

Inchiesta in rosa

Sorpresa: in un'economia che cerca di risollevarsi dalla crisi, si scopre che, se il manager è una lei, l'azienda raddoppia i profitti; nonostante la recessione, nel 2009 in Italia sono nate oltre 20mila imprese a guida femminile e sono quasi tutte in attivo. Eppure, spiegano gli esperti, capacità e passione non bastano alle donne: solo un 4-5% siede nei consigli d'amministrazione

TRA FILM E POLITICA Sabrina Ferilli, 45 anni, nel ruolo della capo telefonista Daniela in "Tutta la vita davanti" di Paolo Virzì (2008). Sotto, Mercedes Bresso, 65, presidente della Regione Piemonte.



TORINO, marzo

Ve l'avevamo detto!». Potrebbe essere questa l'esclamazione di una donna di fronte alla crisi economica mondiale e al relativo effetto-domino che si è abbattuto su tutti gli aspetti del vivere sociale. Un disastro, che ha caratterizzato la fine dello scorso decennio e in cui siamo ancora dentro fino al collo; una crisi che, a livello internazionale, si pensa si sarebbe potuto evitare se ci fossero state più donne in posizioni di potere: negli Usa le aziende con donne al vertice hanno infatti retto meglio, perché sono quelle che rischiano meno (vedi box a pag. 127). In passato il "sistema Italia" funzionava per la patrimonializzazione del-

DONNE SULL'ORLO DELLA CRISI ECONOMICA

di Paola Biondi

le famiglie, cioè perché erano le mogli a tenere i cordoni della borsa: e questo succedeva anche nelle aziende familiari, benché perlopiù il titolare fosse il marito. Ma oggi assistiamo, da parte delle donne, a un coraggioso salto in avanti, ricco di creatività innovativa, sia nel dare vita a nuove imprese, sia nell'introdurre soluzioni originali e significative in imprese già esistenti. **Qualche dato: in Italia l'imprenditoria femminile dal 2003 al 2009 è cresciuta più di quella maschile (+10,04 contro +1,1%), tra il 2007 e il 2008 sono nate 5.500 nuove società e a fine 2008 si contavano oltre un milione e 400mila imprenditrici. Nonostante la crisi, nel 2009 sono nate oltre 20mila imprese guidate da imprenditrici o caratterizzate da una forte presenza femminile, e, dato ancora più strabiliante, sono in attivo. Eppure bellezza, tenacia, passione, competenza e stakanovismo non bastano alle donne: solo un 4-5% siede nei consigli di amministrazione.**



LA FORZA DEL "SESSO DEBOLE"



MANAGER DI SUCCESSO Simona Scarpaleggia, deputy country manager dell'Ikea e presidente di Valore D, associazione che sostiene la crescita professionale femminile e la scalata delle donne ai vertici delle aziende.

I 5 consigli d'oro

Secondo **Simona Scarpaleggia**, country manager di Ikea, «è prioritario ridurre il precariato che coinvolge ben il 25% delle donne e dare strutture di supporto alla maternità, cioè gli asili nido; in più, promuovere il tele-lavoro, da casa». Ma dà anche preziose e concrete indicazioni (in parte valide anche per uomini).

***Ecco le sue cinque regole d'oro:**

1. Avere le idee chiare su ciò che conta.
2. Costruire la propria competenza.
3. Essere consapevoli delle proprie capacità senza timidezze e imparare dagli errori.
4. Trovarsi un mentore, meglio se donna.
5. Scegliere, se possibile, di lavorare in un'azienda che valorizzi anche le donne.

HOLLYWOOD AL FEMMINILE Le protagoniste della commedia sul (presunto) sesso debole "The Women" di Diane English: in primo piano, Meg Ryan, 48, e da sin. in senso orario, Annette Bening, 51, Jada Pinkett Smith, 38, Debra Messing, 41, ed Eva Mendes, 36 il 5 marzo.

ne, eppure dove il manager è femmina l'azienda fa quasi il doppio dei profitti. Il punto della situazione è stato fatto a Torino, al terzo Salone Nazionale dell'Imprenditoria Femminile, la più importante manifestazione in Italia sulle tematiche d'impresa e di imprenditoria femminile. **Anche questa è un'iniziativa voluta da una donna: Giuliana Bertin, fondatrice di Gammadonna e Valentina Communication.** «La nostra è la quinta regione in Italia per attività in rosa, con 111mila imprese», ha detto Mercedes Bresso, presidente della Regione Piemonte. **E Ferruccio Dardanella, presidente nazionale Unioncamere, ha specificato:** «La presenza della piccola e microimpresa in cui c'è almeno una donna è straordinariamente forte in Italia rispetto al resto dell'Europa, anche perché la piccola impresa nasce all'interno della famiglia, cosa che unisce va-

Chi le valorizza?

