Economy
MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

1 marzo 2019

LA GENDER EQUALITY COMINCIA DAL WELFARE

In Danone il 40% dei dirigenti è donna e dopo la maternità il tasso di abbandono è nullo: merito di un approccio culturale improntato al benessere delle lavoratrici. E anche gli uomini prendono la paternità

di Riccardo Venturi

SONIA MALASPINA, DIRETTORE HR SUD EUROPA DI DANONE

Il 40% dei dirigenti donna, il 100% di rientro dalla maternità con un tasso di abbandono nullo, il 42% delle promozioni nell'ultimo anno andate proprio a mamme rientrate dal congedo di maternità. Sono i numeri della gender equality di Danone Italia, che ha il 52% dei dipendenti donna sui 600 circa compresi Mellin e Nutricia. Numeri importanti che non si raggiungono dall'oggi al domani: «Siamo partiti nel 2011 con la politica di supporto alla genitorialità quando su questo tema c'era un po' meno attenzione da parte di media e istituzioni» spiega Sonia Malaspina, direttore Hr Sud Europa di Danone, «specie in Mellin, che si occupa di nuove generazioni, era già un dato evidente il calo delle nascite, che poi è continuato e si è acuito negli ultimi anni. Se oggi possiamo dichiarare certi numeri è perché abbiamo fatto un percorso di anni». Prima di tutto Danone ha creato un quadro di regole: «Abbiamo dato un supporto economico e di welfare» evidenzia Malaspina, «per esempio con il raddoppio della maternità facoltativa. Ma anche con quello della paternità retribuita, da 5 a 10 giorni: e oggi il 100% dei nostri papà prende la paternità». Le misure di carattere economico e di welfare sono fondamentali, ma da sole non sono sufficienti per introdurre e affermare in azienda i principi della gender equality: «Sono state adottate anche in altre aziende dove poi non si è visto crescere il numero delle donne dirigenti» osserva il direttore Hr, «perché è necessario anche un approccio di tipo organizzativo e culturale. Lo smart working per esempio è una grandissima leva, ma deve far parte di un percorso in cui maternità e paternità non sono viste come una disgrazia organizzativa, ma al contrario come un valore per l'azienda». Un esempio è proprio quello della paternità retribuita: «Si dice che gli uomini non vogliano accudire i neonati, ma in realtà si vergognano di stare a casa» dice Malaspina, «si deve creare l'ambiente culturale giusto, in Danone se gli uomini prendono la paternità non ridiamo ma siamo contenti, per questo lo fanno tutti». Quando il direttore Hr parla di valore non si riferisce solo a quello, peraltro impagabile, di aiutare una donna e la sua famiglia ad avere figli in modo sereno, ma anche a quello economico per l'azienda: «Gli investimenti ritornano» assicura Malaspina, «perché qualsiasi esperienza di un certo tenore restituisce professionisti migliori e più ingaggiati, che danno beneficio all'azienda. Un punto di assenteismo in più o in meno pesa, e il nostro è bassissimo, sotto l'1%, così come pesa la fidelizzazione delle persone chiave». La forza dei numeri raggiunti ha permesso a Danone di ottenere la certificazione GEEIS (Gender Equality European & Interational Standard), promossa da Arbourus in collaborazione con Bureau Veritas, primo standard europeo per la parità nel luogo di lavoro. Resta un obiettivo da raggiungere: «Abbiamo ancora un pay gap, attualmente in media dell'8%» dichiara il direttore Hr di Danone, «ma per le persone inserite in nuovi ruoli abbiamo adottato la parità: non diamo a una donna il 20% in meno perché farà figli». Il pay gap residuo è un'eredità del passato: «Ci sono ruoli tipicamente maschili quali i venditori» rimarca Malaspina, «un capo area in azienda da 20 anni che copre diverse regioni ha una seniority nel ruolo, e magari una donna pari ruolo da tempi più recenti ha un posizionamento junior. Qui insomma c'è l'impegno a colmare quel gap, che altrimenti rimarrà sempre tale». Danone ha anche aderito alla campagna HeForShe lanciata dall'attrice Emma Watson, declinandola proprio sulle politiche di genitorialità e sostegno alla natalità: «Abbiamo esperienze bellissime di dipendenti che passati i 40 anni hanno trovato il coraggio di pianificare la terza maternità perché, hanno detto, "avevo un'azienda che non mi metteva a rischio"» conclude il direttore Hr Sud Europa di Danone.

