

LA SVOLTA SUL LAVORO

Le quote rosa in ufficio sono un fallimento

Parola di economisti

*Le aziende più solide? Quelle a doppia leadership uomo-donna
Gli esperti: «Ma la rivoluzione la fa il mercato, non l'ideologia»*

Francesca Amé

■ Dimentichiamoci le **quote rosa**: le donne oggi pretendono ben altro. Le recriminazioni femministe hanno lasciato il passo a un approccio meno ideologico e più concreto e, come spesso accade, il vento del cambiamento soffia dall'Atlantico. Da tempo infatti negli Stati Uniti la questione femminile non è una raccolta di piagnistei, ma terreno di opportunità. Che ha contagiato l'altra fetta di mondo anglosassone. Ha cominciato quattro anni fa l'*Economist* coniando il termine *womenomics*, sintesi tra *women*, donne, ed *economia*, ad indicare un nuovo e più produttivo approccio al lavoro che a un modello maschile gerarchico e basato sul presentismo ad oltranza sostituisce la flessibilità, il gioco di squadra, una leadership orizzontale (ma non per questo meno forte).

All'indomani della crisi economica del 2009, la *womenomics* rappresenta «la silenziosa rivoluzione del mondo ricco» (citiamo ancora l'*Econo-*

mist, primo numero di quest'anno) e i dati lo confermano: negli Stati Uniti le donne rappresentano ormai il 50% della forza lavoro (il 46% in Europa) e le aziende americane che meglio hanno affrontato il crollo delle borse hanno una preponderanza di manager con la gonnina. Sempre meno timidamente se ne discute anche da noi. Ha cominciato il web, con l'intelligente sito *womenomics.it*, e in questi giorni escono, finalmente tradotti in Italia, due libri sull'argomento, già best-seller mondiali: il saggio «Rivoluzione Womenomics» (il Sole-24 ore Libri) scritto dall'economista Avivah Wittenberg-Coxe e dalla giornalista finanziaria Alison Maitland che ha come sottotitolo esplicito «perché le donne sono il motore dell'economia» e il manuale «Womenomics» di Claire Shipman e Katty Kay, volti noti del giornalismo televisivo a stelle e strisce che spiegano come «lavorare meglio, non di più», senza dimenticarsi della propria vita privata.

Gli economisti, si sa, sono gente poco sentimentale: se hanno cominciato a guardare alle donne manager non come

a panda da proteggere ma come opportunità da valorizzare è perché è stato dimostrato, anche dolorosamente durante la crisi, che in azienda un miglior equilibrio di genere a tutti i livelli, specie ai vertici, porta a risultati migliori. In una parola: amplifica la produttività. Wittenberg-Coxe e Maitland auspicano nelle aziende il «bilinguismo di genere», espressione so-

lo all'apparenza complicata che intende non l'assunzione (magari in **quote** stabilite, dunque senza meritocrazia) di più donne, ma una leadership di uomini e donne capaci di collaborare a pari livello, per un capitalismo più sano, equo e sicuro (è stato dimostrato da varie ricerche post-bolla finanziaria che la propensione femminile al rischio delle donne è di molto inferiore a quella maschile). Esempi di riuscite applicazioni della *womenomics* in America non mancano: dalla Walmart, alla Sun Microsystems, passando per Pepsi.

In Italia questa «rivoluzione **rosa**» deve ancora toccare i gangli del sistema economico: sono ancora troppo poche (13%) le dirigenti d'azienda, è

scarsa la presenza femminile nei consigli di amministrazione (6%), senza dimenticare che quasi il 30% delle donne italiane lascia il lavoro dopo la nascita del primo figlio, percentuale spaventosa che ci pone agli ultimi posti in Europa. Vi sono tuttavia delle eccezioni: politiche di conciliazione sono state attuate in varie multinazionali (alla San Pellegrino-Nestlé, ad esempio, con orari flessibili, part-time e telelavoro anche per le dirigenti) e buone notizie arrivano da Poste Italiane dove i direttori di filiale sfiorano quota 60%. Da segnalare che dall'8 marzo sarà on line Moms@Work (www.momsatwork.it), progetto di Gi Group coordinato da Cecilia Spanu e Anna Zavaritt, un «ufficio di collocamento» sul web per mamme manager che vogliono tornare in azienda, ma alle loro condizioni (orari flessibili in primis). Perché ciò che le donne oggi vogliono davvero è quello che in America chiamano il «nuovo tutto»: famiglia, carriera, tempo libero. La buona notizia - lo dicono gli economisti, non è un gioco di parole - è che questo «nuovo tutto» conviene a tutti, aziende comprese.

NUMERI

50%

Sono le donne occupate negli Usa. Il sorpasso è imminente, frutto della crisi, che ha colpito i settori prevalentemente maschili (industria) ma non solo. In Europa sono il 46% della forza lavoro

26%

È il divario nei tassi di occupazione tra uomini e donne. Nel 1980 era del 32%. Allora era impiegato l'82% degli uomini e il 50,2% delle donne. Nel 2008 gli uomini sono scesi al 77,7% e le donne salite al 51,7%

13%

È la percentuale di donne che guidano le aziende in Italia. Sono il 6% nei consigli d'amministrazione. La rivoluzione rosa deve ancora toccare i gangli del sistema economico



MANAGER Le donne al comando sono il successo delle aziende