Spesso alla donna manca la capacità di fare marketing di se stessa: lavora tantissimo, ma poi non sa farsi valorizzare. Lo evidenzia una ricerca condotta da **Simona Cuomo e Adele Mapelli, docenti dello Sda Bocconi, che, prendendo in esame le società quotate in Borsa, ha evidenziato come, su 2.831 consiglieri, le donne siano solo 167.**

«**In Italia le donne occupate sono il 40%, ma non riescono a crescere professionalmente**», ha detto l'economista **Fiorella Kostoris**. «A loro vengono riservati i mestieri più difficili e mal pagati. Ma in



Fiorella Kostoris

tutto il mondo i talenti non sono distribuiti equamente fra maschi e femmine.

Nei Paesi baltici, dove la crescita è molto forte, la presenza di donne è del 50%. Da noi non c'è un'Authority che vigili sulle aziende, ma si potrebbe creare un organismo esterno che proponga una lista di "donne in gamba" da cui scegliere per farle entrare nei consigli di amministrazione come membri indipendenti».

Il commento
di **Cesara Buonamici**

Le donne? In crisi da sempre

Alle donne non occorre la crisi per ritrovarsi in crisi. Nelle crisi ci vivono da sempre, e da noi ancora di più. Hanno una crisi ogni mese (dovendo sorbirsi anche i lazzi dei maschi, ogni tanto), hanno la crisi delle gravidanze e del parto (del quale per secoli sono morte), dei figli che crescono. E per loro oltre un quarto perde il posto di lavoro. Sì, perché l'Italia è al primo posto nella classifica di chi perde di più il lavoro dopo la nascita di un figlio. La crisi c'è per la donna anche quando la crisi non c'è per gli altri. Sebbene sia dimostrabile che lavorare, per la donna, migliora il tasso di natalità e non viceversa. Però quando la crisi c'è per davvero, le donne perdono per prime il lavoro e sono le ultime a ritrovarlo. Eppure nell'istruzione sono sempre ai vertici, perfino nelle scuole militari, nell'impegno lavorativo non sono peggiori degli uomini, ma i salari sono inferiori, le carriere più rare. L'unico vantaggio di cui godono è il maggior numero di molestie. E nelle crisi spetta quasi sempre a loro governare la casa, sbrigare i figli e magari la depressione del marito che ha perso il lavoro. Non è la difesa un po' ottusa del genere femminile, ma una fotografia di un mondo che tarda a cambiare. Per tutte, e non solo per quelle più rapide a percorrere sentieri per un posto un po' più soleggiato. Ma anche questa crisi lascerà molte donne con un dilemma sul proprio futuro. ●

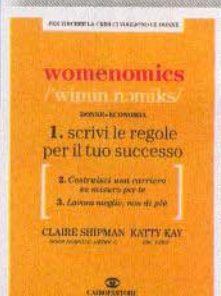
SEGRETARIE PER FICTION

Da sin., **Antonia Liskova, 32 anni, e Micaela Ramazzotti, 31, nella miniserie di Rai Uno "Le segretarie del sesto" (2009).**

Le regole del successo

Due giornaliste, **Katty Kay, conduttrice di BBC World News America, e Claire Shipman, della rete americana ABC,** hanno scritto **Womenomics** (Cairo editore, sotto), con preziose indicazioni pratiche per districarsi nel mondo del lavoro, proprio approfittando della crisi. **Il potere è nelle mani delle donne:** le aziende non possono permettersi di perderci. **La flessibilità non è un favore:** le aziende più importanti la stanno adottando perché è conveniente nelle congiunture economiche. **Bisogna imparare a lavorare meglio, meno e a chiedere ciò che si vuole:**

quattro donne su cinque vogliono più flessibilità sul lavoro.



lori di tradizione alla fantasia». «Preoccupante», ha detto **Elsa Foriero, docente di economia all'Università di Torino, «è il fatto che i nostri giovani hanno più incertezze e prospettive inferiori rispetto ai loro genitori, anche sul futuro pensionistico. Eppure il lavoro non è una quantità finita, cioè non è che in tempi di crisi se lui lavora io non lavoro, ma è una realtà che va modellata sulle varie esigenze. In questo le donne possono offrire buone soluzioni perché sono maestre di flessibilità e, se non vengono assunte come dipendenti, diventano imprenditrici».**

Paola Biondi