ANCHE L'ESPERIENZA GENITORIALE È UN VALORE CHE L'AZIENDA RICONOSCE PERCHÉ RESTITUISCE PROFESSIONISTI MIGLIORI E ANCORA PIÙ INGAGGIATI

Economy
MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

1 febbraio 2019

Addio carriera verticale: ora si lotta nella Jungle Gym

Per Sonia Malaspina, direttore risorse umane per il Sud Europa di Danone, occorre sapersi adattare a contesti e ruoli che cambiano continuamente

SONIA MALASPINA, DIRETTORE HR SUD EUROPA DI DANONE

Carpe diem. Si potrebbe riassumere così la visione del lavoro che i millennials italiani hanno trasmesso a Danone, e che l'azienda ha fatto propria. «Questi ragazzi vogliono un ambiente lavorativo che li soddisfi qui e ora», racconta Sonia Malaspina, direttore Hr Sud Europa di Danone: «Hanno un approccio molto esperienziale, non si proiettano fra cinque anni e neanche fra tre, cercano un ambiente che sia stimolante, giocoso, divertente, dove si faccia squadra perché amano stare in team. E vogliono che lo sia adesso. Il nostro sforzo è quello di adeguare l'ambiente lavorativo per attrarre i migliori di questa generazione».

«I MILLENNIALS HANNO CONTAMINATO POSITIVAMENTE TUTTA DANONE: LI INCORAGGIAMO AD ARRICCHIRSI FUORI, E IN AZIENDA SONO PIÙ PRODUTTIVI»

Negli ultimi tre anni gli ingressi in Danone, Mellin e Nutricia, che contano in totale circa 600 tra dipendenti e collaboratori, sono stati circa un centinaio all'anno. «Non possiamo però proiettare questo dato sul 2019», puntualizza Malaspina, «perché la nostra selezione avviene a posteriori, al servizio dello sviluppo dell'organizzazione aziendale, a seconda del suo dinamismo». Per intercettare i giovani più talentuosi, l'azienda ha una strategia precisa: «Siamo esperti nel proporci al mondo dell'università», spiega il direttore Hr Sud Europa di Danone, «quest'anno abbiamo organizzato 18 eventi ad hoc. Facciamo della diversità e dell'apertura il nostro dna, non cerchiamo solo laureati in economia». La facoltà e la forza del punteggio restano importanti, ma ci sono anche altri elementi che crescono: «Ogni persona è unica e porta valori importanti», mette in evidenza Malaspina, «l'eccellenza accademica è centrale, ma guardiamo anche ad altro: esperienze di volontariato, di vita, all'estero, sport, passioni, anche il desiderio di paternità e maternità». Proprio al tema della genitorialità Danone dimostra di dare molto attenzione: «Il 42% delle promozioni nell'ultimo anno sono andate a mamme rientrate dal congedo di maternità e questo piace molto ai millennials, che apprezzano il bilanciamento tra il lavoro e la vita privata», sottolinea il direttore Hr. Tra le qualità ricercate nei giovani ce ne sono due alle quali Malaspina è particolarmente attenta: «La prima è il coraggio. Se non si rischia non si ottiene niente, bisogna saper rompere gli schemi. La seconda è l'empatia, in un mondo sempre più artificiale e digitale riscontro una grande necessità di comprendere le esigenze del collega, del capo, della persona che gestisci. Queste caratteristiche non si possono tradurre in un algoritmo». Il settore alimentare non è più statico com'era un tempo, anzi: «È diventato super dinamico, attraversato com'è da trend importanti che vediamo tutti giorni, come per esempio il biologico, oltre alla trasformazione digitale... In fondo questa è la sfida più bella, vedere come l'organizzazione va incontro a queste sfide e come imbarca persone che sappiano superarle», mette in evidenza Malaspina. Il coraggio è utile anche per approfittare dell'opportunità di lavorare in altri Paesi: «Selezioniamo i candidati che si adatteranno a quel che chiamiamo *jungle gym*: non c'è più la carriera verticale degli anni Novanta, ma una palestra dinamica che richiede agilità e la capacità di adattarsi rapidamente a contesti e ruoli che cambiano. Nell'ultimo anno abbiamo raddoppiato i movimenti verso l'estero, una nostra caratteristica, visto che siamo presenti in tutto il mondo», spiega Sonia Malaspina.

