispensabile tassello per affrancare le donne vittime di violenza domestica: spesso nella mia esperienza da avvocato ho assistito donne che non volevano denunciare perché non sapevano poi come mantenere sé stesse e i figli, essendo il marito unico percettore di reddito».

Nel suo passato di militanza istituzio-

nale ci sono anche due anni da assessore comunale alla Pubblica Istruzione. Con quali divari d'inclusione che investono il mondo educativo si è misurata e come ha lavorato per prevenirli e contrastarli?

«Nella mia esperienza politica ho svolto diversi ruoli, non solo quello di assessore alla Pubblica Istruzione ma anche alla Cultura, e posso dire che la famiglia e la scuola sono le due cellule fondamentali dove si esplica la personalità dell'individuo. Ho sempre ritenuto di includere il mondo scolastico in qualunque progetto abbia portato avanti, ed è dalle scuole che deve partire la sensibilizzazione verso i diritti delle donne e la parità di genere».

Donne e giustizia, una partita che si

Rosanna Natoli, avvocato e componente laico del Csm



disputa ogni giorno con diversi capovolgimenti di fronte tra conquiste e sconfitte. In cosa trova che l'Italia oggi sia diventato un Paese più giusto nei loro confronti e dove invece è ancora indietro?

«Da sempre le donne hanno lottato per vedere riconosciuti i propri diritti, a partire dal diritto di voto alle cd. "quote rosa" e in particolare nel settore giustizia sono stati fatti passi da gigante se si considera che le donne non avevano accesso alla magistratura; sicuramente l'Italia è diventato un Paese più giusto nei loro confronti, ma non dobbiamo mai dimenticare che non è l'essere donna a dover essere premiato, bensì il merito. Margherita Cassano, Giorgia Meloni occupano posti di comando non perché donne in quanto tali, ma perché persone capaci che hanno saputo dimostrare sul campo il proprio valore».

• Giacomo Govoni

Qualità, innovazione, inclusione

Oltre 25 anni di esperienza nello sviluppo software e della consulenza informatica al servizio delle esigenze organizzative e gestionali di aziende grandi e piccole. Oltre 25 anni di investimenti in ricerca e formazione per stare al passo con un settore in costante evoluzione per riuscire a fornire soluzioni di valore: Sys-Tek è questo e molto di più. La parola a Rosanna Ventrella Grimaldi

Web e nuove tecnologie sono aspetti integranti delle nostre vite e ormai assolutamente fondamentali per la maggior parte delle attività che svolgiamo. Sono entrati da tempo in tutti gli ambiti della società e della vita quotidiana quali elementi per svolgere più efficacemente ed efficientemente le nostre attività. La possibilità di connettere milioni di device e di elaborare in tempi brevissimi enormi quantità di informazioni ci rende capaci di analizzare fenomeni complessi, comparare scenari diversi e prevenire fattori di rischio, comportando la possibilità di governare meglio i processi, operare scelte più consapevoli e attuare strategie più efficaci.

La competizione è altissima, il mercato evolve progettando visioni aggiornate del mondo, realizzandole e definendo gli standard e le nuove forme di partecipazione. Ecco perché è importante rivolgersi ad aziende veramente qualificate, come Sys-Tek Società Benefit Srl, che da più di 25 anni opera nel settore dei servizi informatici, offrendo consulenza su diverse tematiche. Situata nella vivace città di Torino, Sys-Tek S.B. Srl non è solo sinonimo di eccellenza tecnologica, ma anche di impegno sociale e inclusione.

Offre un percorso di ricerca e sviluppo partecipato, condiviso e fluido, al tempo stesso fisico e digitale, fatto di persone e applicativi. «Negli anni abbiamo imparato a dare le giuste risposte ai diversi tipi di esigenze. Perseguiamo il nostro scopo, semplificare la complessità - afferma Rosanna Ventrella Grimaldi, amministratrice di Sys-Tek S.B. Srl -. La nostra missione va ben oltre la semplice erogazione di servizi informatici evidenziando l'approccio olistico e orientato alla comunità che caratterizza l'azienda». Fondata più di 25 anni fa, Sys-Tek S.B. Srl ha fatto della qualità, dell'innovazione e dell'inclusione i suoi valori fondanti.



Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Oltre a fornire soluzioni innovative e di alta qualità ai nostri clienti, ci impegniamo attivamente a promuovere l'inclusione sociale e a contribuire al benessere della nostra società. Con un team di circa 30 risorse, equamente rappresentato, Sys-Tek S.B. Srl si distingue come esempio di diversità e inclusione. Con una vigilanza attenta sul rispetto del genere, ci impegniamo quotidianamente per garantire un trattamento equo e meritocratico per tutti. Crediamo fermamente nel valore della diversità e nell'importanza di dare a tutti le stesse opportunità. Ecco perché abbiamo recentemente avviato un percorso lavorativo con Gaia, una giovane ragazza con sindrome di Down, che ci aiuta attraverso il suo lavoro di segretaria/coordinatrice. È un passo importante verso un ambiente lavorativo più inclusivo e rispettoso».

