



**IL NOSTRO IMPEGNO
PER CONTRASTARE
(E CONTESTARE)
IL GENDER GAP!**



INDICE

Prefazione	3
I numeri di un evento tutto al femminile	4
Il coraggio di essere... WoW!	5
La competitività nel futuro del lavoro	6
La valorizzazione di sé: il personal branding come motore delle carriere	7
Invertire la rotta: donne e STEM, una strada possibile	8
Leading women: la sfida dell'impresa	9
Inclusive leaders: il potere della D&I	10
Postfazione	11



a cura di **Elisa Serafini**,
Moderatrice degli eventi
Phyd - WoW



If you are not sitting at the table, you are on the menu.

È un detto che si sente, spesso, nei contesti politici. In poche parole, il messaggio è che per contare, per farsi sentire, per influenzare un qualunque processo di cambiamento, bisogna essere presenti: discutere, confrontarsi.

Women on Wednesday è stato ed è tutto questo: un'occasione per portare al tavolo persone e proposte in grado di influenzare il dibattito sull'empowerment femminile, troppo spesso ancora considerato "di nicchia". Proposte per valorizzare il potenziale delle donne nel mondo del lavoro, della politica e delle educazioni ce ne sono. Vengono da tutto il mondo: dagli sgravi per le mamme che vogliono frequentare un master, agli interventi di welfare aziendale, fino all'educazione ai ruoli dei bambini e delle bambine.

Women on Wednesday ha portato esperienze professionali e di vita reale di professioniste di tutti i campi: dallo spazio, alla musica, all'università, alla politica.

Ispirare un cambiamento è possibile, quando al tavolo sono sedute figure in grado di incentivare rivoluzioni, piccole, grandi, silenziose, rumorose. Con Phyd il futuro del lavoro non è solo negli schermi di un computer, ma nelle voci di queste persone.

I NUMERI DI UN EVENTO TUTTO AL FEMMINILE



Sono state 20 le voci che, nel corso di 6 serate, ci hanno raccontato le loro storie e il loro impegno per un mondo che possa permettere alle donne di avere quello spazio e quelle opportunità che, troppo spesso, ancora non hanno.

6

Eventi realizzati

18

Post social pubblicati

20

Speaker coinvolti

500+

Presenze totali

600+

Minuti di streaming
trasmessi

1000+

Interazioni social

50+

Ore di produzione
totali

20+

Ore di call

12 gennaio 2022

IL CORAGGIO DI ESSERE... WoW!



MONICA MAGRI

HR & Organization Director **The Adecco Group Italia**



MARTINA ROGATO

Consulente sostenibilità e attivista al G20 per i diritti delle donne



GAIA ROMANI

Assessora ai Servizi civici, Partecipazione e Trasparenza,
Politiche del decentramento del **Comune di Milano**



ILARIA CINELLI

Space Healthcare and Business Developer di **AIKO Srl**

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

I dati per descrivere fenomeni specifici, delle azioni immediatamente applicabili per concretizzare il cambiamento, delle voci originali per avere punti di vista nuovi con i quali guardare il mondo.

Sono queste le caratteristiche di Wow - Women on Wednesday, il format con il quale Phyd ha voluto parlare, nel 2022, di donne e lavoro. L'obiettivo voleva essere quello di offrire un contributo reale per un confronto che deve necessariamente generare effetti tangibili, specie nel mondo del lavoro. Perché, sul fronte della parità di genere, c'è ancora tanto da fare!

Monica Magri:

“L’empowerment è un processo trasformativo di carattere progressivo, capace di generare un impatto sul singolo individuo e anche sulla comunità all’interno della quale esso è inserito”.

Gaia Romani:

“Oggi le donne iniziano a essere sempre di più, ovunque: in politica, in azienda, nel mondo del lavoro. Tuttavia, non siamo ancora ai vertici. Ecco perché dobbiamo investire sull’empowerment, ossia quella consapevolezza e quel coraggio di capire che la nostra diversità è un valore da affermare”.