Le esigenze dei millennials hanno positivamente contaminato tutta l'azienda: «Siamo attenti alle loro esigenze, anche le passioni e gli hobby», aggiunge il direttore Hr Sud Europa di Danone, «Li incoraggiamo ad arricchirsi fuori, così tornano in azienda più produttivi. Questo è un approccio che fa bene a tutte le generazioni, un miglioramento che portiamo a tutta l'organizzazione».

CORRIERE DELLA SERA.it

12 dicembre 2018

Diventare genitori? Come un master (ma i capi non lo sanno)

VITA IN UFFICIO

Migliora la capacità di risolvere problemi, l'empatia, aumenta la capacità di delegare , trasformare gli errori, diminuisce l'egocentrismo. «È una delle esperienze più potenti nell'insegnarci a essere generativi» ma i capi non se ne accorgono

di Corinna De Cesare

«Le vede queste occhiaie? Stanotte sono andato a letto alle due e mezzo ma posso dire con certezza che quello con le mie figlie è il miglior training che abbia mai fatto nell'arco della vita». A parlare è Fabrizio Gavelli, ammininistratore delegato di Mellin che mi riceve in azienda alle 9.30 del mattino in una saletta riunioni di fianco a quella per l'allattamento. La sua azienda, com'è noto, è specializzata nei prodotti e nei servizi per la crescita dei bambini ed è quindi, per natura, attenta a queste tematiche. Ma è un'attenzione che va molto oltre. Fatto cento il totale delle promozioni decise da Danone nel 2017, il 42% ha riguardato mamme di rientro dal congedo di maternità. «Se non discrimini e valuti le persone solo tenendo in considerazione il merito — aggiunge Gavelli — succede questo. Passato il momento iniziale di disorientamento, chi rientra dal congedo sprigiona creatività, ingegno e una carica incredibile». Una questione che non riguarda solo le mamme.

Fare figli equivale in Francia a un master universitario. Proprio così: chi si iscrive al concorso per l'abilitazione all'insegnamento è - per legge - dispensato dal presentare il titolo di studio universitario richiesto a tutti i candidati se può dimostrare di aver cresciuto almeno tre figli. La norma che equipara le doti di genitore a quelle di educatore professionista risale agli anni 80, fu introdotta dal governo presieduto da Raymond Barre (presidente della Repubblica Valery Giscard d'Estaing) nel 1981 con una legge che concedeva i "gradi" soltanto alle mamme. Poi, nel 2007, le stesse abilità pedagogiche sono state assegnate ai padri che hanno dovuto aspettare una modifica della legge nel 2007.

«Quando arriva un bambino in casa, entra insieme a lui una scuola di management». A dirlo è Riccarda Zezza, imprenditrice, ex manager che dopo venti anni passati a lavorare in grandi aziende in Italia e all'estero, ha mollato tutto e si è concetrata su un unico obiettivo: convincere i datori di lavoro a smettere di considerare i neogenitori (e la maternità) come un peso. «Quando mia figlia aveva due anni — racconta — stavo facendo una business school che mi insegnava a gestire le crisi attraverso un flight simulator. Eppure continuavo a pensare che io le crisi, con mia figlia, le gestivo tutti i giorni. Miglior pratica di quella non c'era». È nato così Maam, «maternity as a master», un programma che trasforma le preziose esperienze dei genitori in un vero e proprio master adottato ormai in Italia da oltre 40 aziende e colossi come Barilla, Poste italiane, Coca Cola e Danone appunto (che include anche Mellin). Un programma di successo che Zezza ha portato di recente in trasferta anche Giappone dove la natalità è ai minimi storici e il 60% delle donne non torna a lavorare dopo la maternità. Il programma è diventato anche un libro («Maam, la maternità è un master», Bur Rizzoli, 2016) che cita studi e analisi da cui emerge la rivoluzione positiva scaturita dall'esperienza di diventare genitori. «Una ristrutturazione del sè in cui si ha più senso di responsabilità, si diventa veloci, intuitivi». Anche sul lavoro dove migliora la capacità di risolvere problemi, l'empatia, aumenta la capacità di delegare , trasformare gli errori, diminuisce l'egocentrismo. «È una delle esperienze più potenti nell'insegnarci a essere generativi» spiega il

CORRIERE DELLA SERA.it

12 dicembre 2018

libro. Ma spesso i capi non se ne accorgono.

