

Foto di Luke MacGregor/Reuters



Intervista ad Alessandra Perrazzelli

«Nei cda quote per le donne È una svolta necessaria»

Il presidente di «ValoreD»: «C'è un modello di leadership e stile manageriale al maschile che ci penalizza. In Italia la gestione del tempo di lavoro è a nostro svantaggio»

FEDERICA FANTOZZI

ROMA
ffantozzi@unita.it

Alessandra Perrazzelli, avvocato e responsabile dell'International Regulatory and Antitrust Affairs di Intesa Sanpaolo, è la presidente di «Valore D»: un'associazione di grandi aziende nata per promuovere il talento femminile, cambiare la cultura dentro le stanze dei bottoni, fornire alle donne strumenti concreti per sfondare quel soffitto di cristallo che impedisce reale parità di genere in ter-

mini di carriera e retribuzioni.

È in cantiere un disegno di legge bipartisan che impone il 30% di quote rosa nei cda, a pena di decadenza. Rivoluzione possibile o utopia?

«La realtà italiana è così distante dagli altri Paesi che personalmente ritengo l'introduzione delle quote necessaria. Un primo passo che non basta. Ma ben venga perché crea una rottura culturale nel cui solco si possono inserire attività che portino al rispetto della diversità e alla sua valorizzazione economica».

Cos'altro manca al nostro Paese?

«Misure che creino un bacino di "talentose" nel management delle

imprese. In questo senso Valore D si muove per potenziare la capacità femminile. Abbiamo 37 aziende pesanti associate, 300mila persone all'interno, coinvolto 1500 donne nei nostri filoni di lavoro, fatto rete con 2500 all'esterno. Ma leggi e sanzioni servono: in Norvegia, solo quando i congedi parentali sono diventati obbligatori per i padri a pena di riduzioni dello stipendio sono passati dal 2% al 98%».

Ma con le quote non si finisce per abdicare ad altri criteri di selezione del potere femminile?

«Nessuno mai si chiede quali siano le capacità degli uomini messi nei cda,

che infatti pullulano di gente con quadrupli incarichi. Comunque, in media una donna che arriva da qualche parte ha forza e capacità superiori alla media. Io mi fiderei di lei».

E di qualche uomo? Li coinvolgete?

«Sempre di più. Il dialogo è fondamentale per raggiungere un modello lavorativo che premi la flessibilità».

Come si rende un ambiente di lavoro flessibile e orientato verso i talenti femminili?

«Esiste una mole di strumenti, dal nido aziendale al telelavoro, che devono diventare non più benefit ma sistematici. In AstraZeneca c'è la banca delle ore, in Vodafone l'integrazione economica in maternità facoltativa, in Johnson & Johnson i servizi medici in azienda. Nella nostra banca un sistema di "accompagnamento per mano" che durante la maternità mantiene le donne all'interno della formazione aziendale. Ikea ha un part time interessante: un tot di ore spalmate nell'anno non importa in che mese. Ecco: noi divulgiamo questi strumenti affinché diventino un modello».

Uno studio della Bocconi ha identificato un «profilo maschile» per chi entra nei cda e un corrispondente modello di carriera. Tutto inutile, allora?

«C'è un modello di leadership e stile manageriale al maschile che penalizza le donne. In Italia la gestione del tempo di lavoro è poco efficiente, a svantaggio delle donne che vivono acrobaticamente professione e famiglia. Si premiano i criteri maschili, così l'unica soluzione diventa la "donna con i baffi"».

Quali sono i criteri di leadership femminili?

«Un'indagine di Bankitalia ha mostrato che le filiali bancarie guidate da donne in genere mantengono più a lungo la clientela. La donna ha capacità di ascolto, empatia, inclusione: si profila meglio quando c'è una visione di medio periodo volta a creare rapporti durevoli. L'uomo punta sull'obiettivo immediato: traina la squadra».

Come si infrange il soffitto di cristallo?

«Da noi resiste un modello culturale per cui la donna è più apprezzata socialmente se sta a casa. In un cda è vista come un'aliena. Ma senza un nuovo patto familiare, che coinvolga gli uomini nei carichi di lavoro casalinghi, si fa poca strada».

Come opera «Valore D»?

«Il nostro ruolo è creare modelli di riferimento, fare rete, agire come cinghia di trasmissione tra aziende e mondo esterno. Minore accesso femminile a posizioni apicali significa minore crescita del Paese e del Pil. E più arretratezza nel mondo». ❖