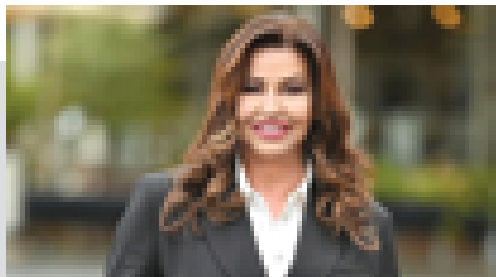


Modelli positivi

L'attivismo di Anna Silvia Angelini, dalle battaglie contro la violenza di genere al sostegno alle donne che vogliono affermarsi con talento e determinazione



Una svolta epocale

Cristina Prandi è la prima rettrice dell'Università di Torino in 621 anni di storia dell'Università. Un segnale forte. Il soffitto di cristallo diventa finalmente accessibile



VALORE DONNA

Visioni, successi e leadership al femminile

CORAGGIO E TALENTO



Paola Picilli, advisor ed esperta di relazioni istituzionali

Paola Picilli ha trasformato la comunicazione in una forma d'arte strategica. È una manager, sì, ma prima ancora è una presenza. Quando entra in una stanza, non la senti arrivare: la percepisci. Un'energia che avvolge, coinvolge, conquista. Una simpatia contagiosa, un'irriverenza che non è mai fuori luogo, ma calibrata al millimetro. Perché lei, con la romanità nel cuore e il Cilento nel sangue, ha imparato a navigare tra le correnti istituzionali con la leggerezza di chi conosce bene le regole... e sa quando è il

Courtesy www.interno.gov.it



■ Dignità e diritti

A garantirli l'impegno di Wanda Ferro, sottosegretario di Stato al Ministero dell'Interno

■ Crescere protetti

Tutela e cura dei minori: intervengono Marina Terragni e Simona Abate



Premio Donna d'Autore

IL GRANDE VALORE DEL MERITO

di Francesca Druidi

Oggi si discute sempre più spesso di contrasto alla violenza di genere e di valorizzazione del talento femminile. Anna Silvia Angelini non ne ha solo parlato, ma ha agito sul campo. Presidente di A.I.D.E. Nettuno, associazione indipendente donne europee, organizza eventi legati all'arte e alla cultura ed è in prima fila nella difesa di donne vittime di violenza domestica, fisica, psicologica ed economica. Ma non solo. «Ho ideato il Premio Donna d'Autore nel 2013 a contrasto della violenza di genere, ma soprattutto per illuminare e valorizzare il talento e la determinazione delle donne. Vogliamo mostrare che le donne sono ben altro che vittime: sono eccellenze e un esempio in vari ambiti, capaci di raggiungere traguardi significativi e di ispirare tutti», spiega Anna Silvia Angelini, vero punto di riferimento per le donne di tutte le generazioni.

Ha creato nel 2015 il centro antiviolenza "Uscita di Sicurezza" con l'associazione A.I.D.E. Nettuno, che presiede. Qual è l'approccio che lei e l'equipe che lavora con lei avete adottato?

«Il nostro protocollo è molto semplice, ma pro-

fondamente umano. Il punto di partenza è sempre lo stesso: l'ascolto attivo, che si acquisisce solo con l'esperienza. Non si tratta solo di sentire le parole. È un ascoltare con la mente e il cuore, mettendo da parte ogni giudizio e concentrandosi completamente sulla persona che si ha di fronte. Quando una donna arriva da noi, spesso è in un momento di grande fragilità e confusione. Il nostro ruolo è creare subito un ambiente sicuro e accogliente, dove possa sentirsi libera di raccontare la sua storia, i suoi timori, i suoi desideri, senza paura di essere minimizzata o incompresa. Significa cogliere il detto, ma anche il non detto, le emozioni che traspaiono dai silenzi. È dare spazio a ogni singola esperienza, riconoscendone il peso e la dignità».

Un approccio su misura, quindi.

«Sì. Da questo ascolto profondo, riusciamo a costruire un percorso su misura per ogni donna. Non ci sono protocolli rigidi o soluzioni preconfezionate, perché ogni storia è unica. La nostra squadra è composta da professionisti che si mettono in gioco. In questi anni, abbiamo aiutato tante donne a ritrovare sé stesse e il sorriso. Il nostro sogno è vedere ogni donna riap-

propriarsi della propria vita. Non solo cura, ma prevenzione: per noi è fondamentale agire prima che la violenza accada. Per questo, andiamo nelle scuole, organizziamo incontri, parliamo con la comunità. Vogliamo seminare consapevolezza e rispetto, perché nessuno debba più subire».

Quali sono le principali sfide che si registrano nell'aiutare le donne ad allontanarsi dai loro maltrattanti e dai contesti di violenza?

«È un percorso difficile, intriso di dolore ma anche di incredibile coraggio. Tanta è la violenza sommersa: le donne sono bloccate dalla dipendenza economica e dall'isolamento imposto dal maltrattante, che le priva di contatti e supporto, facendole sentire sole e senza via d'uscita. La paura è un nemico potente: minacce di ritorsioni, per sé o per i figli, le paralizzano. Il terrore di perdere i bambini, o di vederli soffrire, le tiene legate al loro aguzzino. La donna viene manipolata, fatta sentire in colpa, convinta che sia lei la causa della violenza o che lui possa cambiare. Questa manipolazione crea un legame profondo e doloroso, che rende difficile riconoscere la realtà. Ogni donna che cerca di



ASSOCIAZIONE ITALIANA
CONTRO LEUCEMIE
LINFOMI E MIELOMA

Con il Patrocinio e la collaborazione del



CONSIGLIO
NAZIONALE
DEL
NOTARIATO

Tu cosa fai dopo la vita?

Si ringrazia l'Editore


L'ATERAL

Aiutaci a costruire un futuro

senza tumori del sangue. Con il tuo Lascito Testamentario ad AIL ci permetterai di finanziare la ricerca scientifica e assistere i pazienti in tutte le fasi della malattia.

#COSAFIDOPOLAVITA

Se vuoi saperne di più chiama

 **800 85 78 78**

Richiedi la guida su **lasciti.ail.it**



Colophon

Direttore onorario

Raffaele Costa



Direttore responsabile

Marco Zanzi

direzione@golfarellieditore.it

Vice Direttore

Renata Gualtieri

renata@golfarellieditore.it

Redazione

Cristiana Golfarelli, Tiziana Achino,
Cinzia Calogero, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Guia Montefamelio, Desna Ruscica,
Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona
Langone, Leonardo Lo Gazzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Sucone, Michelangelo Podestà,
Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali

Magdi Jebreal

Hanno collaborato

Renato Farina, Ginevra Cavalieri,
Angelo Maria Ratti, Fiorella Calò,
Francesca Druidi, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi,
Maria Pia Telese

Sede

Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche

Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

supplemento di Nea
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 8272/12 del 6/11/2012



Coraggio e talento

Da venticinque anni si occupa di comunicazione e relazioni istituzionali nelle stanze del potere italiano. Manager, donna, scugnizza, Paola Picilli svela un po' di sé, spiegando perché è «la seconda che non vuole essere prima»



Paola Picilli ha trasformato la comunicazione in una forma d'arte strategica. È una manager, sì, ma prima ancora è una presenza. Quando entra in una stanza, non la senti arrivare: la percepisci. Un'energia che avvolge, coinvolge, conquista. Una simpatia contagiosa, un'irriverenza che non è mai fuori luogo, ma calibrata al millimetro. Perché lei, con la romanità nel cuore e il Cilento nel sangue, ha imparato a navigare tra le correnti istituzionali con la leggerezza di chi conosce bene le regole... e sa quando è il momento di riscriverle. Ha iniziato nel mondo delle relazioni pubbliche senza mai passare dal via: per lei è stato naturale, come il canto di chi nasce tra i vicoli assolati di una piccola città del Sud e impara presto che la parola può essere scudo o abbraccio. Si è fatta spazio tra progetti istituzionali complessi, eventi formali, tavoli tecnici e conferenze stampa, con la stessa grazia con cui una cilentana si muove tra i banchi del mercato: conosce tutti, sa quando parlare, ma soprattutto sa ascoltare. Il suo vocabolario è una miscela di istituzionalità raffinata e lampi di ironia che spiazzano e conquistano. È capace di parlare con un ministro come con un tecnico, con la stessa autenticità. E questo, in un mondo dove tutto è spesso costruito, è la sua arma più potente: l'autenticità. Roma le ha insegnato il senso delle istituzioni, il linguaggio del potere, la ritualità necessaria. Ma è il Sud che le ha lasciato l'impronta più profonda. Il Cilento, con la sua terra ruvida e accogliente, le ha dato l'ironia, la resi-

Paola Picilli, advisor ed esperta di relazioni istituzionali

lienza e quel tocco di sfrontatezza necessaria per non farsi mai mettere in un angolo. Come una scugnizza elegante, lei non chiede il permesso. Si prende il palcoscenico. E lo fa con grazia.

Tutti la vogliono al proprio fianco in un evento critico o in una trattativa delicata, perché sa leggere le dinamiche prima ancora che emergano. Non ha però mai studiato pubbliche relazioni. Le ha semplicemente sempre fatte, come se ci fosse nata dentro. Qual è stato il suo percorso?

«Ho frequentato il liceo classico, il migliore per prepararti alla vita adulta. Poi la facoltà di Scienze Politiche alla Luiss. Subito dopo, ho vinto un concorso e sono entrata nell'Associazione Industriali di Chieti: un ruolo di funzionaria ben remunerato, con la prospettiva di intraprendere una brillante carriera in Confindustria. Ma avevo 24 anni e il senso di oppressione che mi attanagliava mi ha spinto a dimettermi e cercare un'altra strada. Meno comoda, certo, ma ho sempre aspirato a una vita densa. Potevo scegliere tra il burrone e il burlesque. La mia scelta è stata il burlesque».