«Mentre il tempo libero dedicato ad un master è incoraggiato e persino sostenuto finanziariamente dalle aziende — spiega nel suo ufficio in zona Porta Romana, a Milano Riccarda Zezza — il tempo libero per il congedo di maternità è visto negativamente. Quando i dirigenti ritornano dal programma di un Master, tendono ad essere trattati con maggiore rispetto, coinvolti nel processo decisionale e nella pianificazione strategica e sono spesso promossi a ruoli più alti. Al contrario, quando le donne si assentano dal lavoro per un periodo di tempo altrettanto lungo (congedo di maternità), sono considerate distratte, meno impegnate e spesso relegate a reparti più semplici e più "femminili", come risorse umane o amministrazione». Succede ovunque, in ogni settore. E mentre Zezza lo spiega mi viene in mente una collega, giornalista anche lei, che appena tornata al lavoro di rientro dalla maternità veniva esclusa a priori da riunioni e trasferte. Senza che lei lo avesse chiesto. «Maam», il programma formativo di Zezza, è rivolto ai genitori con figli da zero a 3 anni che prendono consapevolezza delle loro nuove competenze : relazionali, organizzative, d'innovazione ed è in fase pilota in 23 nazioni e 218 città tra USA, Europa, Sud-Est Asiatico e Australia. Ma forse, suggerisco, dovrebbe esserci una versione anche per i capi e i manager che non si chiamano Fabrizio Gavelli. L'ad di Mellin, insieme a Sonia Malaspina (responsabile delle Risorse Umane) ha implementato una vera e propria «Parental Policy» che in pochi anni ha fatto crescere in azienda il tasso di natalità del 7,5%, contro un -3% a livello nazionale. «L'Italia avrebbe bisogno di un'inversione di tendenza su questo — aggiunge Gavelli —, ma oltre all'impegno delle aziende nel cambiare la cultura e la percezione su questi temi, è necessario un coinvolgimento delle istituzioni». Per questo, forse, occorrerà molto più tempo.

12 dicembre 2018 (modifica il 12 dicembre 2018 | 12:39) © RIPRODUZIONE RISERVATA

GRAZIA

8 novembre 2018

IL BELLO di essere LAVORATORI AGILI

MEZZO MILIONE DI ITALIANI HA SPERIMENTATO LO "SMART WORKING", LA POSSIBILITÀ DI LAVORARE SENZA DOVER TIMBRARE IL CARTELLINO IN UFFICIO. MA QUESTA SOLUZIONE CONCILIA DAVVERO LE ESIGENZE DELLE AZIENDE CON QUELLE DEI LORO COLLABORATORI? *GRAZIA* HA INDAGATO DI *Lucia Valerio*

In Italia gli "smart workers" sono 480 mila, e sono cresciuti del 20 per cento rispetto al 2017.

Più autonomia. Ma anche più responsabilizzazione. Sono queste le due parole chiave dello "smart working", letteralmente, "il lavoro agile", metaforicamente, quello del futuro, senza uffici, cartellini da timbrare, lunghi tragitti in auto o in autobus. Ma così riusciremo a bilanciare meglio vita personale e professionale, carriera e famiglia?