Martina Rogato:

“Le soft skills sono un asset decisivo per favorire l’empowerment, per questo è necessario investire su di esse”.

Ilaria Cinelli:

“Anche il mentoring è uno strumento potentissimo, che va incentivato e sostenuto”.

09 febbraio 2022

LA COMPETITIVITÀ NEL FUTURO DEL LAVORO



CATHY LA TORRE

Avvocata, Consulente e Data Protection Officer.
Founder e Ceo di **WildSide**. Esperta in Diritti Fondamentali, Diritto Antidiscriminatorio, Privacy, diritto delle nuove tecnologie



MARIANNA POLETTI

Founder e CEO di **Just Knock** - Docente al **Sole240re** e **Bicocca**



VIRGINIA STAGNI

Head Of Business Development di **FT Talent Director** - Autrice di **“Dreamers who do”**

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

Sapete quante aziende sono guidate da una donna (nel ruolo di Ceo)? Appena il 3%. Mentre l'Italia sale dal 44° al 30° posto nel mondo per competitività, migliorando su molti fronti – dalla libertà di stampa alle infrastrutture - la questione di genere resta ancora un nervo scoperto. Siamo ultimi in classifica. E altrettanto evidente è il gap nell'occupazione: le donne scontano ben 19 punti di divario nel tasso di partecipazione al lavoro rispetto agli uomini. Eppure, un maggior numero di donne occupate potrebbe dare una spinta decisiva alla ripresa.

3%: L'INCIDENZA DI AZIENDE CON UNA DONNA CEO, COSÌ COME MISURATO DAL GENDER DIVERSITY INDEX.

Cathy La Torre:

“La diversità e le diversità sono una risorsa cruciale per ogni organizzazione e su questo fronte sono ancora molti gli sforzi che devono essere fatti per valorizzarle”.

Virginia Stagni:

“Le aziende hanno il dovere di favorire l'intrapreneurship, ovvero l'imprenditorialità interna, per alimentare l'innovazione e quella molteplicità di sensibilità che sono ormai necessarie, a tutti i livelli”.

Marianna Poletti:

“Non solo competenze ma anche, e soprattutto, attitudini. Ecco dove imprese e persone devono investire: sulle loro attitudini, di fronte a un mondo del lavoro sempre più veloce e imprevedibile”.

09 marzo 2022

LA VALORIZZAZIONE DI SÉ: IL PERSONAL BRANDING COME MOTORE DELLE CARRIERE



FRANCESCA DEVESCOVI
CEO di **DigitAlly**



BENEDETTA TORNESI
Founder & CEO **GRLS**



FEDERICA MUTTI
Content creator

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

Quanti sono i recruiter che usano i social media per le attività di recruiting?
Il 70%!

Canali come LinkedIn, Twitter e Instagram, stanno diventando sempre più importanti per lo sviluppo delle carriere. Utilizzarli in maniera professionale è uno dei modi attraverso i quali possiamo sviluppare una strategia di personal branding efficace.

Ma cosa significa lavorare sul proprio brand? E in che modo le candidate donne possono valorizzare attitudini e talenti, superando condizionamenti e auto-condizionamenti di genere? La sfida del lavoro, soprattutto per la generazione dei più giovani, parte (anche) dai social!

70%: TANTI SONO I RECRUITER CHE USANO I SOCIAL MEDIA PER IL RECRUITING

Francesca Devescovi:

“È fondamentale essere autentici e far emergere la capacità di migliorare e mettersi in discussione”.

Benedetta Tornesi:

“C’è un problema di confidence gap, ossia della fiducia con la quale tante, troppe donne percepiscono se stesse e le loro capacità, sottostimandosi rispetto agli uomini”.

Federica Mutti:

“Il personal branding, prima di tutto, è una presa di coscienza rispetto a chi siamo e a dove vogliamo arrivare”.