Che cosa ha fatto allora?

«Sono tornata dal mio mentore all'Università, che mi ha aiutato a riflettere. Avevo una sola certezza: volevo vivere a Roma, per cui potevo scegliere tra Vaticano o al Parlamento, unici luoghi dove non avrei rischiato succursali. Mi sono subito buttata sulla se-

conda opzione. Il mio professore mi ha messo in contatto con l'allora onorevole Marco Taradash, un giovane e intelligente liberale che mi ha proposto uno stage nella sua segreteria. Nel frattempo, con il Tfr ricevuto, ho frequentato un master in Discipline Parlamentari, ma non avevo più uno stipendio. Così mi arrangiavo facendo la babysitter a un bambino prodigo nel mio condominio. All'inizio la mia famiglia non sapeva che mi ero licenziata e si domandava che fine facessero i miei stipendi».

Dopo quel primo incarico, ne sono seguiti molti altri.

«Sì, sono entrata nella Commissione Affari Esteri con l'allora vicepresidente Dario Rivolta, un illuminato, responsabile dello sviluppo internazionale dell'allora Gruppo Fininvest. È grazie alla politica estera che mi sono scoperta innamorata della politica, anzi dovrei dire riscoperta, perché al liceo avevo già mosso qualche passo in quest'ambito. Da allora, è stato un crescendo di incarichi, sono stata portavoce e capo segreteria di diversi sottosegretari e ministri. Sono ormai venticinque anni che lavoro nei Palazzi e le persone si stupiscono quando affermo che ho incontrato molti più politici in gamba e per bene di quanti possano immaginarsi. Non mancano le "mele bacate", come in qualsiasi settore».

Come descriverebbe il suo lavoro oggi?

«Se prima mi occupavo esclusivamente di attività politica, oggi potrei definirmi "un facilitatore", una consulente di politici e aziende che organizza tavoli di confronto tra settore pubblico e privato. Spesso la po-

litica non possiede tutte le informazioni tecniche necessarie relative a una materia e, viceversa, molte imprese non conoscono gli strumenti legislativi a disposizione e, soprattutto, come utilizzarli per risolvere questioni di ampio respiro. Non sono però alle dipendenze di nessuno. Ho una partita Iva e, in questi 25 anni, non ho smesso di lavorare un giorno».

Quanto conta il network di contatti che ti costruisci nel corso del tempo?

«È fondamentale. Come detto, ho seguito un master in Discipline Parlamentari, ma i tecnicismi legati alle attività delle Commissioni li impari sul campo, così come tessere relazioni. I miei migliori alleati sono gli assistenti parlamentari che ti lanciano dritte su quanto accade. Oggi, molti dei miei colleghi sono diventati politici perché volevano stare in prima linea. Io, invece, no. Sono una seconda perfetta».

Ha scritto, al proposito, un'autobiografia lo seconda, secondo me (Casa Editrice Pagine).

«Sì, l'ho scritto 15 anni fa, compiendo una riflessione su me stessa e la mia storia. Sono la seconda figlia e faccio un lavoro "nell'ombra", dove il mio modello di riferimento è Gianni Letta. Sono seconda figlia, faccio un lavoro da seconda e, per un periodo, sono stata la seconda mamma dei figli del mio ex marito. Sono la seconda che non vuole essere prima, non solo perché i primi cadono più facilmente ma anche perché riservo a me stessa il giusto spazio di manovra, il tempo di ponderare le mie azioni. La smania di primeggiare a volte non aiuta».

C'è una caratteristica che si riconosce e che risulta cruciale nel suo lavoro?

«L'ardire. Il coraggio di osare, nel lavoro come nella dimensione privata, il lavoro rispecchia moltissimo la vita e l'importanza di stabilire delle connessioni, di cercarle con il bilancino di osare e creare equilibri. Spesso mi sono tremati i polsi, molte volte ho sbagliato. Da brava seconda, credo fermamente nel valore dell'errore, dello sbaglio. Quanto mi fa crescere un errore piuttosto che un gol segnato. Da lì tra lezioni importanti, che ti cambiano la vita».

Nel suo ruolo cosa significa fare un errore?

«Ricordo ogni volta la causa dei miei sbagli. La verità è che ti puoi fidare del 90 per cento delle persone, ma incapperai prima o poi nel rimanente 10 per cento. Mi è capitato di sedere a tavoli importanti e non riconoscere che qualcuno dei partecipanti stava bluffando. Ciò ha portato a decisioni rivelatesi poi erronee. Ma il crisis management è un'abilità che non esercito solo nei confronti di politici e aziende, ma anche verso me stessa».

Cosa c'è nel suo futuro?

«Sempre le relazioni istituzionali, non potrei fare altro. Sto scrivendo un secondo romanzo, la cui ispirazione è autobiografica. E svolgo h24 un compito piuttosto impegnativo: quello di mamma».

• **Francesca Druidi**

brosway



BROSWAY.COM

Spezzare le catene della violenza

Il centro antiviolenza, i libri, la prevenzione con i giovani, il Premio Donna d'Autore. L'impegno di Anna Silvia Angelini per le donne, dove la valorizzazione del merito completa la lotta alla violenza di genere

Oggi si discute sempre più spesso di contrasto alla violenza di genere e di valorizzazione del talento femminile. Anna Silvia Angelini non ne ha solo parlato, ma ha agito sul campo. Presidente di A.I.D.E. Nettuno, associazione indipendente donne europee, organizza eventi legati all'arte e alla cultura ed è in prima fila nella difesa di donne vittime di violenza domestica, fisica, psicologica ed economica. Ma non solo. «Ho ideato il Premio Donna d'Autore nel 2013 a contrasto della violenza di genere, ma soprattutto per illuminare e valorizzare il talento e la determinazione delle donne. Vogliamo mostrare che le donne sono ben altro che vittime: sono eccellenze e un esempio in vari ambiti, capaci di raggiungere traguardi significativi e di ispirare tutti», spiega Anna Silvia Angelini, vero punto di riferimento per le donne di tutte le generazioni.

Ha creato nel 2015 il centro antiviolenza "Uscita di Sicurezza" con l'associazione A.I.D.E. Nettuno, che presiede. Qual è l'approccio che lei e l'equipe che lavora con lei avete adottato?

«Il nostro protocollo è molto semplice, ma profondamente umano. Il punto di partenza è sempre lo stesso: l'ascolto attivo, che si acquisisce solo con l'esperienza. Non si tratta solo di sentire le parole. È un ascoltare con la mente e il cuore, mettendo da parte ogni giudizio e concentrandosi completamente sulla persona che si ha di fronte. Quando una donna arriva da noi, spesso è in un momento di grande fragilità e confusione. Il nostro ruolo è creare subito un ambiente sicuro e accogliente, dove possa sentirsi libera di raccontare la sua storia, i suoi timori, i suoi de-



Il Premio Donna d'Autore

È stato ideato nel 2013 a contrasto della violenza di genere, ma soprattutto per illuminare e valorizzare il talento e la determinazione delle donne

sideri, senza paura di essere minimizzata o incompresa. Significa cogliere il detto, ma anche il non detto, le emozioni che traspaiono dai silenzi. È dare spazio a ogni singola esperienza, riconoscendone il peso e la dignità».

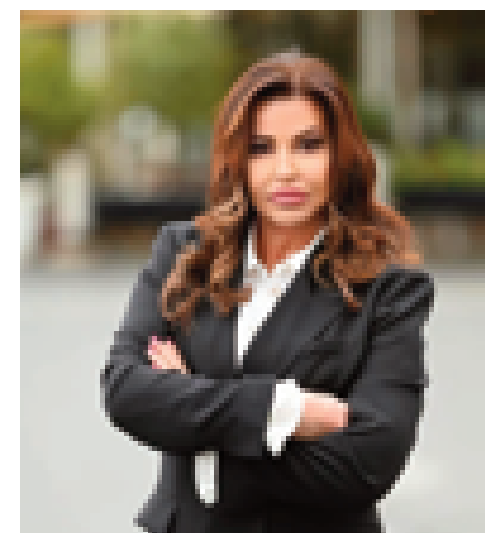
Un approccio su misura, quindi.

«Sì. Da questo ascolto profondo, riusciamo a costruire un percorso su misura per ogni donna. Non ci sono protocolli rigidi o soluzioni preconfezionate, perché ogni storia è unica. La nostra squadra è composta da professionisti che si mettono in gioco. In questi anni, abbiamo aiutato tante donne a ritrovare sé stesse e il sorriso. Il nostro sogno è vedere ogni donna riappropriarsi della propria vita. Non solo cura, ma prevenzione: per noi è fondamentale agire prima che la violenza accada. Per questo, andiamo nelle scuole, organizziamo incontri, parliamo con la comunità. Vogliamo seminare consapevolezza e rispetto, perché nessuno debba più subire».

Quali sono le principali sfide che si registrano nell'aiutare le donne ad allontanarsi dai loro maltrattanti e dai contesti di violenza?