Lo "smart working" è la possibilità di svolgere la propria occupazione dipendente fuori dall'ufficio con orari, luoghi, obiettivi concordati con l'azienda, senza modificare il proprio stipendio. È una modalità già ampiamente estesa in Nord Europa e negli Stati Uniti, che inizia a diffondersi anche in Italia grazie alla legge 81 entrata in vigore il 14 giugno 2017. «Lo "smart working" è un ottimo affare per imprese e lavoratori perché migliora le performance di entrambi», dice a *Grazia* Mariano Corso, responsabile scientifico dell'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico di Milano, che dal 2012 studia lo sviluppo di modelli lavorativi flessibili. «I benefici per le imprese consistono nella riduzione dei costi degli spazi e dei pagamenti delle trasferte, con risparmi che vanno dal 30 al 50 per cento sulle spese degli immobili. In termini di produttività, poi, vale questa regola: se lavori meglio, ottienie un 15 per cento in più. Mentre i dipendenti hanno l'opportunità di trovare un equilibrio migliore tra lavoro e vita privata. Anche se bisogna verificare che non si subiscano discriminazioni nella possibilità di fare carriera», precisa Corso.

Oggi gli smart workers in Italia sono 480 mila, in aumento del 20 per cento rispetto al 2017. Sono prevalentemente uomini (76 per cento), tra 38 e 58 anni e

GRAZIA

8 novembre 2018

lavorano nel nord Italia. Si va dal personale amministrativo ai manager e dirigenti, dagli addetti alla contabilità e alla comunicazione, dai commerciali a chi svolge lavori di rappresentanza. **La maggior parte è soddisfatta perché evita lo stress del trasferimento casa-ufficio, aumenta la propria efficienza, la motivazione professionale e sente di fare bene all'ambiente poiché non usa l'auto.** Però non è tutto così semplice. «Tra le maggiori criticità ci sono il cambiamento nel rapporto tra capo e lavoratore, la modalità di valutazione del lavoro, la capacità di pianificare, il sapersi misurare con gli obiettivi», precisa Corso. Tra le questioni ancora da risolvere c'è anche come scollegarsi dai dispositivi aziendali, telefoni e tablet, e il rispetto delle pause. «Non sarà facile», spiega il sociologo Davide Bennato, dell'Università di Catania dove insegna Sociologia dei media digitali. «Le tecnologie hanno rotto le barriere tra tempo del lavoro e tempo libero e se ti viene un'idea alle due di notte che cosa fai?», continua il sociologo, «Non siamo pronti a mettere paletti tra quando siamo persone e quando lavoratori».

Che si tratti di un cambiamento culturale è convinta Daniela Pirro, direttrice delle Risorse Umane del marchio di prodotti di bellezza Estée Lauder, dove attualmente gli smart workers sono 59. «Siamo partiti in luglio con una fase pilota, durata fino a fine ottobre, con accordi individuali e adesione volontaria. Una a giornata alla settimana in modalità "smart working", da concordare con il proprio responsabile. Unica regola, lavorare otto ore, per chi ha un contratto a tempo pieno, tra le 7 e le 21, da casa o da postazioni di co-working, con portatili e smartphone forniti da noi. Abbiamo fatto corsi di formazione per favorire l'organizzazione del lavoro, puntando su obiettivi e risultati». A fine sperimentazione la modalità è stata accolta con grande favore da tutti, non solo dai più giovani: chi armonizza meglio la propria vita con quella dell'ufficio è molto più concentrato e di conseguenza produttivo. «Posso dire che è stato un successo. Adesso pensiamo che diventerà una modalità definitiva», conclude Pirro.

Anche la maison Louis Vuitton Italia sottolinea quanto bilanciare vita e carriera aumenti la soddisfazione dei dipendenti. «Abbiamo iniziato a sperimentare lo "smart working" prima dell'estate, per tre mesi, e il successo è stato tale che da settembre è diventato definitivo. Hanno aderito tutti i dipendenti che lavorano nella sede centrale a Milano, circa 40, tra impiegati e manager. E anche chi temeva la mancanza di controllo si è dovuto ricredere. Ogni lavoratore ha un portatile e un cellulare aziendale ed è tutelato sul fronte della sicurezza e può lavorare fuori dall'ufficio un giorno a settimana, accordandosi con il manager di riferimento. Il luogo può essere casa propria, un hotel, un coworking o un altro ufficio. È però indispensabile che ci sia una connessione wifi, una linea telefonica e la reperibilità in alcune fasce orarie, magari dalle 9 alle 13, dalle 14 alle 18», dicono dall'azienda.