Cosa significa per voi essere una B-Corp?

«Dal 2022 abbiamo ottenuto la certificazione B-Corp e siamo diventati società benefit. Essere una B-Corp è per noi una spinta al miglioramento continuo. Oltre a rispettare gli standard più elevati in termini di performance aziendali, ci impegniamo a promuovere il benessere dei nostri dipendenti, ad adottare pratiche sostenibili e a contribuire attivamente alla comunità. Abbiamo ottenuto anche la certificazione di sistema Iso 9001 che definisce i criteri at-

tecnico, service management, cancellazione certificata Hd. I secondi annoverano project management, governance dei processi aziendali e analisi dati. Lavoriamo anche molto sulla comunicazione aziendale, offrendo web development e da poco siamo entrati nel mondo del social media marketing per abbracciare i nuovi canali di comunicazione. La nostra competenza e la nostra passione per l'innovazione ci consentono di offrire soluzioni su misura per le esigenze specifiche dei nostri clienti».

Che progetti avete per il futuro?

«Continueremo a lavorare con impegno e dedizione per rimanere al passo con l'evoluzione tecnologica e per promuovere l'inclusione sociale. Siamo determinati a fare la differenza nel mondo della tecnologia e a contribuire a creare un futuro migliore per tutti. Siamo orgogliosi del percorso fatto finora e guardiamo con fiducia e determinazione al futuro».

• **Bianca Raimondi**

Rosanna Ventrella Grimaldi, amministratrice.
Sys-Tek S.B. Srl ha sede a Torino
www.sys-tek.it



Desktop management e gestione postazioni di lavoro

Valutazione delle esigenze, locazione operativa di computer (notebook e desktop), aggiornamento, manutenzione e assistenza: Sys-Tek S.B. Srl offre alle aziende un servizio di desktop management strutturato e globale. Desktop management si divide e occupa di: supporto commerciale per la scelta dei prodotti; offerta commerciale in base alle esigenze del cliente; start up & rollout; assistenza tecnica, gestionale e organizzativa post-rollout; manutenzione parco macchine, implementazione nuove macchine/PC; gestione garanzia dei prodotti e assistenza. Fornisce inoltre consulenza commerciale per la scelta dei prodotti, creando offerte economiche al fine di indirizzare e supportare i clienti verso prodotti più in linea con la loro operatività e ai software utilizzati.

Quando la creatività fa impresa

Ne parliamo con Angela Pastore, ceo e chief creative officer di Antville, molto più di un'agenzia di comunicazione, ma un formicaio creativo che risponde a ogni esigenza di branding così da assicurare ai propri clienti risultati capaci di trasformare in realtà tanto le idee quanto le emozioni

Le donne imprenditrici che riescono a dare vita ai propri sogni sono coraggiose, ma quelle che decidono di farlo nella loro terra, pur di non abbandonarla, ancor di più.

È il caso di Angela Pastore, imprenditrice di successo nel settore della comunicazione, che ha dato vita alla sua impresa: ceo di Antville, agenzia creativa specializzata nel branding conosciuta come il formicaio creativo, oltre a essere consigliere del board di Art Directors Club Italiano, local ambassador campana e anche coordinatrice didattica IUAD, docente di Art Direction & Branding, e mamma di Sophie, una deliziosa bimba di otto anni.

Angela, grazie al suo entrepreneurial mindset, più di dieci anni fa ha iniziato a fare impresa e, soprattutto, ha deciso di farlo nel suo territorio: la Campania.

Coraggio e tenacia le hanno permesso di diventare un'imprenditrice a tutto tondo creando, insieme al suo team, un'agenzia di comunicazione che ancora non c'era.

Alla domanda se oggi rifarebbe tutto risponde certa e sicura che «è stata la cosa più folle che abbia mai fatto, ma che rifarei in ogni momento, perché ancor di più oggi so che ogni sfida esiste per essere affrontata».

È molto difficile incontrare direttori creativi donna. A maggior ragione che siano anche amministratori delegato e founder di agenzie al Sud Italia. Eppure Angela Pastore rappresenta un'eccezione: «Con Antville ho deciso di mettermi al servizio delle Pmi e delle start up, curando tanto il posizionamento quanto l'advertising, grazie a un metodo rigoroso, il Branting®, che fa dell'ascolto il primo tratto distintivo».

Antville ha fatto del proprio territorio il luogo privilegiato per la circolazione di idee e progetti creativi. Un'agenzia di comunicazione che è innanzitutto un hub creativo, ispirato all'operosità delle formiche: riflette perfettamente la passione e la curiosità della propria fondatrice che, con un'esperienza di oltre 15 anni in prestigiosi ambienti multinazionali, ha scelto di dedicare le proprie energie alla valorizzazione del territorio in cui è nata. Insieme ad Anna Speranza Ambro-



Angela Pastore, founder, ceo & cco Antville
www.antville.it

sio, partner, chief operating officer e direttore creativo associato e a Margherita Matera, chief marketing officer & digital specialist, Angela porta avanti un approccio al brand tailor made grazie a uno staff di 15 risorse e una serie di partner dislocati sull'intero territorio nazionale.