13 aprile 2022

INVERTIRE LA ROTTA: DONNE E STEM, UNA STRADA POSSIBILE



BARBARA SALA
ceo di **Delcon**



SILVIA FANZECCO
Community & Communication Manager **SheTech**



CHIARA TROMBETTA
Direttore Progetti Editoriali e Eventi **Startupitalia**

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

Quante ragazze nel 2021 si sono iscritte a un corso di laurea STEM? Il 22%. È un dato positivo? Sì e no, al tempo stesso.

Sì, perché è un dato in aumento rispetto agli anni precedenti; no, perché resta ancora un valore basso, almeno rispetto a molti altri paesi europei. Come abbattere la convinzione che il mondo scientifico e tecnologico sia appannaggio prevalentemente maschile? Come favorire una maggiore inclusione delle donne e come stimolare le ragazze a non auto-limitare i loro talenti?

22%: LA QUOTA DI RAGAZZE ISCRITTE A UN CORSO DI LAUREA STEM SUL TOTALE DEGLI ISCRITTI.

Barbara Sala:

“Il tema è fortemente influenzato da dinamiche di mercato, che si sommano ai bias culturali”.

Silvia Fanzecco:

“L’inversione culturale di cui abbiamo bisogno per favorire l’accesso delle donne alle discipline STEM deve riguardare il mondo della formazione ma anche quello dell’impresa”.

Chiara Trombetta:

“Se ci fosse un pieno accesso al lavoro per le donne, il sistema-Paese recupererebbe 88 miliardi di euro di Pil”.

11 maggio 2022

LEADING WOMEN: LA SFIDA DELL'IMPRESA



GIADA ZANG

CEO e Co-Founder di **Mulan Group**



IRENE FACHERIS

Formatrice e attivista femminista



CAROLINA SANSONI

CEO & Founder di **Talkin Pills**

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

La pandemia ha colpito di più l'occupazione maschile o femminile? Tra settembre 2019 e settembre 2021, l'occupazione femminile indipendente è diminuita del 7,8%; quella maschile, del 6.1%. Perché? Mancano role models, formazione adeguata in materia economico-finanziaria, supporti sociali (welfare familiare in primis) e strumenti di potenziamento. Mai come oggi, infatti, il sostegno all'imprenditoria femminile diventa strategico per contribuire a uno sviluppo equo e sostenibile del nostro Paese.

1,3 MILIONI (IL 22% DEL TOTALE): LE IMPRESE GUIDATE DA DONNE IN ITALIA.

Giada Zang:

“Spesso le donne che fanno impresa si ritrovano a essere le uniche donne presenti nelle stanze, fisiche o virtuali, dei meeting. È un problema ma, al tempo stesso, anche un’opportunità, per lasciare un segno”.

Irene Facheris:

“Questo tema riguarda tutti, non solo le donne. Anzi, gli uomini hanno un ruolo centrale per favorire la parità. E poi, è dimostrato che le aziende che hanno al vertice delle donne, performano meglio”.

Carolina Sansoni:

“Troppo spesso le donne non si concedono la possibilità del fallimento, che non è una colpa o una condanna ma, anzi, rappresenta un’opportunità per imparare, crescere e migliorarsi”.

15 giugno 2022

INCLUSIVE LEADERS: IL POTERE DELLA D&I



SHATA DIALLO

Diversity, Equity & Inclusion Consultant di **Mida Spa**



ANITA FALCETTA

Imprenditrice creativa, Unstoppable Women per **StartUpItalia**,
Presidente di **Women Of Change Italia**, co-fondatrice di **Mokamusic**



ALESSIA RUZZEDDU

Head of Training Welfare Diversity & Inclusion Management
presso **Autostrade per l'Italia**, Presidente dell'**Associazione D.o.n.n.a.**

**ISCRIVITI
E RIVEDI L'EVENTO**

Cosa vogliono dire i termini “diversity” e “inclusion”? Ce lo spiega l’attivista americana Vernā Myers: «Diversity è essere invitati a una festa, inclusion è essere invitati a ballare». Per guidare le aziende di domani, un approccio basato sulla collaborazione è tutto. Nessuno può agire da solo, è necessario un contributo plurimo e plurale, capace di ogni categorizzazione di genere. Chiedersi “quale prospettiva manca?” è centrale.