Lo smart working sta anche aiutando molte donne a non interrompere la propria carriera durante la gravidanza e quando arrivano i figli. Lo spiega a *Grazia* Sonia Malaspina, responsabile risorse umane del marchio per la nutrizione infantile Mellin Italia. «Quando sono arrivata in azienda mia figlia aveva 4 anni e ho sperimentato le difficoltà di conciliare famiglia e lavoro. La maternità non poteva più essere vissuta come un'esperienza drammatica per la mamma e una sciagura per l'azienda. Sono partita da qui. Abbiamo riorganizzando il lavoro per obiettivi, dato alle mamme smartphone e computer portatili, organizzato riunioni in videoconferenza e incontri periodici. Nessuna carriera si è più interrotta».

È questo il futuro? Le aziende dovranno essere in grado di gestire il lavoro senza costringere le persone in ufficio e nella catena delle otto ore? «Da giuslavorista dico di sì anche perché vedo solo pro», dice Luca Failla, dello studio legale LabLaw. «E lo conferma il fatto che i dipendenti chiedano di lavorare in smart working più giorni alla settimana. La maggior parte dei responsabili delle risorse umane che incontro vorrebbe estenderlo, mentre molti manager, per difficoltà a modificare l'organizzazione di lavoro, non sono così favorevoli. È fondamentale un passaggio culturale che abbandoni del tutto l'idea di controllare il lavoro attraverso le timbrature del cartellino a favore di un modello centrato su obiettivi e risultati». Prima o poi accadrà anche da noi, è solo questione di tempo. ■

E IO MI METTO IN PROPRIO A CASA MIA

Stefania Gorgoglione, 44 anni, è la mente di "Biscotti e parole", un laboratorio artigianale, che le dà la possibilità di fare la mamma di Alice, 8 anni, e lavorare in casa. Realizza biscotti personalizzati, ma si occupa di tutto, dalla spesa al confezionamento, dai preventivi all'aggiornamento del sito. È una delle tante donne che hanno trasformato in maniera "smart" la loro carriera. Lo fa con l'home working, il lavoro da casa. Quella di Stefania è un'impresa alimentare domestica, dette "Iad" (*facebook.com/iaditalia/*), che permette di gestire un lavoro autonomo con un investimento contenuto. C'è chi fa cake design, chi pasticceria dolce e salata, chi pane, chi confetture. Ma non è l'unico ambito: da casa, lavorano insegnanti online, esperti in decorazioni per feste e matrimoni personalizzate, "web search evaluator", cioè chi valuta la qualità dei contenuti web.

VANITY FAIR.it

5 novembre 2018

Maternità e lavoro: perché è così difficile trovare un equilibrio?

Sempre meno figli e sempre più tardi. Perché succede? Di solito la risposta è la stessa per tutti: «Non è cosa immediata trovare un buon lavoro con cui riuscire a mantenere se stesse e un figlio». E così il tempo scappa. «Con costi sociali ed economici sempre più evidenti», sottolineano dalla Fondazione Cure Onlus , che da da anni opera per la promozione del benessere delle nuove generazioni e delle donne in gravidanza. «Siamo convinti della necessità e della possibilità di invertire tale trend, anche grazie al ruolo attivo delle aziende».

Perché, nonostante il fenomeno dell'immigrazione il saldo demografico naturale continua a essere negativo: in Italia muoiono più persone di quelle che nascono. L'Istat nel 2017 ha rilevato un minimo storico con una diminuzione di popolazione pari a 183.000 persone. Il nostro diventa un Paese di e per vecchi: al 1° gennaio 2018 l'età media è di 45 anni con gli over 65 (22,6% della popolazione) che sono quasi il doppio degli under 15 (13,4%).

