

Primo passo del percorso decennale: un network femminile aziendale

Profumo. La banca e il «fattore D»

L'amministratore delegato di UniCredit lancia un piano per assegnare alle manager la metà dei posti di vertice

Alessandro Profumo ha sempre sostenuto che «le donne devono giocare un ruolo più forte in tutte le parti della vita pubblica italiana».

Ora ha deciso di impegnare con forza UniCredit in questa direzione perché ritiene che una presenza maggiore di donne nelle posizioni di vertice aumenterà la competitività del gruppo. La strada non sarà l'introduzione di quote, cui la banca è contraria perché in contrasto con la cultura del merito, ma un programma per far emergere il talento femminile con l'obiettivo di arrivare ad avere, nel giro dei prossimi dieci anni, un top management composto alla pari da uomini e donne.

Il progetto è stato illustrato nelle scorse settimane dallo stesso Profumo ai 100 principali manager della banca, riuniti a Torino per discutere le strategie dell'istituto. Un incontro tutto centrato su come far crescere le professionalità femminili.

«Non trattiamo questo tema perché è politicamente corretto - ha detto l'amministratore delegato di UniCredit. Parliamo della diversity in quanto è nel nostro interesse. Dobbiamo utilizzare il programma "Gender Diversity" di UniCredit come catalizzatore di un cambiamento culturale».

Responsabile del programma Monica Poggio, 42 anni, un figlio, in UniCredit dallo scorso anno come responsabile dell'executive development dopo una carriera spesa in multinazionali del settore farmaceutico e metalmeccanico. Il primo passo sarà la creazione di un network-donne UniCredit, che sarà costituito in ottobre per diventare operativo entro fine anno.

«Un gruppo internazionale come il nostro, presente in 22 Paesi con proprie banche locali spiega Rino Piazzolla, a capo delle risorse umane di UniCredit Group deve creare un sistema di valori e di leadership che ha al centro la capacità di riconoscere la diversità come un valore. Noi già oggi abbiamo molte donne in posizioni importanti - continua - ma ci siamo accorti che non c'era una focalizzazione sul far crescere in modo strutturato: una pipeline di donne leader. E, infatti, a fronte di una presenza femminile di partenza pari al 57% del totale dei nostri dipendenti abbiamo un 8% di donne nel top management.

Così abbiamo iniziato un percorso di analisi per capire le dimensioni del fenomeno, perché le donne manager si dimettono e quali stereotipi continuano a sussistere anche nel nostro gruppo.

Alla fine abbiamo scelto non di fare delle quote, che sarebbero in contrasto con la nostra cultura fortemente orientata al merito, ma di attuare meccanismi che favoriscano la crescita professionale delle donne. Ci siamo dati un obiettivo decennale:

arrivare nel 2018 ad avere al vertice la stessa rappresentanza sociale tra uomini e donne che abbiamo nel gruppo. Misureremo anche i capi sulla loro capacità di generare leadership femminile e multiculturale».

«Ci sono ormai molti studi che spiegano, perché è importante valorizzare il talento femminile - dice Monica Poggio - In preparazione dell'incontro di Torino, che è la sessione in cui normalmente vengono discussi i temi strategici del gruppo e che questa volta è stata dedicata alla diversità di genere, abbiamo fornito ai partecipanti diversi articoli e analisi

che dimostrano che valorizzare il talento femminile è una questione di business, non una questione ideologica. Affrontare il genere - continua Poggio – è un volano positivo in termini di cultura».

Dalle discussioni con le manager del gruppo sono emerse soprattutto due cose. La prima è «la necessità di ridefinire il modello di leadership - dice Piazzolla Le donne, per esempio, non fanno autopromozione e, dunque, è necessario discutere dei Comportamenti premianti per la leadership».

La seconda è la visibilità.

Come si vede nel grafico, il gruppo ha una fortissima presenza di donne soprattutto nell'Europa dell'Est. Attualmente, sono dieci le manager di maggior spicco di UniCredit (grafico in pagina), di cui due – Maurizia Angelo Comneno e Marina Natale - fanno parte del comitato di direzione. Quasi tutti i consigli di amministrazione delle principali banche del gruppo vedono una presenza femminile, a partire da quello di gruppo (Marianna Li Calzi) e dai recenti nuovi ingressi nel CdA del Banco di Sicilia (Maria Luisa Averna e Josè Rallo). Due donne anche nel supervisory board di Hvb (Mensch Beate e Streif Jutta) e una in quello di Bank Austria (Karin Wisak-Gradinger).

Secondo i dati della presidenza del Consiglio dei ministri, nelle banche, su un campione di 133 istituti di credito, il 72,2% dei consigli di amministrazione non contava, nel 2006, neanche una donna tra i loro componenti.

E anche se le donne rappresentano ormai il 40% dei dipendenti, solo, lo 0,36% delle donne ha la qualifica di dirigente contro il

3,11% degli uomini. Diverse indagini hanno però dimostrato che società con un maggior numero di donne in CdA presentano tassi di redditività maggiore delle altre.