«È un percorso difficile, intriso di dolore ma anche di incredibile coraggio. Tanta è la violenza sommersa: le donne sono bloccate dalla dipendenza economica e dall'isolamento imposto dal maltrattante, che le priva di contatti e supporto, facendole sentire sole e senza via d'uscita. La paura è un ne-

mico potente: minacce di ritorsioni, per sé o per i figli, le paralizzano. Il terrore di perdere i bambini, o di vederli soffrire, le tiene legate al loro aguzzino. La donna viene manipolata, fatta sentire in colpa, convinta che sia lei la causa della violenza o che lui possa cambiare. Questa manipolazione crea un legame profondo e doloroso, che rende difficile riconoscere la realtà. Ogni donna che



Anna Silvia Angelini, scrittrice e presidente A.I.D.E. Nettuno

cerca di uscire dalla violenza è un esempio di forza. Il nostro compito è offrirle un sostegno concreto, un rifugio sicuro e la comprensione necessaria per ricostruire la sua vita. Incontrare queste donne di nuovo sorridenti, vedere che hanno ripreso la loro



vita insieme ai figli, è la mia vittoria più grande».

Nel 2019 ha scritto *La violenza declinata*, manuale che propone alle donne soluzioni concrete per tutelarsi dalla violenza domestica, e nel 2022 *Legate da un sottile filo rosso*, entrambi editi da Bertoni Editore. Quale messaggio "emotivo" ha voluto trasmettere con questi libri?

«Ho cercato di far pulsare il cuore in ogni parola, per arrivare non solo alla mente, ma soprattutto all'anima di chi legge. La violenza declinata è nato dal desiderio impellente di offrire una mano tesa, un abbraccio concreto a tutte quelle donne che si sentono sole, invisibili e senza speranza. È un libro scritto con l'urgenza di dire: "Non sei sola. Non devi subire. C'è una via d'uscita e io sono qui per indicartela". Ogni soluzione pratica e ogni consiglio sono intrisi della profonda consapevolezza del dolore e della paura che attanagliano chi vive la violenza domestica. È un atto di solidarietà e supporto. Legate da un sottile filo rosso affonda ancora di più in profondità, cercando di cogliere le sfumature più intime e le fragilità che legano le vittime ai loro carnefici. È un viaggio nel labirinto delle emozioni, dove si esplorano la paura di lasciare, la speranza che l'altro cambi, la dipendenza affettiva e il senso di colpa che spesso imprigionano. L'intento è creare empatia, far comprendere che la violenza non è solo un atto fisico, ma un complesso intreccio di sentimenti, manipolazioni e dinamiche psicologiche che lasciano ferite profonde nell'anima».

È un invito a comprendere le difficoltà di un percorso di liberazione che è innanzitutto emotivo.

«Entrambi i libri vogliono essere un faro nella notte, un sussurro di forza per chi non ne ha più e un ponte di comprensione per chi fatica a capire la complessità della violenza. Il messaggio più profondo è che, nonostante le cicatrici, è sempre possibile ricostruire, rinascere e riappropriarsi della propria vita con dignità e amore. La casa editrice Bertoni sta lavorando sul mio terzo libro *I miei occhi ti guardano*, un romanzo che parla di violenza assistita ispirato a una storia vera, la sua protagonista si chiama Vittoria».

La strada maestra per combattere la violenza di genere e il femminicidio è la prevenzione. Lei è stata anche nelle scuole con alcune iniziative. Come si coinvolgono le nuove generazioni?

«La prevenzione è davvero la strada maestra. È un tema che mi sta a cuore e ho avuto la fortuna di portare queste discussioni anche nelle scuole. Ma come si fa a parlare con i ragazzi e le ragazze di oggi di qualcosa di così complesso e doloroso? Non è facile, lo ammetto. Non basta una lezione frontale o un'ora di chiacchiere. Bisogna entrare nel loro mondo, usare il loro linguaggio, quello che capiscono e che sentono vicino. Partire dalle basi, con delicatezza. Credo sia fondamentale iniziare da piccolissimi. Insegnare ai bambini e alle bambine cosa significa volere bene, accettare un "no", gestire la rabbia senza urlare o prevaricare. È come



L'ascolto attivo

Si acquisisce solo con l'esperienza. Non si tratta solo di sentire le parole. È un ascoltare con la mente e il cuore, mettendo da parte ogni giudizio e concentrandosi completamente sulla persona che si ha di fronte

piantare un semino: se cresce sano, avrà radici forti. Quando poi si arriva agli adolescenti, la chiave è il dialogo. Non si può arrivare con la verità in tasca e dire: "Ecco, la violenza è questa". Gli adolescenti devono sentirsi parte del discorso».

Come?

«Bisogna metterli in gioco, farli lavorare su scenari, su come rispondere a certe situazioni. Così si confrontano, tirano fuori i dubbi, si immedesimano. A volte raccontare storie, anche attraverso un libro, un film, una serie o una canzone che conoscono, e proporre testimonianze (se adeguate e protette) scuotono molto più di mille parole. Non si tratta di spaventarli, ma di far capire la realtà e le conseguenze. Si parte da questi esempi per analizzare insieme i messaggi: "Ma è davvero amore questo?" o "È normale che lui controlli il cellulare di lei?" Fondamentale è poi far capire ai ragazzi che non sono temi "da donne" e che anche loro sono parte della soluzione».

È d'accordo sull'organizzazione di corsi di educazione affettiva nei cicli scolastici?

«Assolutamente sì. Anzi, direi che è fondamentale e non più rimandabile. Credo che sia una delle strategie più efficaci per prevenire la violenza di genere e il femminicidio. Insegnare ai nostri ragazzi e ragazze il rispetto reciproco, il consenso, la gestione delle emozioni e la risoluzione non violenta dei conflitti - fin dalla più tenera età - significa co-

struire le basi per relazioni sane e paritarie in futuro. Non si tratta di imporre idee, ma di fornire gli strumenti per comprendere le dinamiche relazionali, riconoscere i campanelli d'allarme e sviluppare l'empatia. È un investimento prezioso nel futuro delle nostre generazioni e della nostra società».

La scuola come luogo sicuro, cui ragazzi e ragazze possono rivolgersi.

«Sì. Per questo, gli sportelli d'ascolto e la formazione degli insegnanti sono fondamentali. Tutti devono sapere come accogliere queste confidenze e come aiutarli. E poi, la scuola da sola non basta. Serve un lavoro di squadra con le famiglie, con le associazioni del territorio. Genitori informati possono fare la differenza a casa, rinforzando i messaggi di rispetto e uguaglianza. E le istituzioni devono esserci, sostenere queste iniziative nel tempo. È un percorso lungo, sì, ma sono convinta che investire sui giovani, sul loro modo di relazionarsi, sia l'unica vera speranza per spezzare questa catena di violenza. Sono il nostro futuro, e dobbiamo dare loro tutti gli strumenti per costruirlo al meglio».

La premiazione della nona edizione del riconoscimento Premio Donna d'Autore si terrà a ottobre. Qual è il senso di questo riconoscimento?

«È determinante, anzi direi vitale, promuovere e dare risalto a modelli positivi di successo e realizzazione femminile. Le crona-

che sono purtroppo dominate da notizie di violenza contro le donne. Questa narrazione, seppur importante per la consapevolezza, rischia di cristallizzare l'immagine della donna come vittima. Presentare donne che eccellono in vari campi offre una contro-narrazione potente. Vedere donne raggiungere traguardi significativi in ambito professionale, scientifico, artistico, sociale o imprenditoriale è un'enorme fonte di ispirazione per le giovani generazioni e non solo. Aiuta a rompere stereotipi e a dimostrare che le ambizioni femminili non hanno limiti. Valorizzare il merito femminile significa contribuire a normalizzare il successo delle donne nella società. Non dovrebbe essere l'eccezione, ma la regola. Questo favorisce un cambiamento culturale che riconosce e apprezza il contributo delle donne in tutti i settori».

Riconoscere i successi delle donne significa anche lavorare per rimuovere gli ostacoli che ancora le limitano e creare pari opportunità.

«Ecco il "Premio Donna d'Autore" nasce proprio con questa finalità: è uno strumento prezioso non solo per celebrare i risultati individuali, ma anche per veicolare un messaggio più ampio e costruttivo sulla diversità e ricchezza del contributo femminile alla società. La valorizzazione del merito femminile non è un'alternativa alla lotta contro la violenza di genere, ma un complemento essenziale. Entrambe le azioni lavorano per un futuro in cui le donne siano libere dalla paura e possano esprimere appieno il loro potenziale. La premiazione della nona edizione del Premio Donna d'Autore si terrà il 20 ottobre, condotta come sempre dalla giornalista Vittoriana Abate. Dopo il fermo per via del Covid, il premio è arrivato nella splendida sala della Regina, anche grazie all'impegno dell'onorevole Fabrizio Santori».

• **Francesca Druidi**

Colmare le fragilità educative

Attraverso un piano organico che coinvolge scuole, famiglie, volontari e forze dell'ordine, il governo è in campo per difendere la legalità e contrastare le violenze. Con un faro speciale, evidenzia Wanda Ferro, su donne e giovani

L'accoglienza indiscriminata e sbarchi senza limite, per poi abbandonare i migranti a un destino di illegalità o di sfruttamento. Non è così che si include e che si governano i flussi di persone tra Paesi secondo Wanda Ferro, che da sottosegretario di Stato al Ministero dell'Interno ha la percezione esatta di un fenomeno che richiede certamente sensibilità umana, ancorata però a un principio di integrazione reale. «La vera umanità - sostiene Wanda Ferro - è garantire dignità e diritti, la reale prospettiva di un futuro. L'Italia ha bisogno di immigrazione legale e sostenibile, nei settori dove serve manodopera, ma per farlo servono regole chiare e numeri realmente sostenibili».

Come state dispiegando la vostra attività sotto questo profilo e concentrandovi su quali direttrici?