Antville garantisce strutture e know how capaci di rispondere a ogni esigenza di branding e comunicazione, così da assicurare ai propri clienti risultati capaci di trasformare in realtà tanto le idee quanto le emozioni.

Gentilezza e ascolto sono le parole chiave del modus operandi di Antville, che si propone non solo di aiutare le aziende a trovare il proprio Dna, ma anche di diffondere la cultura della comunicazione tra i clienti stessi, con un'attenzione particolare ai nuovi linguaggi della GenZ.

«Amo interfacciarmi direttamente con i clienti, assieme ad altre professionalità strategico-creative: una scelta mirata anche all'ottimizzazione dei tempi, oltre che per esaltare la creatività» ribadisce Angela Pastore.

Con un board al femminile e altamente specializzato, l'agenzia di comunicazione si occupa di ogni attività a sostegno dei brand: dal positioning al branding, da soluzioni web alla realizzazione di packaging, fino all'attività di co-



In foto da sinistra Sebastiano Urcioli, Martina Trope Couvin, Pierpaolo Andolfi, Margherita Matera, Angela Pastore, Anna Speranza Ambrosio, Sonia Crisafulli, Marco Tammaro, Claudia Massimino

L'approccio al cliente

Gentilezza e ascolto sono le parole chiave del modus operandi di Antville, che si propone di aiutare i brand a trovare il proprio Dna e diffondere la cultura della comunicazione

municazione e creazione contenuti. I vari clienti spaziano dal food al dolciario, dalle associazioni no profit al settore dell'Information and Communications Technology, dalle multinazionali di settore infrastrutture e telecomunicazioni all'istruzione.

E poi Horeca, settore orafa e tanto, tanto altro. Alla domanda su quali sono le novità che dob-

biamo aspettarci dall'agenzia, Angela Pastore risponde: «Stiamo lavorando a un progetto educational, completamente digitale, dedicato ai bambini per ispirarli al mondo della creatività. Un'idea nata da una sensibilità personale: il nostro essere madri che ci ha spinto a cercare un punto di contatto con i più giovani».

• **Andrea Mazzoli**

Angela Pastore racconta il metodo Branting® dell'agenzia Antville

«Il Branting® è una metodologia collaudata negli anni e fondata su tre pilastri fondamentali: ascolto, affiancamento e contatto diretto. Un sistema strutturato che prevede una fase 1 in cui ci sediamo a tavoli che possono avere anche delle fratture di pensiero e dove, mediante il supporto di uno psicologo specializzato, applichiamo un ascolto partecipato per far emergere le esigenze e l'unicità delle singole persone, così da porre al centro empatia, emotività, rispetto e attenzione per le differenze che possono sussistere. Nella fase 2 affianchiamo le

aziende diventandone autentici partner, attraverso un contatto diretto, frutto di una gestione senza intermediari.

Antville non ha account, ma è lo stesso management a occuparsi della gestione del cliente, perché si senta sereno e coccolato. Il terzo step è un vero e proprio "action plan": una serie di attività pensate per un percorso di crescita aziendale, contraddistinte da una costante vicinanza e partecipazione, così da poter intervenire tempestivamente in caso di necessità, offrendo servizi "su misura».

La gender equality spicca il volo

Da quasi un decennio e ancora di più da quando la “pilota” Alessandra Bruni, Enav ha compiuto notevoli progressi sul fronte dell’inclusione. Aprendo le torri di controllo alle donne e formando il personale sui cosiddetti “unconscious bias”

Discendendo per natura giuridica da una realtà militare, che ha gestito il controllo del traffico aereo in Italia fino ai primi anni Ottanta, Enav si configura storicamente come una società a forte trazione maschile. Da quasi un decennio però, ai vertici dell’azienda quotata in Borsa dal 2016 si sono insediati diversi profili femminili, l’ultimo dei quali corrisponde ad Alessandra Bruni, che la presiede dalla scorsa primavera. «Oggi il percorso di ingresso di personale femminile è attivo a partire dalla categoria dei controllori- sottolinea Bruni- che costituisce il core business dell’attività di Enav, ma questo non vuol dire che non si possa implementarne la presenza in altri ruoli. Essendo molto sensibile alla tematica della inclusione in generale cercherò, ove possibile, di aprire nuovi spazi di sviluppo per una gender equality».

Sotto questo aspetto, che modello di governance sta cercando di impostare in Enav da quando ne detiene le redini?