25%: LE AZIENDE CHE GARANTISCONO DIVERSITY E INCLUSION HANNO IL 25% DI PROBABILITÀ IN PIÙ DI OTTENERE RISULTATI MIGLIORI.

Shata Diallo:

“La persona che è in grado di agire in modo inclusivo è colui che è in grado di costruire ponti, valorizzando le unicità”.

Anita Falcetta:

“Leadership inclusiva vuol dire autorevolezza, orizzontalità, sorellanza e collaborazione, in una prospettiva di mentorship reale”.

Alessia Ruzzeddu:

“Oggi dobbiamo anche guardare al ruolo dell’uomo; ad esempio, lo sviluppo di strumenti a supporto della bigenitorialità, come la paternity leave, ha delle ricadute importanti in termini di inclusione”.



a cura di **Shata Diallo**,
Diversity, Equity & Inclusion
Consultant, Mida Spa

UNA NUOVA FRONTIERA: OLTRE I CONFINI (FORZATI) DELL'IDENTITÀ DI GENERE IN AZIENDA

“Quando pensi alla differenza..”

- “penso se ne parli troppo e che ci siano altre priorità”.
- “penso che non se ne parli abbastanza e si debba creare cultura”.

Questa è la domanda di un questionario di ricerca, sulla valorizzazione delle differenze nelle aziende in Italia, che ha trovato il maggior disaccordo.

È uno degli argomenti, in questo 2022 di fuoco, più dibattuti in assoluto dalle aziende.

Trovare il bandolo di questa matassa non è facile: non esistono ricette magiche, rivelazioni apocalittiche o buone pratiche che funzionano ovunque. Esistono però delle buone domande, con l'augurio di riuscire a costruire buone risposte.

LE ORIGINI

A due anni i bambini e le bambine sanno già cosa significhi essere maschi o femmine: quali vestiti indossare, con quali giochi giocare, che linguaggio utilizzare, cosa assolutamente non fare. È proprio a quest'età che si attiva la categorizzazione sociale.

Fino ai due anni (e poi per tutti gli anni a venire) la vita degli esseri umani è un vortice di sfide condensate da parole di supporto ("come sei bella", "sei una brava bambina perché aiuti la mamma", "ti piace il calcio?", "guarda come sei vestito da ometto"), suggerimenti ("i maschietti non piangono", "le femminucce queste cose non le dicono"), azioni inconsapevoli (acquistare per le bambine regali rosa, per i bambini il pallone. Chiedere alle ragazze un aiuto in casa, ai ragazzi un supporto per sollevare le cose pesanti con il papà) o feedback dal contesto (nei negozi colmi di tazzine e ferro da stiro per le bambine, palloni e macchine per i bambini).

Bastano due anni per sviluppare una rappresentazione di sé associata al genere, ma poi c'è tutta una vita per rinforzare questa categorizzazione.

LA CRESCITA

E infatti il racconto non cambia crescendo:

sei una donna? Se scegli di studiare fisica oppure ti appassiona il motorsport ricevi sguardi di stupore e sorpresa. Quando invece sei particolarmente assertiva dimostri poco standing e rispetto. Da te ci si aspetta cura, dedizione, precisione.

Sei un uomo? Le battute sulla tua possibile omosessualità si sprecano. Saper argomentare sul calcio è un'aspettativa dovuta e doverosa. Essere l'uomo di casa e prendersi cura delle donne della famiglia è una norma consolidata. Non mostrare le fragilità una sentenza a vita.

Non ti senti né donna né uomo, oppure tutte e due? Lo spazio per te, diciamocela tutta, non c'è.

Questo avviene perché le aspettative sociali sono racchiuse in un dilemma a due vie: competenze maschili e competenze femminili. E le aspettative su di te continuano a rinforzare sempre di più un'immagine così omogenea da lasciare poco margine al coraggio di farsi delle domande.

Insieme alla sfida di conquista dell'identità individuale ci si mette poi anche la scuola, il lavoro, lo Stato, la comunità.