«Noi stiamo lavorando per garantire canali di accesso legali e sicuri, perché i migranti non debbano rischiare la vita in mare o finire nelle mani dei trafficanti. Per questo vogliamo governare i flussi, tutelare chi opera nella legalità, contrastare con determinazione il caporalato e chi dell'accoglienza ha fatto un fiorente business, riservare quote alle donne, proteggere le vittime di violenze».

Tra queste rientra quella di genere, una piaga sociale che in alcune culture è persino giustificata. Come viene tutelata la donna che ne è vittima in Italia?

«Il governo Meloni ha posto la lotta alla violenza di genere come priorità. Con la nuova legge sul femminicidio, approvata all'unanimità, abbiamo introdotto il reato autonomo, accelerato le misure cautelari, rafforzato l'ammonimento e reso più efficace il ricorso al braccialetto elettronico. Ma la repressione non basta: alle donne serve garantire una via d'uscita da un rapporto malato. Per questo il governo ha potenziato i fondi ai centri anti violenza, reso strutturale il reddito di libertà, promosso il microcredito e facilitato l'accesso al reddito d'inclusione. L'autonomia economica è la chiave per sottrarsi al ricatto della dipendenza. E poi stiamo lavorando anche sugli uomini maltrattanti, per disinnescare quei comportamenti abusanti spesso minimizzati o giustificati».

In che modo?

«Fondamentale è soprattutto l'azione culturale. Sono convinta che il tema del patriarcato sia fuorviante: il problema è soprattutto educativo, e chiama in causa le famiglie oltre che la scuola. Per troppo tempo si è affermata una cultura che ha cancellato i valori e tolto i punti di riferimento, che ha esaltato solo i diritti dimenticando i doveri. Che ha lasciato troppi giovani senza modelli, senza radici, senza strumenti per affrontare il rifiuto, l'insuccesso, la fatica, le proprie fragilità. Serve invece educare all'affettività, al rispetto, saper

Le donne di valore

Possano essere esempi positivi a cui ispirarsi per le altre donne, soprattutto per le più giovani, motivandole e incoraggiandole a perseverare anche di fronte alle difficoltà

Wanda Ferro, sottosegretario di Stato al Ministero dell'Interno



porre dei limiti, saper dire dei "no", con amore ma con fermezza».

Con Meloni al comando affiancata da sei ministri e 13 sottosegretari donna, la composizione del governo traccia la strada dell'empowerment femminile. Siamo su quella buona?

«Avere alla guida della Nazione una donna, Giorgia Meloni, è un segnale dirompente di un cambio di passo. Ed è significativo che la rottura del cosiddetto soffitto di cristallo sia stato realizzato dalla destra, mentre la sinistra si è impegnata per anni su questioni terminologiche, preoccupandosi di chiamare le donne sindaca o assessora, ma allo stesso tempo relegandole sempre a ruoli ancillari del potere. Il vero cambiamento arriverà quando non servirà più declinare al femminile i ruoli per legittimarli. La mia esperienza è quella di una donna che ha fatto politica in un partito considerato maschilista, patriarcale, e nel quale però uomini e donne si sono sempre confrontati alla pari, sulla base di capacità, carisma, competenze».

Quali passi occorre compiere per assottigliare ulteriormente i gap di genere?

«La vera sfida oggi è consentire alle donne di conciliare lavoro, politica, famiglia: alcuni tipi di carriera, incluso l'impegno politico, sono segnate

da scelte difficili, rinunce, lontananza dalla famiglia e sacrifici di legami personali. È importante favorire modelli organizzativi efficaci, che non costringano a sacrificare l'una o l'altra cosa. Penso inoltre che le donne di valore possano essere esempi positivi a cui ispirarsi per le altre donne, soprattutto per le più giovani, motivandole e incoraggiandole a perseverare anche di fronte alle difficoltà».

Ai divari di genere si sommano le disuguaglianze generazionali, più marcate in Italia rispetto media europea. Cosa state facendo dal decreto Caivano in giù- per contenerle?

«Il disagio giovanile è certamente una delle sfide più urgenti. Con il cosiddetto "modello Caivano" abbiamo inaugurato un nuovo ap-

«Agendo sul piano della sicurezza e della repressione, ma soprattutto investendo sull'istruzione e sulla prevenzione. Abbiamo potenziato le scuole, finanziato progetti educativi e sportivi, promosso percorsi di legalità contro bullismo, droga, alcol e uso distorto del web. Vogliamo ricucire queste fratture sociali con una presenza concreta delle istituzioni, con la capacità di educare, proteggere e dare ai giovani opportunità concrete per immaginare e costruire il proprio futuro».

Da nativa di Catanzaro di cui è stata la prima presidente di Provincia donna, ha toccato con mano anche il divario Nord-Sud. Con quali iniziative, legislative e culturali, state stimolando un'evoluzione su questo fronte?

«Il divario Nord-Sud non è un destino, ma una sfida che oggi il governo Meloni sta affrontando con strumenti nuovi e visione strategica. Pil, export e occupazione sono cresciuti più della media italiana nel Mezzogiorno, che oggi è la locomotiva economica della Nazione. Il governo ha creduto nel potenziale del Sud e lo ha messo al centro dell'agenda: riforma delle politiche di coesione, 40 per cento della spe-



proccio non più emergenziale, ma un piano organico, multidisciplinare che mette al centro la persona, a partire dai più giovani. Un modello che coinvolge scuole, famiglie, forze dell'ordine e volontariato. La questione educativa è la vera grande sfida da affrontare. Oggi il disagio giovanile non riguarda più solo le periferie, ma cresce anche dove ci sono benessere e agio economico, nutrendosi di solitudini, assenze educative, vuoti valoriali. E poi c'è il ruolo pervasivo dei social network, dove la violenza diventa status symbol, dove si celebrano l'arroganza, la sopraffazione, la criminalità».

Come si arginano queste derive?

sa infrastrutturale vincolata al Sud, 3,3 miliardi per la Zes Unica, proroga della decontribuzione per assumere giovani e donne, oltre 41 miliardi del nuovo Pnrr per modernizzare la Pa e digitalizzare i servizi. Ma abbiamo impresso soprattutto un cambiamento culturale valorizzando le energie migliori e dimostrando che il Sud non chiede assistenzialismo, ma opportunità. I cittadini e le imprese delle regioni meridionali hanno colto questo cambio di paradigma, e stanno creando in una nuova stagione di sviluppo e crescita».

• Gaetano Gemiti

Comunicare la transizione

La vera sfida per la comunicazione ambientale non è solo quella di informare, ma di trasmettere i cambiamenti «senza ideologie, ma con concretezza, ambizione e visione». A spiegarlo è Fiorella Corrado, capo ufficio stampa MASE

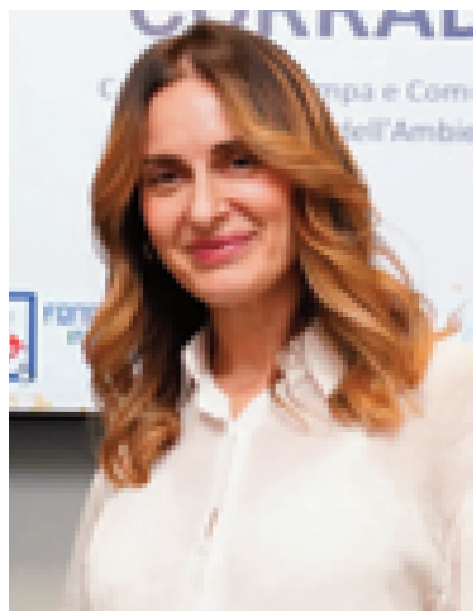
Oggi il compito del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica non è solo politico o istituzionale, ma sempre più sociale. In un momento storico segnato da sfide cruciali - dal cambiamento climatico alle politiche per la transizione ecologica - la comunicazione assume un ruolo centrale: è lo strumento attraverso cui coinvolgere i cittadini, promuovere soluzioni condivise e stimolare comportamenti virtuosi, buone pratiche, una nuova cultura ambientale. Ne parliamo con Fiorella Corrado, giornalista e capo dell'Ufficio stampa e comunicazione del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE).

Quali sono le tappe salienti che l'hanno resa la professionista che è oggi?

«Il mio percorso nasce dal giornalismo. Al liceo mi proposero di collaborare con un noto quotidiano campano come corrispondente da Napoli Nord. Sono partita da lì, dal mio quartiere. Poi Bruxelles, Milano, infine Roma: ho mosso i miei passi nelle redazioni di emittenti televisive, agenzie stampa e quotidiani. Nel tempo ho curato la comunicazione per aziende, istituzioni, il mondo della cultura e quello della politica. In ogni esperienza ho affinato la capacità di osservare, sintetizzare e rendere accessibili contenuti complessi a pubblici diversi. Oggi guidare la comunicazione del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica rappresenta la naturale evoluzione di un percorso costruito con passione, determinazione e visione».

Cosa significa concretamente guidare l'ufficio stampa di un Ministero, un dicastero che è anche tra i più cruciali per il futuro?
«Ecco una domanda da un milione di CO₂...Iro-

Fiorella Corrado,
capo ufficio stampa e comunicazione Ministero
Ambiente e Sicurezza Energetica



La sfida principale

È saper parlare a tutti, in modo diverso ma sempre coerente. E senza mai polarizzare il confronto. Nessuna transizione può essere davvero efficace se non coinvolge le persone, se non parla alla loro vita quotidiana offrendo soluzioni credibili

nia a parte, gestisco una struttura che ha il compito di leggere la realtà in tempo reale, comunicarla in modo credibile e costruire, giorno dopo giorno, un rapporto di fiducia con i cittadini. Con il mio team lavoriamo su temi che toccano direttamente la vita delle persone: energia, clima, ambiente, territorio. La nostra comunicazione è solida, documentata, chiara. Il dialogo quotidiano con la stampa è solo una parte del nostro lavoro. Accanto c'è il confronto costante con le strutture interne del MASE, il coordinamento con le altre istituzioni, il racconto del cambiamento che stiamo accompagnando. È un lavoro di squadra, fondato su una visione condivisa e su competenze trasversali, dove strategia, sensibilità e rigore devono camminare insieme».