«A neanche un anno dal mio insediamento, ho organizzato un convegno dal titolo “Donne in volo” per valorizzare l’evoluzione al femminile. L’evento ha visto protagoniste personalità di spicco dalle controllori alle pilote, civili e militari, a ingegneri aerospaziali. Quanto al modello di governance, sto cercando di costruire rapporto e dialogo con chi lavora in Enav. La mia porta è sempre aperta e sono pronta ad ascoltare tutti. Sono stata molto fortunata perché ho trovato un materiale umano eccezionale a tutti i livelli, a partire dal mio staff, che considero linfa vitale per esercitare al meglio il mio mandato. Per me governance non significa solo disciplinare la gestione di un’impresa, ma anche lavorare per lasciare un segno in una società che amo e che ritengo un gioiello nel panorama delle aziende nazionali».

Quali sono i tratti distintivi della managerialità di una donna?

«Rispetto a un uomo, la donna ha indubbiamente la capacità di muoversi su più fronti contemporaneamente e, anche in ruoli apicali, tende per sua natura a porre al centro la dimensione relazionale, la cura e l’accoglienza dell’altro. Le donne, poi, sono più versate nel potenziamento e nella costruzione di reti, piuttosto che di strutture gerarchiche e di dominio degli altri. La leadership femminile si distingue per una serie di comportamenti generalmente più associati a questo genere: uno stile comunicativo aperto, la predisposizione all’altro, la consapevolezza di sé, l’abilità di ascolto e di espressione, l’attenzione alle emozioni e



La formazione

Rappresenta una leva fondamentale per valorizzare il potenziale femminile e diffondere in tutta l’azienda una cultura orientata ai valori della diversità e dell’inclusione

alla soddisfazione dei collaboratori. In sintesi, comportamenti meno rigidi».

In quali contesti decisionali e organizzativi questo approccio si rivela più incisivo di quello maschile?

«Nel lavoro, tale inclinazione femminile si traduce in una tendenza a creare luoghi dove le persone possano crescere e imparare, creare insieme, ottenere soddisfazione personale, stare dentro team orientati al supporto dello sviluppo di ognuno, oltre che al raggiungimento degli obiettivi. Penso che il mio punto di forza sia l’accoglienza: amo far crescere chi lavora con me e se possibile offrire nuove opportunità, tendo a dare fiducia. I risultati professionali cui sono approdata nella mia carriera, mi hanno fatto avere consapevolezza che il metodo è quello giusto. Una direzione premiale penso sia maggiormente stimolante specialmente per i più giovani».

Nella sua attività di avvocato, dispiacuta ai più alti livelli istituzionali e accademici, si è occupata anche di diritto sportivo. Quali valori, tipici dello sport, funzionano anche nella gestione di un’azienda?

«La determinazione incrollabile, la tenacia e la resilienza indomita degli atleti sono tutti valori che ho fatto miei nella vita. L’ammirazione per i quali si è trasformata in un viaggio personale verso l’eccellenza, radicando profondamente in me la convinzione che il

successo è frutto di perseveranza, sacrificio e costante ricerca di superare i propri limiti. Sul piano professionale la mia passione per lo sport e la conoscenza delle regole che ne disciplinano il funzionamento mi ha agevolato allorché le riforme legislative degli ultimi decenni hanno introdotto un sistema della giustizia sportiva parallelo a quello ordinario, per gestire le controversie contrarie al fair play. Un principio cardine dello sport che con le sue componenti di lealtà, correttezza e probità lo trascende, diventando essenziale nella gestione aziendale».

Cosa genera l’integrazione di questi principi nel tessuto organizzativo?

«Eleva la cultura d’impresa, basando le relazioni interne su fiducia e trasparenza, e quelle esterne su equità e integrità. Inoltre rafforza la soddisfazione dei dipendenti e contribuisce anche a forgiare una reputazione solida, attraendo stakeholder che condividono visioni affini. Il fair play in azienda stimola un senso di appartenenza e impegno verso obiettivi condivisi, dimostrando che l’etica nel business è non solo possibile, ma fondamentale per una crescita sostenibile e un successo autentico».

Uno dei nodi da sciogliere per mitigare le disuguaglianze di genere riguarda la formazione. Come vi adoperate su questo versante?

«La formazione rappresenta una leva fon-

damentale per valorizzare il potenziale femminile e diffondere in tutta l’azienda una cultura orientata ai valori della diversità e dell’inclusione. In Enav stiamo lavorando su entrambi i fronti. Un esempio sono i progetti di mentoring e di sviluppo delle competenze, attraverso cui giovani ragazze ad alto potenziale e donne manager con esperienza vengono inserite in percorsi in cui possono focalizzare i propri obiettivi e acquisire strumenti fondamentali per la propria carriera lavorativa. In Enav utilizziamo la formazione anche per sensibilizzare tutto lo staff aziendale sui temi della discriminazione di genere e delle disuguaglianze nei confronti di determinate categorie di persone».

Quali strumenti proponete per contrastarle?