LA CARRIERA

Ci si mette, poi, soprattutto la carriera. Si tratta di una dimensione che, senza tregua, costruisce aspettative, pretende una cultura dell'identità di genere basata sul binomio uomo/donna e rafforza attese legate a comportamenti, competenze, mindset di genere. Ma, forse, siamo davvero all'inizio di una nuova frontiera: un futuro che ha i colori di una categorizzazione di identità più libera da stereotipi, aspettative e rinforzi di genere. E questa nuova frontiera sorge al confine con buone domande - forse un po' scomode - da farsi senza resistenze.

1. Gender Equity, riguarda solo le donne?

C'è questo strano implicito ricorrente che vede un legame unico e univoco tra gender equity e donne.

Gender equity significa equità di genere e per questo rappresenta un passo avanti in termini di giustizia, meritocrazia e inclusione di tutte le identità (che, per la cronaca, non sono solo due).

Equità di genere significa riscrivere un immaginario culturale che vede un equilibrio nel lavoro retribuito (e in quello non retribuito) all'interno del nucleo familiare. Significa responsabilizzare, nei progetti di gender equity, anche e soprattutto la maggioranza (che al momento è composta prevalentemente da uomini caucasici). Significa ampliare la rappresentazione di genere, oltre l'obsolescenza di sole due prospettive. Significa questo e molto altro ancora.

2. Come fare empowerment di genere senza svalutare le donne?

Un messaggio tuona forte quando un'azienda sviluppa un percorso di empowerment per le donne (molto spesso manager o vicine al livello manageriale): come donna non sei sufficientemente potenziata e quindi dobbiamo portarti al livello degli uomini (che infatti non fanno corsi di empowerment al maschile). Quindi, se avessi ancora qualche dubbio, il problema sei tu che non riesci ad arrivare dove gli uomini arrivano. Devi essere più imprenditrice, più assertiva e molto altro.

Perché sei una donna e perché hai meno carattere dei tuoi colleghi.

La grande domanda è: perché tocca proprio alle donne investire altro tempo, fare questo sforzo in più? Cosa c'entra il corso sull'imprenditorialità (per donne neo manager, in azienda) con le sfide sull'equità di genere nelle multinazionali? Che tipo di messaggio trasmette?

3. Donne in azienda, emancipazione o sviluppo?

Occuparsi di equità di genere in azienda ha le sue peculiarità. Le persone che ne fanno parte hanno un livello di istruzione e di qualità della vita mediamente più alto rispetto al resto della popolazione. I corsi di imprenditorialità femminile hanno un significato condivisibile e profondo quando sono operati da ONG e Associazioni in territori meno sviluppati della media, con tassi di occupazione bassi e una forte cultura del maschilismo e del patriarcato. Che senso ha invece quando si tratta di agire in azienda?

E non solo: le rivoluzioni degli anni '60-'70 ci hanno permesso di traghettare le sfide della cultura del genere da una logica di emancipazione (rendere le donne libere) a sviluppo (dare loro le stesse opportunità di crescita, anche attraverso la costruzione di un nuovo paradigma di identità maschile).

4. Le donne sono tutte uguali?

Quanto è rischioso inserire tutte le donne all'interno di un unico grande cluster!

Ogni donna porta con sé intersezionalità (è madre, figlia, sorella, bianca, nera, diplomata, laureata, religiosa e molto, molto altro).

La logica del gruppo di donne rinforza un immaginario forzato di in-group (di donne) contro l'out-group (di uomini o di tutti gli altri). Ghettizza, forza i confini, costruisce nuovi muri.

LA RINASCITA

A questo punto, però, figli e figlie delle sfide di questo nuovo millennio, abbiamo l'opportunità e il privilegio di veicolare una nuova cultura dell'inclusione di genere: libera dall'assertività maschile e dalla cura femminile, libera dallo spazio che non trova chi lo spazio non ce l'ha, libera dall'ossessione sociale di chiudere testa e cuore in uno stretto dilemma a due vie.

WOW
Women on Wednesday

**PH
YD**

WWW.PHYD.COM