Dal G7 2024 all'organizzazione di una campagna multicanale come la recente "Non ti chiediamo di salvare il Pianeta, ma il tuo mondo sì": quali sono le principali sfide che affronta il MASE dal punto di vista della comunicazione, che deve raggiungere tutte le generazioni del Paese?

«Nessuna transizione può essere davvero efficace se non coinvolge le persone, se non parla alla loro vita quotidiana offrendo soluzioni credibili. È questa, oggi, la sfida principale: saper parlare a tutti, in modo diverso ma sempre coerente. E senza mai polarizzare il confronto. Abbiamo bisogno di linguaggi molteplici: quello istituzionale, per i momenti di alta diplomazia come il G7; quello divulgativo, per informare e diffondere cultura civica nelle scelte quotidiane legate alla tutela dell'ambiente; e quello digitale, per coinvolgere soprattutto i più giovani. In ciascuno di questi registri abbiamo rielaborato con cura i toni, depurandoli da ogni eccesso e da ogni tentazione ideologica. La recente campagna del MASE ha rafforzato questo approccio: normalizzare il messaggio, spostando il focus da un concetto astratto di "Pianeta" a un mondo personale, concreto, fatto di quartiere, affetti, casa, lavoro. Perché è lì, in quella dimensione intima e reale, che si gioca la vera transizione».

Ci sono direttrici e parole d'ordine che il Ministero si è dato nella trattazione e divulgazione della transizione ecologica ed energetica, penso ora alla nuova pagina del nu-

ciare?

«Due parole poco in voga in tempi di annunci artefatti e ridondanti: serietà e pragmatismo. La transizione ecologica non è uno slogan - talvolta persino un po' glamour - ma una trasformazione profonda, che va accompagnata, spiegata, resa comprensibile. Il ritorno del nuovo nucleare nel dibattito pubblico, ad esempio, va affrontato con equilibrio e apertura: non si tratta unicamente di promuovere una tecnologia sicura e sostenibile, ma di non escluderla a priori. La transizione che vogliamo è un percorso di innovazione e opportunità, costruito insieme ai territori, alle im-

prese, ai giovani. Senza ideologie, ma con concretezza, ambizione e visione».

Non tutti sanno che il programma Rai Linea Verde Italia è realizzato in collaborazione con il MASE. Quanto è importante un progetto di questo tipo per sensibilizzare in maniera più immediata il pubblico su best practice ambientali, energetiche e di sostenibilità?

«Con Linea Verde Italia abbiamo portato la sostenibilità nei salotti delle famiglie italiane, raccontando storie positive di un Paese che innova, che investe in ambiente ed energia. È una narrazione che mostra il cambiamento in atto senza allarmismi, mettendo in luce le opportunità e i benefici che la transizione offre: alle persone, alla collettività, al sistema Paese. Sempre di più, proseguendo in questo percorso, sono convinta di una cosa: la transizione non si fa solo con le norme. Si fa anche con il consenso. E il mezzo televisivo, ancora oggi, resta uno strumento centrale per parlare agli italiani, costruendo consapevolezza e partecipazione intorno a un cambiamento che riguarda tutti». • **Francesca Druidi**



Quando la grinta non manca

«Sono di destra. Sono liberale assoluta. Metto la libertà al di sopra di ogni altro valore. E credo che vada difesa con le regole. Ma non sono affatto reazionaria. Amo il progresso, l'arte, il pluralismo, la modernità, la competizione, il merito, l'individuo». A rivelarlo è Hoara Borselli

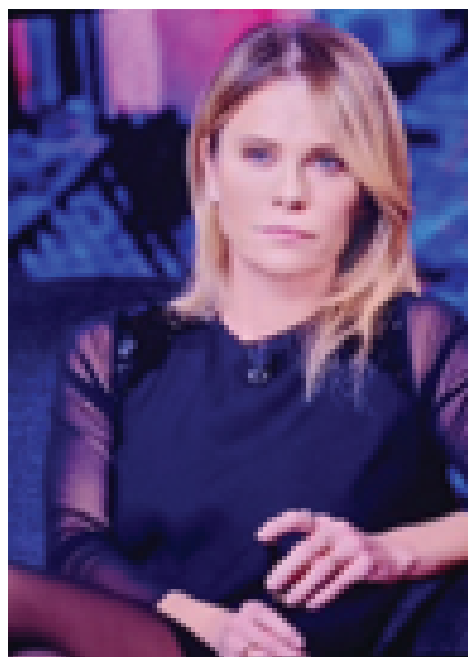
Il suo è un volto noto della televisione italiana, oggi conosciuta e apprezzata come opinionista politica nei principali programmi Mediaset, intervenendo sempre su temi molto caldi: Hoara Borselli non ha bisogno di tante presentazioni. Dopo aver esordito nel mondo dello spettacolo come modella, per poi passare al cinema e al piccolo schermo, oggi ci rivela una veste più matura e impegnata: non solo scrive editoriali per Il Giornale, ma è presente anche nei principali programmi di approfondimento politico, confermando una trasformazione da showgirl a opinionista influente.

Qual è la sua opinione sull'attuale situazione politica italiana?

«La crisi internazionale pesa. Non era mai successo dopo il 1945 che l'Italia fosse così vicina a un conflitto armato che rischia di allargarsi e di coinvolgere tutte le grandi potenze. Crisi internazionale vuol dire anche problemi per il costo dell'energia, saliscendi finanziari dovuti all'incertezza geopolitica, riduzione di alcuni mercati (basta pensare alla Russia) e poi tutta la grande battaglia dei dazi che rischia di avere ripercussioni economiche molto serie su alcuni settori produttivi, e comunque manda all'aria la pace dei mercati. Ce n'è abbastanza per far tremare le vene e i polsi. Per fortuna disponiamo di una grande risorsa che altri Paesi non hanno: un governo stabile e forte come l'Italia non ne ha mai avuti. Che mi pare abbia messo da parte gli interessi di parte e i calcoli elettorali e si preoccupi di trovare dei rimedi alla crisi e di mettere al sicuro gli interessi fondamentali degli italiani. Voglio dirlo in modo aperto, senza nessun diplomazia: di fronte a una opposizione ballerina, che ancora non si è ripresa dalla batosta elettorale del 2022, la nostra nazione può contare su una compagine governativa seria, radunata attorno a una leader giovane, donna, e che in poco più di due anni si è conquistata un incredibile prestigio internazionale. Non voglio nemmeno immaginare cosa sarebbe potuto succedere se questa crisi l'avessimo dovuta affrontare con un governo traballante e populista, come sono stati certamente i due governi precedenti».

Come vede il futuro dell'Unione Europea?

«Dipende tutto dal coraggio che sapranno dimostrare i suoi leader. Il problema dell'Europa oggi è la mancanza di leadership. La sua politica si fonda



Hoara Borselli, giornalista e opinionista

tutta sulla paura, sulla sottomissione ad alcune tendenze ideologiche che potremmo identificare con la parola inglese "woke", sulla ricerca dell'unanimità e del minimo danno. Così l'Europa muore. L'Ue è il mercato più ricco del mondo, raccoglie quasi

mezzo miliardo di persone, ha un Pil molto alto, una tradizione di cultura politica pazzesca. Potenzialità politiche enormi. E cosa fanno oggi gli eredi di De Gaulle, Schuman, Adenauer, De Gasperi, Mitterand? Cincischiano, traballano appresso a Ursula von der Leyen. Occorre uno scatto di reni. Qualcuno che abbia il coraggio di osare e di porsi come protagonista assoluto della politica mondiale».

Considerando che nel 2025 molte donne hanno maggiori opportunità e libertà di scelta, quali sono le principali sfide che ancora impediscono loro di raggiungere la piena realizzazione personale e professionale?

«Niente glielo impedisce. Devono solo rendersi conto di essere persone libere. Devono rinunciare a farsi proteggere da leggi e leggende, da piccoli privilegi, dal diritto differenziato, devono rinunciare a piagnucolare, alle ridicolaggini del "me too", e devono irrompere sull'agone di tutte le sfide. E dire ai maschi come diceva Cassius Clay sul ring ai suoi sfidanti: vieni avanti se hai coraggio!».

In che modo le donne possono rafforzare ulteriormente la loro posi-

zione nella società e superare le disuguaglianze che ancora persistono?

«Con la faccia tosta, con la sfrontatezza. Liberandosi dal femminismo burocratico che le riduce a burattini impauriti. Gridando al mondo che loro delle quote se ne infischiano perché, siccome sono molto brave, pretendono ben più del 50 per cento in Parlamento o nel consiglio di amministrazione. E dicendo ai maschi: se avete paura di essere travolti fatevela per voi la legge sulle quote azzurre».

Nel contesto della sua dichiarazione su Dritto e Rovescio dove afferma che molte donne vedono la prostituzione come un'opzione economica, cosa ne pensa delle implicazioni etiche e sociali di questa visione?