«Abbiamo proposto a tutti i colleghi un percorso di formazione sui cosiddetti “unconscious bias”, cioè quelle scorciatoie mentali che inconsapevolmente ci portano ad attribuire a un gruppo di persone delle caratteristiche che non rispecchiano la realtà. In particolare, i “gender bias” nei luoghi di lavoro possono portare a giudicare le donne come meno adatte, ad esempio, ad assumere posizioni di responsabilità, ostacolando la valorizzazione del potenziale femminile. Il nostro impegno non si limita alla formazione, ma si rivolge più in generale alla tutela delle persone dalle molestie e dagli abusi sul luogo di lavoro. Anche attraverso l’introduzione della figura della consigliera di fiducia, una professionista indipendente cui possono rivolgersi tutte le lavoratrici e i lavoratori che si ritengono vittime di discriminazioni e violenze, per essere consigliati e assistiti».

• **Giacomo Govoni**

Alessandra Bruni, presidente del Consiglio di amministrazione di Enav



La signora dei trasporti

Comproprietaria della Campagnolo Trasporti, Chiara Campagnolo con tenacia e lungimiranza ha saputo creare un ambiente di lavoro inclusivo e meritocratico, dove le donne possono esprimere al meglio il proprio talento, anche al volante

Dall'ortofrutta al farmaceutico, un viaggio a temperatura controllata condotto da una squadra guidata anche da donne tenaci e competenti. Campagnolo Trasporti non è solo una tra le aziende leader in Italia nel trasporto di merci a temperatura controllata ma soprattutto un esempio virtuoso di come la diversità di genere e la valorizzazione delle donne siano ingredienti chiave del successo. Non a caso, oltre il 50 per cento della forza lavoro è composta da donne, che ricoprono ruoli di primaria importanza in ogni ambito aziendale: dalla logistica all'amministrazione, dalla gestione del personale alla comunicazione. Alla guida dell'azienda, insieme ai fratelli Alberto e Fabio c'è Chiara Campagnolo, proprietaria, che con tenacia e lungimiranza ha saputo creare un ambiente di lavoro inclusivo e meritocratico, dove le donne possono esprimere al meglio il proprio talento. «La nostra mission è quella di assistere clienti che devono trasportare derrate in temperatura controllata di qualsiasi tipologia. Spaziamo dall'ortofrutta al settore farmaceutico» spiega l'imprenditrice. Cosa vi contraddistingue sul mercato rispetto ai competitor in termini di valori e servizi?

«La nostra peculiarità è certamente quella di porci come partner logistico nei confronti dei nostri clienti. Un partner specializzato nei trasporti a temperatura controllata, capace di offrire un servizio efficiente per spedire merce in completa tranquillità. Non ci occupiamo, quindi, di trasportare solo la merce da un punto ad un altro ma supportiamo le aziende che si affidano a noi cercando di fare un servizio a 360 gradi, togliendo loro il tempo per accertarsi che la loro spedizione arrivi puntuale a destino e che ogni adempimento amministrativo sia portato a termine. anche per quanto riguarda le informazioni, la documentazione digitale e tutti quegli adempimenti richiesti dal trasporto fisico di merce».

Cosa vi contraddistingue sul mercato rispetto ai competitor in termini di valo-



Le quote rosa

Campagnolo Trasporti vanta un 50 per cento di donne al suo servizio, alcune anche alla guida dei camion. Questo rappresenta un vero vanto per un'azienda come la nostra, impegnata 365 giorni all'anno, h24

ri e servizi?

«La nostra peculiarità è certamente quella di porci come partner logistico nei confronti dei clienti. «A fare da padrona nel settore ortofrutticolo e alimentare è la grande distribuzione. Noi lavoriamo a stretto contatto con realtà di una certa rilevanza sul mercato e il servizio che ci viene maggiormente richiesto è la massima puntualità nei tempi di consegna. La necessità di avere tempi molto serrati di scarico, vista l'alta deperibilità della merce, ci porta ad aver sviluppato un sistema efficiente di comunicazione e la capacità di risolvere in tempistiche molto veloci le problematiche per garantire ugualmente l'arrivo della merce in tempo. Cre-

do che questo sia il nostro vero punto di forza: siamo un'azienda a carattere familiare ma dotata di una flessibilità tale da poter gestire le consegne con flessibilità anche in caso di problemi. Insomma, riusciamo a trovare sempre una soluzione affinché la merce arrivi ugualmente a destinazione. È un aspetto da non sottovalutare per clienti come i supermercati, i quali, nell'ottica di una crescente ottimizzazione degli acquisti, chiedono di ricevere la merce giorno per giorno. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo investito nella creazione di una flotta di nuova generazione, per rispondere contestualmente in maniera più performante non solo all'incidenza minima di rotture dei mezzi, ma anche ai dettami della transizione ecologica. Abbiamo messo in strada mezzi di ultima generazione e, quindi, con una bassa emissione di anidride in atmosfera. Oltre a questo, proprio per

seguire sempre di più le richieste mosse dalla nostra clientela, abbiamo pensato ad avere una parte della nostra forza viaggiante munita di semirimorchi in doppia temperatura e in doppio piano per soddisfare appieno ogni tipo di esigenza».