«La scarsa natalità e riduzione della fertilità», spiega Sabino Maria Frassà, vice presidente Fondazione Cure Onlus e direttore Think Tank Ama Nutri Cresci , «sono la conseguenze di un mix di concause sociali, culturali, ma anche e innegabilmente economiche:

dalla precarietà del lavoro alla disparità di genere, all'impoverimento dei nuclei familiari . Del resto, non si può e non si deve continuare a cedere alla tentazione – tipicamente italiana – dello scaricabarile: lo Stato siamo "noi" ed è oggi più che mai importante che il settore privato e le imprese assumano maggiori responsabilità e un ruolo pro-attivo anche a livello sociale. Al di là degli innegabili costi diretti e indiretti che la gravidanza e la genitorialità comportano per le aziende, il personale e il capitale umano in un sistema economico maturo rappresentano il cuore e la potenza di ogni azienda, non la zavorra. Se tale idea non viene pienamente interiorizzata, il sistema Italia faticherà a vincere la competizione globale: si ricordi infatti che non solo le persone invecchiano di più, ma che dovranno lavorare più a lungo, riqualificandosi in modo continuo al fine di garantire il necessario apporto di competenze nel mondo del lavoro. Come si può concretizzare tutto ciò, se il mondo delle imprese e lo Stato non investono in uno dei momenti più delicati e importanti della sfera personale dell'individuo, quale è la "genitorialità"?».

Per fortuna, però, complice anche la lenta ma progressiva crescita di forme alternative e flessibili di lavoro (dipendente e non), qualcosa comincia a muoversi: «In tale contesto il ruolo del terzo settore (non-profit) è cruciale», continua Sabino Maria Frassà, «allorché può e deve riuscire a inserirsi ed essere promotore di una sostanziale collaborazione pubblico-privato – la cosiddetta P.P.P. provate public partnership – che espleti e dispieghi nel migliore dei modi la responsabilità sociale di tutti gli attori».

Ed è proprio per creare questo link, per vedere che cosa sta facendo chi, che è stato organizzato (Diventare) Mamma a Lavoro , un grande convegno organizzato nell'Aula Magna Clinica Mangiagalli di Milano, che avanza qualche speranza e mette in luce le buone pratiche: «Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio Territoriale sul welfare aziendale, attivato da Confindustria Bergamo nel 2018, più del 25% delle iniziative di welfare introdotte dalle imprese sono attinenti a tematiche di conciliazione vita lavoro : concessione di permessi aggiuntivi, disponibilità al part-time, orari elastici etc.. Si evince quindi una crescente propensione a creare sistemi che favoriscano e tutelino le esigenze familiari, con particolare attenzione alle necessità delle lavoratrici madri», assicura Stefano Malandrini, responsabile Area Lavoro e Previdenza di

VANITY FAIR.it

5 novembre 2018

Confindustria Bergamo , «Ma alcune problematiche oggettive derivano però dal quadro normativo vigente, così come ridefinito dal Jobs Act. Sembra mancare, in particolare nella disciplina dei cosiddetti “congedi di maternità e parentali”, un coordinamento tra esigenze della lavoratrice ed esigenze dell’azienda nella programmazione e fruizione degli istituti di tutela della maternità. Le assenze dal lavoro non adeguatamente governate rischiano talora di indurre complessità organizzative e gestionali ed incrementi incontrollati di costo del lavoro. Sarebbe probabilmente utile, per una maggiore integrazione dei periodi di maternità nelle dinamiche aziendali e per favorire quindi l’occupazione e la crescita professionale femminile, qualche forma più incisiva di contemperamento».

Un’indagine di Astra Ricerche per Manageritalia (realizzata intervistando 636 manager italiani) mostra chiaramente la necessità di un cambiamento di mentalità da parte dei vari attori coinvolti a favore di una maternità più serena per la donna e con impatto non negativo (o persino positivo) sull’azienda.

«Il cambio di mentalità, però», precisa Cosimo Finzi, ceo Astra Ricerche in rappresentanza di Manageritalia , «deve partire dai responsabili aziendali delle donne ma passa anche per i colleghi. Non solo: anche le donne devono smettere di percepire la maternità come un problema per l’azienda . La parola-chiave è “organizzazione”: prima del parto (sfruttando il tempo per un riallineamento del team), dopo il parto (mantenendo un canale di comunicazione con la donna), al rientro della donna in azienda (con attività di conciliazione vita-lavoro). Non solo “sostituzioni i maternità” ma vera gestione del team di lavoro».