«Vogliamo proibire la prostituzione? Vogliamo varare una nuova legge Merlin, quella che chiuse i bordelli, una settantina d'anni fa? Era una legge statalista e moralista, illiberale e sciocca. Ha per caso abilitato la prostituzione? No, ha incentivato lo sfruttamento illegale. Se sono brave, saranno le donne a cancellare la prostituzione, o almeno a invertire i rapporti di potere tra la prostituta e il cliente. Conosco l'obiezione dei proibizionisti: la prostituzione è la riduzione del corpo delle donne a merce. Già, ma se una donna moderna e adulta, in piena libertà, vuole usare il suo corpo per produrre reddito, fa male a qualcuno? Per me no!». • **Cristiana Golfarelli**

Un governo stabile e forte

La nostra nazione può contare su una compagine governativa seria, radunata attorno a una leader giovane, donna, e che in poco più di due anni si è conquistata un incredibile prestigio internazionale



Credit foto: Courtesy www.governo.it

Saper leggere la complessità della società

«Conoscere il pensiero delle persone è il grande desiderio proibito di ogni essere umano».

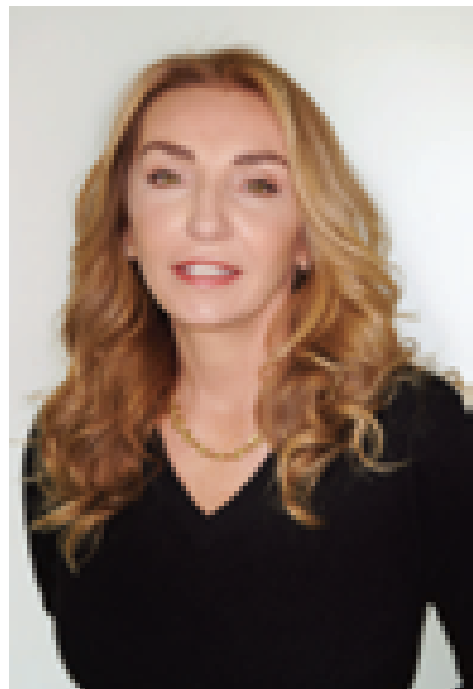
A scriverlo è Alessandra Ghisleri, direttrice di Euromedia Research, nel suo libro *La Repubblica dei sondaggi*

Politologa e direttrice di Euromedia Research, uno dei più importanti istituti operante in Italia nelle ricerche di mercato, ma da tutti conosciuta come "la signora dei sondaggi", Alessandra Paola Ghisleri, non ha bisogno di tante presentazioni. Nel 2007 ha vinto il premio il Germoglio d'Oro della Fondazione Bellisario e nel 2019 il premio Casato Prime Donne. Oggi è la sondagista più contesa della tv.

Come è nata la passione per la sua professione?

«Come nelle migliori tradizioni, sono arrivata alla mia professione per puro caso. Dopo essermi laureata in paleontologia oceanografica con una tesi sui fondali delle isole pontine ho scoperto che non sarei mai riuscita ad avere una vera carriera nella tutela e nella prevenzione del territorio, che è sempre stato il principale obiettivo nella scelta del mio indirizzo di studi. Erano i primi anni 90, decisi di ricominciare da zero- o quasi- riaprendo i libri e impegnandomi in tanti lavori part time: dalle promozioni di prodotti tipici nei supermercati e nei centri commerciali, alla promozione di assicurazioni sulla vita, alla telefonista nei call center, fino alla venditrice e "vestierista" negli show room di moda milanesi. Insomma, mi sono sempre data da fare per essere indipendente e cer-

Alessandra Ghisleri,
direttrice di Euromedia Research



L'evoluzione del sondagista

Un lavoro che è cambiato profondamente negli ultimi 30 anni, trasformandosi grazie a tecnologie digitali ed evoluzioni sociali. Il sondagista è passato da raccoglitore di opinioni a data strategist, con competenze digitali, statistiche, psicologiche e comunicative

cando una strada per una carriera tutta mia. Grazie al fratello di un amico docente in filosofia del diritto sono entrata in un istituto di ricerche di mercato aprendomi alla conoscenza e allo studio di un nuovo lavoro da impiegata part time, fino a ricoprire importanti ruoli nella società e a fondare un'agenzia tutta mia. La leva potente che ha accompagnato il mio percorso di crescita e successo professionale è sempre stata la curiosità. Non si tratta di aver avuto voglia di sapere, ma si è trattato di coltivare il mio slancio interiore verso l'apprendimento continuo, l'adattabilità e l'innovazione».

Quali difficoltà ha incontrato nel suo percorso, i suoi colleghi le hanno fatto pesare di essere donna?

«Essere donna mi è stato fatto pesare in molti contesti, soprattutto dove mi sono scontrata con una cultura arretrata e poco

sensibile. Tuttavia, la consapevolezza dei miei limiti e delle mie capacità e, soprattutto, la tenacia nel perseguire l'obiettivo, grazie anche all'aiuto dei colleghi, sono sempre stati importanti per farmi riconoscere come giovane donna capace e difendere le mie posizioni per ottenere lo stesso riconoscimento degli uomini».

Contro quali pregiudizi si è scontrata?

«Mi sono scontrata con numerosi pregiudizi, spesso radicati in stereotipi culturali che hanno influenzato le percezioni, i comportamenti nei miei confronti e le diverse opportunità offerte. Sono stata etichettata come "troppo emotiva in certi periodi", o "fredda"- per non dire altro-. Mi hanno spesso associata a ruoli di relazione e meno a quelli strategici, tecnici o decisionali. Un giornalista attempato scrisse nel 2006 "che sarebbe stato meglio che fossi tornata a fare il lavoro più antico del

mondo" ... un leone da tastiera ante litteram. Devo constatare che con il crescere dell'età e dell'esperienza tutti questi pregiudizi vanno stemperandosi sempre più».

Come nasce un sondaggio?

«Un sondaggio nasce da un processo strutturato che unisce metodo, obiettivi chiari e strumenti avanzati di raccolta dati. Il desiderio di conoscenza di un altro punto di vista, di una nuova lettura di un fenomeno sociale, della possibilità di inserire nel mercato un nuovo prodotto e tanti altri stimoli stanno alla base della nascita di un sondaggio. Una buona ricerca di mercato non è solo una serie di domande, ma un processo scientifico costruito con cura, metodo e attenzione al contesto».

Com'è cambiato il suo lavoro nel corso del tempo?

«Il mio lavoro è cambiato profondamente negli ultimi 30 anni, trasformandosi grazie a tecnologie digitali, evoluzioni sociali e mutamenti nel modo in cui le persone comunicano e partecipano alla vita quotidiana. A partire dall'evoluzione principale che riguarda proprio la metodologia di contatto e raccolta delle interviste. Dal telefono fisso, ai questionari inviati via posta, si è passati alla raccolta dati attraverso strumenti digitali che permettono di lanciare e raccogliere risultati in poche ore. Le analisi realizzate con software di calcolo semi automatizzati sono state sostituite con strumenti di calcolo rapidi che si avvantaggiano di Ai, piattaforme interattive e data visualization. E infine, anche la raggiungibilità dei contatti è diventata praticamente immediata su scala globale tramite social media, email e app. In 30 anni il sondagista è passato da raccoglitore di opinioni a data strategist, con competenze digitali, statistiche, psicologiche e comunicative. Oggi serve saper leggere la complessità della società con strumenti avanzati, ma anche con etica, rigore e adattabilità».

Gli italiani sono favorevoli alla sicurezza intesa come prevenzione?

«Per rispondere alla sua domanda ho estratto un quesito da una ricerca realizzata a febbraio di quest'anno per la Fondazione Luigi Einaudi Ets sul concetto di sicurezza degli italiani, dove praticamente il 90.0 per cento del campione di 1.000 cittadini italiani maggiorenni associa in maniera diretta alla parola difesa i termini prevenzione e sicurezza» •CG



Il 50% delle persone che si sono ammalate di cancro nel 2024 è destinato a guarire.*

Scegli AIRC. Dai il tuo
5x1000
alla ricerca sul cancro.

Sostieni i programmi di ricerca sulle metastasi di AIRC.
Scopri come su [airc.it/5permille](https://www.airc.it/5permille)

80051890152

codice fiscale

*Fonte: I numeri del cancro in Italia 2024

Roberta,
curata per un
melanoma oculare.



Superare lo sguardo “protettivo” maschile

In politica e in geopolitica, le donne avanzano con le loro forze e le loro competenze che si esprimono anche nelle piazze e nelle imprese. «La tutela degli uomini è solo un ostacolo all'empowerment femminile» afferma Michela Mercuri

Come attesta l'ultima ricerca condotta dall'agenzia delle Nazioni Unite UN Women, il punto di equilibrio tra uomo e donna nella rappresentanza politica è ancora un miraggio. In compenso, Ispi segnala che in nessuna epoca passata tante donne avevano ricoperto ruoli apicali in politica estera e negli organismi internazionali, a testimonianza che la loro leadership gradualmente erode quote a quella maschile, senza per forza connotarsi a livello di genere. «Sfatiamo questo mito - osserva Michela Mercuri, docente universitaria e analista geopolitica specializzata in Nord Africa e Medio Oriente - che le donne in diplomazia e in politica siano più empatiche e meno inclini al conflitto. In realtà, svolgono il loro compito esattamente come gli uomini, che tuttavia le considerano soggetti da tutelare, da proteggere anche nel mondo politico. Ed è proprio questo “sguardo” che va superato, perché rappresenta un ostacolo all'empowerment femminile».

Di questi ostacoli è disseminato il mondo, inclusa l'Africa affacciata sul Mediterraneo a cui un paio d'anni fa ha dedicato un libro. Che orizzonti di empowerment femminile si stanno aprendo in quelle terre?