Lei è alla guida dell'azienda assieme ai suoi due fratelli, qual è il valore aggiunto che una donna può apportare in un settore come quello dei trasporti e, in genere, quando si pone ai vertici di una società?

«Sono fiera di dire che Campagnolo Trasporti vanta un 50 per cento di donne al suo servizio, alcune anche alla guida dei camion. Questo rappresenta un vero vanto per un'azienda come la nostra, impegnata 365 giorni all'anno, h24 e che quindi non si ferma. Ci piace credere che l'organizzazione utilizzata nella gestione dei nostri trasporti sia la stessa impiegata dalle donne per districarsi tra famiglia e lavoro. Abbiamo donne diventate mamme durante il loro periodo di lavoro qui in azienda e un organico con un'età

Chiara Campagnolo, alla guida della Campagnolo Trasporti di Tezze sul Brenta (Vi) www.campagnolotrasporti.com



media al di sotto dei 26 anni. Nonostante il nostro sia un lavoro impegnativo e che porta via tanto tempo e tanta energia, è bello vedere come si possa portarlo avanti essendo mamme e mogli e senza trascurare la propria famiglia». • **Luana Costa**



Le ruote nel futuro

«Campagnolo Trasporti entra nell'era della digitalizzazione - afferma Chiara Campagnolo -. Crediamo molto nell'innovazione tecnologica, vogliamo portare la Campagnolo Trasporti nell'era digitale con un progetto di intelligenza artificiale che porti all'ottimizzazione dei nostri processi, ad una maggiore efficienza per i nostri clienti ed a una maggior valorizzazione del lavoro personale di ciascun nostro dipendente.

Sicurezza sul lavoro: un percorso di consapevolezza e responsabilizzazione

Elisa Lazzari ci porta dietro le quinte di un tema estremamente attuale, quello della sicurezza sul lavoro, e lo fa dal punto di vista di chi lavora ogni giorno per supportare le aziende nella creazione di una vera e propria cultura della sicurezza

Gli open data diffusi dall'Inps relativi al 2023 evidenziano oltre mezzo milione di infortuni sul lavoro, di cui più di 1.000 con esito mortale, e oltre 70.000 patologie di origine professionale denunciate.

«Dati allarmanti e da attenzionare, che dimostrano la necessità di adottare misure preventive e organizzative più efficaci, finalizzate alla promozione di una vera "cultura della sicurezza"». Parte da qui Elisa Lazzari, direttore tecnico di Kalea Ingegneria Srl, nella sua riflessione rivolta a lavoratori, datori di lavoro, organizzazioni datoriali e sindacati.

Una società, la sua, che si occupa da anni di sicurezza sul lavoro e che crede nell'importanza di puntare al miglioramento degli aspetti tecnici, quali ad esempio prevenzione e formazione, oltre che al rafforzamento dei controlli da parte degli Enti preposti, come annunciato nel mese scorso dalla Ministra Calderone, che ha annun-

L'ingegnere Elisa Lazzari, direttore tecnico di Kalea Ingegneria, con sede a Torino
www.kaleaingegneria.it



Benefici della cultura della sicurezza *Riduzione degli infortuni, brand reputation, aumento della partecipazione dei lavoratori e del benessere aziendale*

ciato, nell'ambito di un generale intervento statale per la tutela della salute e della sicurezza, un incremento della consistenza delle forze ispettive. «L'obiettivo principale della diffusione di una cultura della sicurezza sul lavoro – continua Lazzari – è che i suoi principi siano sempre più radicati, estesi, partecipati, in modo che i luoghi di lavoro diventino più sicuri e gli adempimenti normativi non siano recepiti come un insieme di carte da produrre, ma, piuttosto, come un'occasione per le aziende di reale miglioramento. La cultura della sicurezza si fonda sul miglioramento dei processi decisionali e organizzativi».

In cosa consiste la vostra attività?

«La nostra mission principale è affiancare il datore di lavoro e supportarlo per individuare i rischi presenti nell'ambiente di lavoro, in modo che possa mettere in atto le opportune misure di riduzione dei

rischi stessi. Lo sosteniamo in un percorso di consapevolezza e responsabilizzazione sugli adempimenti in materia di sicurezza, che spesso non conosce completamente, anche al fine di evitare, tra l'altro, che incorra in sanzioni amministrative o penali. Allo stesso tempo, operiamo con la finalità di fare sentire i lavoratori, che sono parte integrante e attiva dei processi aziendali della sicurezza, realmente più sicuri nell'ambiente dove trascorrono la maggior parte della loro giornata, nell'ottica di una maggiore responsabilizzazione a tutti i livelli organizzativi, affinché il clima aziendale sia positivo e attento al benessere di tutti. Questi concetti sono quelli che peraltro hanno ispirato il legislatore nella redazione del D.Lgs. 81/08, conosciuto come Testo Unico sulla sicurezza sul lavoro. Non più soltanto un focus tecnico e normativo, ma una grande attenzione alla prevenzione, alla protezione, alle misure organizzative e, in generale, alla sicurezza come modello condiviso all'interno della azienda».