Esistono però casi virtuosi, aziende che sono riuscite a valorizzare la genitorialità. Una per tutte la Mellin, che forse per interesse (occupandosi di prodotti per bebè), ha comunque attuato una serie di iniziative esemplari: «Già nel 2011 abbiamo avviato un programma molto articolato che decise di ascoltare le mamme e di aprire un canale di comunicazione prima, durante e dopo la maternità per facilitare il rientro lavorativo », spiega Fabrizio Gavelli, amministratore delegato di Mellin e di Danone Early Life Nutrition South East Europe , «E così abbiamo deciso di integrare il contributo economico durante il periodo di maternità facoltativa dal 30% stabilito per legge al 60%, di supportare i papà non con i 4 giorni stabiliti per legge ma con 10 giorni di paternità retribuita; di anticipare o posticipare l’entrata uscita del lavoro in occasione dell’entrata dei bimbi al nido o alla scuola materna; di creare un supporto psicologico per i genitori; di creare corsi di educazione nutrizionale per mamme e bambini prima e dopo la nascita; di sostenere le famiglie attraverso un supporto anche di natura economica per la cura, la crescita e la formazione dei proprio figli. Oltre a ciò abbiamo creato in azienda una stanza completamente dedicata all’allattamento materno e abbiamo proposto uno speci fico programma di smart working che consente il lavoro da casa in alcuni giorni della settimana. I risultati non sono mancati, in netto contrasto con il calo demogra fico italiano, il nostro tasso di natalita’ interno ha un +7,5% contro il -3% nazionale. Inoltre il tasso delle donne manager e’ passato dal 40% al 45%, con il 100%delle mamme rientrate dal congedo di maternita’ e con il 42% di donne promosse. Altro risultato di cui siamo particolarmente orgogliosi e’ un tasso di allattamento al seno dell’86% contro il 74%nazionale. Spesso ci dimentichiamo che le aziende sono fatte da persone e sono le persone che determinano quello che le aziende fanno e quello in cui le aziende credono. Le strategie aziendali, i piani di comunicazione, le allocazioni degli investimenti sono decisi da persone, da manager che prima di qualificarsi come tali sono persone, a volte mamme e papà». (Nella foto, una scena tratta dal film «Che cosa aspettarsi quando si aspetta»).

L'articolo proviene da VanityFair.it .

CORRIERE DELLA SERA.it

27 settembre 2018

Danone Company presenta il programma per la maternità

Danone Company presenta al Ministro della famiglia e della disabilità, Lorenzo Fontana, la propria «parental policy», il programma per sostenere e valorizzare la maternità. Il progetto, illustrato dal management di Danone, Mellin e Nutricia (le 3 aziende di Danone Company in Italia) presenta numeri importanti: un tasso di natalità interno del +7,5% (contro il -3% del dato nazionale); crescita del tasso di donne manager passato dal 40% al 45% in sei anni (con il 42% delle mamme promosse a ruolo dirigenziale o quadro successivamente al ritorno dal congedo per maternità); raddoppio dei giorni di paternità dal 2011 a oggi (con il 100% dei papà che usufruisce dei giorni di paternità). «Come è noto, il problema della crescita demografica riveste un'importanza cruciale per il sistema paese - afferma Fabrizio Gavelli, amministratore delegato di Mellin, azienda di Danone Company in Italia - Lavoriamo da anni allo sviluppo di politiche a favore della genitorialità promuovendo una politica di welfare avanzato che favorisca i genitori, e le madri in particolare , anche attraverso supporti di natura economica per la cura, la crescita e la formazione dei figli. Siamo molto lieti di aver potuto accogliere le Istituzioni oggi e di aver avuto modo di illustrare un progetto che riveste un ruolo fondamentale per il successo stesso della nostra azienda». Il punto di partenza per lo sviluppo del programma Danone a supporto delle famiglie, va ricercato nella convinzione che la maternità sia portatrice di una carica positiva capace di alimentare l'energia, la creatività, le capacità empatiche e organizzative delle mamme e, di conseguenza, diventare un valore sul quale far leva anche per lo sviluppo dell'azienda. Dal quest'anno, infine, Mellin, Danone e Nutricia, le tre aziende di Danone in Italia, aderiscono al programma Maam – «Maternity as a Master» per mamme e papà; uno strumento di formazione con il quale le aziende che ne fanno parte si propongono di diffondere nel mondo del lavoro la maternità come valore positivo, anche per la crescita dell'azienda.