«Najla Bouden, prima donna premier della Tunisia dal 2021 al 2023, oppure Zeina Akar in Libano, prima donna vicepremier e ministro della Difesa nel biennio 2020-21, sono esempi di come qualcosa in quell'area si stia muovendo. Sono ancora casi rari, tuttavia la leadership femminile nel mondo arabo si riflette in tanti altri prismi: nelle lotte per il cambiamento delle rivolte arabe, dove le donne sono state al centro delle proteste a volte anche innescandole, e divenendone in molti casi addirittura i simboli. E questo lo considero un importante elemento di leadership».

Altri che stanno germogliando?

«Sempre durante le rivolte del 2010 e 2011, in particolare in Tunisia e in Egitto, le donne in piazza hanno svolto anche un ruolo di moderazione sia tra i poliziotti che tra i manifestanti. E questo è stato fondamentale anche per un cambiamento di rotta nell'esercito. Quindi leadership intesa anche come “big changer” del sistema. In più, nel Mediterraneo allargato cresce il peso femminile nel mondo del business. Specie in alcune regioni del Medio Oriente e nei Paesi del Golfo come Arabia Saudita, Giordania, Libano, Siria e Yemen, dove una recente indagine ha rilevato che su 5000 imprese il 13 per cento non solo è di proprietà di una donna, ma è guidato da una donna. E oltre il 30 per cento di queste imprese contano più di 100 dipendenti».

Impossibile non accendere un faro sull'Iran, dove le donne cercano di ribellarsi a una con-



La società iraniana sta cambiando

«Il nuovo Iran dei giovani ha fagocitato il vecchio Iran degli ayatollah. La battaglia delle donne è ancora in corso e il Paese è protagonista di vicende complesse, ma laddove avverrà un cambiamento, a determinarlo saranno donne e giovani»

dizione che ora è critica per tutto il Paese. Quali sviluppi è realistico attendersi su questo teatro di guerra?

«La situazione iraniana è estremamente sfaccettata e va analizzata con le dovute cautele. Intanto ricordo che in Iran il 60 per cento delle donne è laureato in discipline Stem e in generale ci sono più laureate donne che uomini. Certo, nel Codice civile iraniano permangono molti limiti - consente alle ragazze di sposarsi a 13 anni, vieta alle donne sposate di detenere il passaporto e di viaggiare senza il permesso scritto del marito - tuttavia, al netto di queste restrizioni, c'è un fermento giovanile della società femminile che anche in questi giorni sta protestando senza paura e con grande dignità nel Movimento “Donne, vita e libertà”».

Come vanno letti questi segnali?

«Forse il mondo degli ayatollah non se ne accorge o finge di non accorgersene, ma la società iraniana sta cambiando: il nuovo Iran dei giovani ha fagocitato il vecchio Iran degli ayatollah. È chiaro che la battaglia delle donne è ancora in corso e che il Paese in questa fase è protagonista di vicende internazionali molto complesse a livello

geopolitico, ma sicuramente laddove avverrà un cambiamento, a determinarlo saranno donne e giovani».

Nel suo settore di analisi geopolitica invece, come si sta bilanciando il rapporto con gli uomini e in quali stereotipi di genere si è imbattuta prima di affermarsi?

«In realtà, soprattutto negli ultimi 10 anni sono emerse tantissime figure di colleghe bravissime e studiosi di geopolitica. Personalmente, in 20 anni che me ne occupo non mi sono imbattuta in nessuno stereotipo né nel mondo accademico e neppure in quello televisivo che a volte frequento come opinionista. Tra l'altro sono anche riservista dell'Esercito con il grado di capitano e anche in questo caso non sono stata soggetta ad alcun stereotipo e a nessun trattamento di favore. Sono stata addestrata con gli stessi compiti e le stesse attività dei miei colleghi uomini».

Alle nuove generazioni di donne che cercano ispirazione per esprimere al massimo il loro talento, quali “role model” indicherebbe?

«Credo che in questo momento alle donne non serva un modello ispiratore, ma soltanto col-

tivare e credere nelle loro capacità. Io sono una docente, ho classi prevalentemente femminili in cui incontro volti e occhi di ragazze che hanno grandi ambizioni, grandi doti e credo che nella maggior parte dei casi potrebbero raggiungere i loro obiettivi laddove volessero continuare in questo percorso. L'ispirazione non deve essere trovata al di fuori, ma in se stesse: in questo magari docenti o altre figure simili possono aiutare, preparandole a essere competitive nel mondo politico al pari dei loro colleghi maschili». • **Gaetano Gemiti**

Michela Mercuri, professoressa universitaria, editorialista ed esperta di Medio Oriente e Nord Africa



Oltre il soffitto di cristallo

Cristina Prandi è la prima rettrice dell'Università di Torino in 621 anni di storia dell'Università, fondata nel 1404. Un segnale forte di come le donne possano e debbano essere protagoniste nei ruoli decisionali della cultura e della ricerca

«Sono molto emozionata di essere la prima rettrice di questa storica università, spero di essere la prima tra tante. Il soffitto di cristallo diventa finalmente accessibile. Partiremo dalle azioni indicate nei primi 100 giorni con priorità riguardo l'edilizia, l'internazionalizzazione e la velocizzazione dei processi amministrativi». Ha commentato così la sua nomina Cristina Prandi, professoressa ordinaria di chimica organica. È stata eletta al secondo turno delle elezioni rettorali, conclusosi il 12 giugno con 1.538 voti (54,6 per cento), superando quindi la soglia della maggioranza assoluta necessaria per l'elezione. Il suo avversario, Raffaele Caterina, professore ordinario di diritto privato del Dipartimento di Giurisprudenza, ha ricevuto 1.135 preferenze, pari al 40,3 per cento dei voti.

Quali sono i punti più salienti del suo programma?

«Il mio programma si fonda su un'idea chiara: l'Università di Torino deve essere un luogo aperto, inclusivo, dinamico e capace di affrontare con lucidità le sfide contemporanee. Tra i punti chiave ci sono il rafforzamento della qualità della ricerca e della didattica, l'internazionalizzazione, la valorizzazione del personale tecnico-amministrativo e docente, la semplificazione dei processi e l'innovazione organizzativa. Tra le grandi sfide è prioritario elaborare una strategia post Pnrr che affronti il tema della precarietà dei ricercatori. Grande attenzione è riservata anche alla sostenibilità ambientale, alla digitalizzazione intelligente e alla promozione dell'equità di genere. Intendo favorire un modello di governance partecipativo e trasparente, che valorizzi le competenze diffuse all'interno dell'Ateneo e rafforzi il dia-

Cristina Prandi,
rettrice dell'Università di Torino



L'internazionalizzazione della ricerca è una priorità strategica. Occorre rafforzare le strutture di supporto alla progettazione europea, semplificare i passaggi amministrativi e creare incentivi per la partecipazione a call internazionali

logo tra tutte le componenti della comunità universitaria».

Tra gli ostacoli incontrati nel suo percorso professionale, il fatto di essere donna ha influito?

«Sì, in alcuni momenti il fatto di essere donna ha rappresentato una difficoltà, più o meno visibile. Spesso ci si scontra con aspettative diverse, con stereotipi radicati o con la fatica di dover dimostrare più degli altri. Non si tratta solo di episodi eclatanti, ma anche di micro-dinamiche che nel tempo possono scoraggiare o rallentare una carriera. Tuttavia, credo che la forza delle reti tra donne, il sostegno reciproco e la determinazione personale siano strumenti potenti per affrontare questi ostacoli. È anche per questo che considero l'attenzione all'equità di genere non solo un tema politico, ma anche profondamente culturale».

La parità di genere non può restare una dichiarazione di principio: come pensa si possa tradurre in scelte strutturali, accessibili a tutte le donne, capaci di valorizzare pienamente il loro contributo?

«Serve una strategia a più livelli. Anzitutto, occorre potenziare strumenti di valutazione e mo-

nitoreggio del divario di genere- come il Bilancio di Genere o il Gender Equality Plan- ma anche agire sulla cultura organizzativa. Significa rivedere i tempi e i criteri della carriera accademica, prevedere misure di sostegno reali alla genitorialità, valorizzare competenze trasversali spesso penalizzate nei percorsi tradizionali. Va promosso un linguaggio inclusivo, una leadership diffusa, e soprattutto va assicurato che le politiche di equità non restino confinate a progetti isolati, ma permeino la struttura dell'Ateneo. La parità non è una concessione, è una condizione per migliorare l'intero sistema universitario».

Per molte donne, conciliare aspirazioni professionali e responsabilità familiari resta una sfida complessa. Come pensa si possano aiutare?

«Bisogna partire dal riconoscimento di questa complessità. L'università, che è un luogo di formazione e innovazione, deve essere anche un modello di equilibrio tra vita e lavoro. Intendo promuovere orari flessibili e lavoro da remoto per il personale tecnico-amministrativo dove possibile, semplificare le procedure per congedi e permessi, migliorare l'accesso ai servizi di supporto alla genitorialità. Ma soprattutto, dob-

biamo lavorare per cambiare la narrazione: non si tratta solo di "aiutare le donne", ma di costruire un'organizzazione che riconosca e valorizzi le diverse traiettorie di vita».

Conquistare progetti di ricerca internazionale è uno dei suoi obiettivi: come intende muoversi per realizzarlo?

«L'internazionalizzazione della ricerca è una priorità strategica. Intendo rafforzare le strutture di supporto alla progettazione europea, semplificare i passaggi amministrativi e creare incentivi per la partecipazione a call internazionali. Occorre anche investire nella formazione del personale e dei giovani ricercatori, affinché possano essere competitivi in un contesto globale. Sarà importante consolidare reti esistenti, ma anche stimolare la costruzione di nuove alleanze, con particolare attenzione alle missioni europee e agli obiettivi dell'Agenda 2030».