Kalea Ingegneria nasce a Torino, luogo di dibattito e sperimentazione sul tema della sicurezza.

«Sì, Torino è una città tristemente famosa per quanto concerne la sicurezza sul lavoro. Il D.Lgs. 81/2008 è nato proprio per dare un segnale forte dopo il tragico incidente della Thyssenkrupp, uno dei più gravi episodi avvenuti nell'Italia contemporanea, accaduto nel dicembre 2007 proprio qui a Torino. E prima ancora, nel febbraio 1983, ricordiamo l'incendio del cinema Statuto, nel quale persero la vita oltre 60 persone, principalmente per intossicazione da fumi. Ma Torino e il Piemonte sono anche, da sempre, terre di fabbriche, di in-

dustriali e lavoratori, di grandi famiglie di imprenditori, che sono state e sono ancora oggi conosciute e apprezzate in tutto il mondo. Qui la cultura della salute e della sicurezza sul lavoro l'abbiamo respirata, da sempre».

La diffusione di una cultura della sicurezza in azienda può essere vista anche come un vantaggio competitivo per l'azienda stessa?

«Certamente, oltre all'imprescindibile tutela dei lavoratori, l'adozione di un approccio tecnico per l'analisi dei rischi e l'implementazione della sicurezza nelle aziende, oltre che l'attuazione di un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, può comportare diversi benefici per un'azienda. Anzitutto a livello di brand reputation, perché contribuisce all'attestazione che l'azienda è socialmente responsabile. Inoltre, può aiutare ad ottimizzare la produttività dei lavoratori, a ridurre i costi aziendali legati a interruzioni dell'attività lavorativa, quali fermi macchine, ma anche assenze dal lavoro per infortuni o malattie, oltre ad incoraggiare i dipendenti a rimanere in azienda più a lungo. Perché un lavoratore che si sente tutelato, coinvolto, protetto, sarà più presente, più fidelizzato, più produttivo. Più competitività e più redditività per l'azienda, più motivazione per i lavoratori, con riduzione del turn over, e aumento dell'engagement».

Nuove sfide per il futuro?

«Il mondo del lavoro si è modificato nel corso del tempo ed è mutato molto velocemente negli ultimi anni; il Covid ha dato impulso obbligato a nuovi modi di lavorare, a nuovi spazi di lavoro, a nuovi strumenti e a nuove professioni. Chiunque voglia approcciarsi alla sicurezza sul lavoro in maniera approfondita non può non tenere conto di questi cambiamenti. Ecco perché è fondamentale un aggiornamento professionale continuo, accompagnato da un'attitudine mentale alla costante ricerca, alla curiosità e all'approfondimento, e con il supporto di tecnici professionisti che possano seguire e appoggiare le aziende in questo percorso». • EC

Una storia di successo

Kalea Ingegneria nasce a Torino dall'esperienza decennale dell'ingegnere Marco Cotto e dell'ingegnere Elisa Lazzari negli ambiti della progettazione e dell'erogazione di servizi tecnici. Grazie alla collaborazione con un gruppo nutrito di professionisti, la Società è in grado di offrire un servizio di consulenza specializzato nei campi della progettazione impiantistica, ambientale e della sicurezza sul lavoro.

Un team con una forte presenza femminile, per oltre il 50 per cento, in tutte le aree di attività della società. «Crediamo molto nella forza della squadra, nella pluralità delle competenze e nella crescita personale e professionale all'interno dell'azienda: ognuno di noi dà il suo contributo, ognuno di noi può fare davvero la differenza».

 **sanaGens**
Libertà ai tuoi piedi



SANAGENS.IT

Un segnale importante

Federmanager ottiene la Certificazione della parità di genere. Un traguardo che testimonia l'impegno per garantire pari opportunità, minori discriminazioni e migliore conciliazione vita-lavoro. Le parole del presidente Stefano Cuzzilla

Cresce, ma lentamente, in Italia il numero delle dirigenti donna, con un +6,3 per cento in quasi dieci anni, superando di poco il 20 per cento del totale dei dirigenti. Permangono bassa occupazione femminile rispetto alla media europea e disparità salariali. «Quello di genere è uno dei gap che l'Italia deve recuperare se vuole crescere, anche perché l'occupabilità delle donne è una risorsa che abbiamo già disponibile, e che è sempre più qualificata», commenta Stefano Cuzzilla, presidente Federmanager. «Se più donne fossero attive nel mondo del lavoro, il Pil italiano potrebbe salire anche del 12 per cento da qui al 2050. È una risorsa inespressa, non solo perché una donna su due in Italia oggi non lavora, ma perché anche quando è impiegata,



Stefano Cuzzilla, presidente Federmanager



spesso lo è in part-time o con contratti meno tutelati o con retribuzioni meno importanti. L'Inps ha stimato che nel 2022 la differenza salariale tra uomini e donne, nel settore privato, è stata pari a circa 8 mila euro l'anno.

Come si configura il gender pay gap in ambito manageriale e su quali fattori lavorare per incrementare la managerialità femminile?

«Guardando ai ruoli di vertice, si ripropone la medesima disparità, aggravata in termini assoluti perché il gap retributivo pro capite per i ruoli dirigenziali per l'anno 2022 si è attestata a circa 40mila euro. Da un punto di vista geografico, il Centro registra la quota più elevata di donne in posizioni di leadership con il 25,6 per cento, vale a dire una posizione su quattro. Io penso che per rompere il cosiddetto so-

fitto di cristallo, occorra promuovere l'effettiva partecipazione delle donne a ruoli di leadership sia economici sia politici. E va sostenuto soprattutto il sistema di welfare e di servizi che rafforza la posizione della persona lavoratrice. I vantaggi di più donne al vertice sono apprezzabili per tutti: una leadership femminile apporta competenze e visioni indispensabili al business, costruisce relazioni e realizza obiettivi che una leadership esclusivamente maschile non potrebbe centrare, affronta e supera meglio le crisi, come abbiamo avuto modo di sperimentare anche durante la pandemia».

La parità di genere è ancora utopia in Italia. È possibile invertire la tendenza, lavorando su abbattimento stereotipi e sistema scolastico?

«Invertire la tendenza è assolutamente necessario ed è anche possibile, non credo sia un'utopia, credo che sia un obiettivo da porci a livello di sistema, nel pubblico e nel privato. Il sistema dell'istruzione e della formazione gioca un ruolo: nelle facoltà tecniche ingegneristiche e matematiche le lauree femminili, ormai da dieci anni, sono ferme al 40 per cento. Questo sottolinea l'importanza di promuovere l'accesso delle donne a settori tradizionalmente appannaggio degli uomini. Aggiungo anche che bisogna iniziare a premiare chi abbatte gli stereotipi e le barriere alla carriera delle donne: io sono favorevole a sistemi premiali o, ad esempio, a vincolare l'Mbo dei manager alla realizzazione di risultati concreti in termini di parità di genere».

Quanto è importante per le imprese adottare codici di auto-regolamentazione etici come il Codice per le imprese in favore della maternità o la Certifica-

40 mila euro

Gender pay gap

Gap retributivo pro capite per i ruoli dirigenziali per l'anno 2022

zione della parità di genere? Sono misure che possono concretamente favorire una maggiore partecipazione delle donne al mercato del lavoro?

«Sono strumenti validi proprio nel senso a cui accennavo parlando di "incentivazione", sono "spinte gentili" che innescano meccanismi dinamici nelle organizzazioni modificando, in meglio, la cultura aziendale. Proprio in questi giorni Federmanager, insieme alle sue società Manager Solutions, Federmanager Academy, Praesidium Spa e il Fondo Assidai, ha ottenuto la Certificazione della parità di genere. Ciò che rende ancora più significativa la certificazione ottenuta, è il ruolo di acceleratore che Federmanager può svolgere nell'applicazione concreta dei principi di parità di genere. È infatti la prima organizzazione di rappresentanza nazionale a essere certificata in Italia. Un traguardo che testimonia l'impegno della Federazione nel tempo: nel 2019, quando stavamo firmando il rinnovo del Ccnl per i manager delle industrie con Confindustria, abbiamo introdotto un articolo sulle pari opportunità, con particolare attenzione all'equità retributiva e abbiamo diviso, anche formalmente, la malattia dalla

tutela della maternità e paternità. Una misura che ha avuto un significato profondo di tipo sociale e non solo contrattuale».

Quali sono i principali obiettivi e le iniziative da portare avanti nel 2024 sul tema della parità di genere?

«Il raggiungimento della Certificazione della parità di genere è solo l'inizio di un percorso più ampio che, insieme alle società controllate, abbiamo dettagliato in un piano strategico per il periodo 2024-2026. La direzione è quella di promuovere politiche di recruiting che favoriscano la diversità di genere, garantire pari opportunità di avanzamento professionale, promuovere politiche aziendali sulla genitorialità e la conciliazione vita-lavoro. Quello che conta più di ogni altra cosa è che la nostra organizzazione sia un ambiente di lavoro positivo, libero da discriminazioni di qualsiasi tipo, capace anche di dare il buon esempio verso tutte le altre realtà industriali che rappresentiamo».

• **Francesca Druidi**



VALLEVERDE®

È BELLO CAMMINARE IN UNA VALLEVERDE



NUDO COLLECTION

Pomellato

MILANO 1967