Una delle novità del programma è il rafforzamento della collaborazione con il Politecnico di Torino.

«Credo fortemente in una sinergia strutturale e continuativa tra Università di Torino e Politecnico. Siamo due grandi istituzioni con storie e competenze diverse, ma complementari. Collaborare su progetti interdisciplinari, didattica integrata, dottorati congiunti e infrastrutture comuni può generare valore per entrambe le realtà, per il territorio e per la capacità di attrarre risorse e talenti. Vorrei che questa alleanza diventasse una delle cifre distintive del nostro Ateneo nei prossimi anni: una collaborazione solida, fondata sulla stima reciproca e orientata all'impatto». •Cristiana Golfarelli

Una grande forza creativa e gestionale

Competenti, visionarie, coraggiose, portatrici di una mentalità plurale. Le figure femminili «ispirano nuove generazioni e rendono la cultura uno spazio davvero equo e inclusivo». Il MAXXI guidato Maria Emanuela Bruni ne è l'emblema

Signore della scienza, di penna, di scena e delle istituzioni che, rimanendo spesso nell'ombra, hanno influenzato il destino delle comunità di appartenenza, segnando la storia dell'intera nazione. Le ha raccontate a marzo il progetto "L'Italia delle donne", ospitato per la seconda volta dopo il debutto dell'anno scorso nella cornice del Maxxi, "santuario" dell'avanguardia artistica italiana. Guidato a sua volta da una personalità femminile eccellente che da alcuni mesi ha rilevato il timone da Alessandro Giuli, nel frattempo nominato ministro della Cultura. «Questa iniziativa promossa dal Ministero per le pari opportunità ha rappresentato un momento importante - osserva Maria Emanuela Bruni, presidente della Fondazione MAXXI - ma per il museo la valorizzazione del talento femminile è un impegno costante».

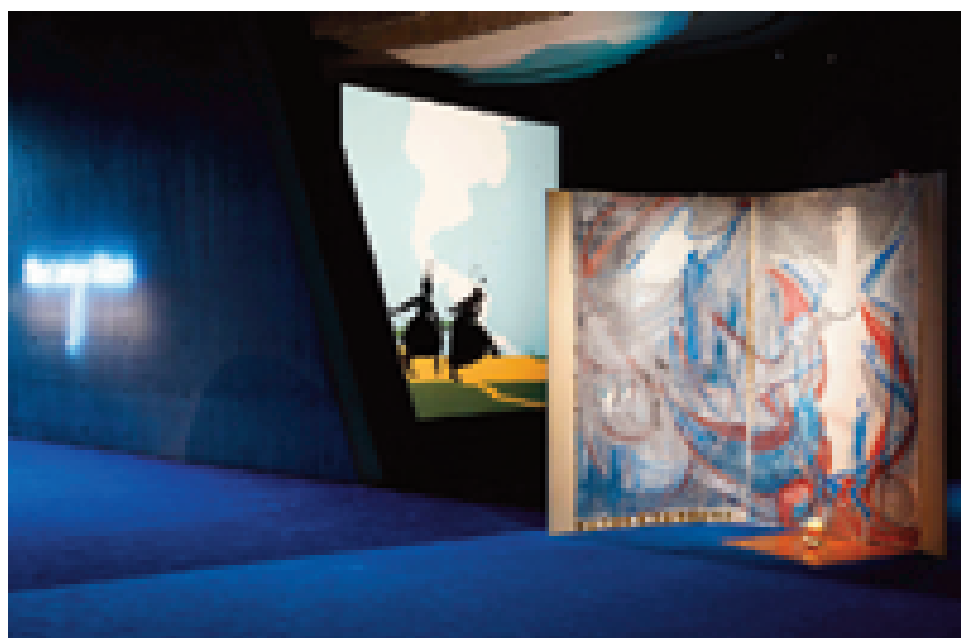
Prima ancora che dai contenuti proposti al pubblico, partiamo da dentro. Che ambiente ha trovato al MAXXI in termini di gender equality e che modello di governance ha cercato di impostare?

«Assumere la guida della Fondazione MAXXI è stata una sfida e una grande responsabilità. È un ambiente dinamico, composto in larghissima maggioranza da professionalità femminili, a testimonianza della forza creativa e gestionale delle donne nel nostro settore. L'obiettivo condiviso è quello di creare e consolidare una governance collaborativa, che valorizzi il merito, le compe-

Maria Emanuela Bruni,
presidente Fondazione MAXXI



Pasqualini & Fucilla/MUSA



Collezione MAXXI The Large Glass - foto@Musacchio, Pasqualini & Fucilla/MUSA, courtesy Fondazione MAXXI

Le donne mentori non mancano

Penso a Zaha Hadid, che con il progetto del MAXXI ha lasciato un segno visionario nell'architettura contemporanea, o a Palma Bucarelli, prima donna a dirigere un museo pubblico in Italia, la Galleria Nazionale d'Arte Moderna, che ha guidato con coraggio e modernità per oltre trent'anni

tenze e la pluralità di visioni anche nei ruoli decisionali».

La leadership di una donna nel mondo culturale lascia un'impronta diversa da quella di un uomo. Per cosa si distingue e in quali situazioni dimostra di poter fare la differenza con il suo approccio?

«Credo che la leadership femminile si distingua per la capacità di ascolto, per l'attenzione alle relazioni e per una visione sistemica che integra sensibilità, pragmatismo e innovazione. Nei luoghi della cultura, dove la pluralità di visioni è essenziale, questo tipo di leadership può essere un motore di trasformazione. Non si tratta di contrapposizione tra generi, ma di una complementarità che può fare la differenza in termini di impatto e di innovazione».

Se il gender gap è più attenuato alla base di tutti i settori, si acuisce alzando lo sguardo ai ruoli apicali. Da donna al vertice, quali percorsi possono favorire l'empowerment femminile in ambito culturale?

«Il cambiamento reale si compie trasfor-

mando le condizioni strutturali. Servono percorsi di mentoring, formazione e accesso alle reti professionali che facilitino l'ascesa ai vertici. Nel mondo della cultura, la presenza femminile in ruoli apicali è significativa: diverse le donne che guidano istituzioni, musei e realtà culturali con visione e competenza. Questi esempi virtuosi vanno sostenuti e valorizzati per consolidare una leadership femminile duratura, capace di ispirare nuove generazioni e rendere la cultura uno spazio davvero equo e inclusivo».

Avere buoni mentori può essere il primo trampolino per lanciare una carriera. Oggi quali donne pensa possano essere d'ispirazione per le giovani che sognano di imporsi nel panorama culturale e artistico italiano?

«L'Italia è ricca di figure femminili che, con percorsi diversi, hanno saputo ridefinire i linguaggi della cultura. Le ispirazioni non mancano: artiste, curatrici, architette, ricercatrici, manager culturali. Penso a Zaha Hadid, che con il progetto del MAXXI ha lasciato un

segno visionario nell'architettura contemporanea, o a Palma Bucarelli, prima donna a dirigere un museo pubblico in Italia, la Galleria Nazionale d'Arte Moderna, che ha guidato con coraggio e modernità per oltre trent'anni. Ma penso anche a giovani professioniste che oggi operano nei musei, nelle istituzioni culturali, nella produzione indipendente. Raccontare storie di successo al femminile può aiutare a mostrare alle giovani studentesse e anche alle professioniste del settore che una carriera nella cultura è possibile, sostenibile - e soprattutto - necessaria».

Oltre alle storie invisibili di donne incredibili poste in vetrina da "L'Italia delle donne", quali appuntamenti avete in corso per celebrare il valore e il talento creativo femminile?

«La mostra True Colors, in corso al MAXXI L'Aquila, con artiste come Rosemarie Trockel che sovverte stereotipi di genere con le sue "pitture a maglia"; Isabella Ducrot, che intreccia memoria e materia; Marinella Senatore, con opere partecipative e socialmente condivise; e Claudia Losi, che costruisce narrazioni collettive tra culture diverse. Quattro sguardi diversi che fanno della creatività femminile uno strumento potente per leggere il passato e immaginare il futuro».

Nei prossimi mesi invece, cosa tenete in serbo?

«In autunno, ci sarà un focus dagli archivi del MAXXI su Elisabetta Catalano, straordinaria fotografa che ha raccontato l'arte e la cultura italiana del Novecento; una mostra su Sveva Caetani, artista affascinante che ha vissuto a cavallo fra due continenti e una grande personale di Rosa Barba, artista e filmmaker tra le più note nel panorama artistico contemporaneo internazionale».

•Gaetano Gemiti



Something in the water, foto@Luis do Rosario, courtesy Fondazione MAXXI



komen.italia  PER LA SALUTE FEMMINILE

PREVENZIONE, CURA, RICERCA

RACE FOR THE CURE

SUSAN G. KOMEN  AMERICAN SOCIETY OF BREAST CANCER RESEARCH

RACE FOR THE CURE

RACE FOR THE CURE

2025

BOLOGNA	19-21	settembre
BRESCIA	26-28	settembre
MATERA	26-28	settembre
SALERNO	4-5	ottobre
CASERTA	10-12	ottobre
CAPUA	18-19	ottobre
NAPOLI	7-9	novembre

DONA e ISCRIVITI ADESSO
www.raceforthe cure.it

Sostieni la più grande manifestazione del mondo
per la lotta ai tumori del seno



**komen.
italia**



PER LA SALUTE
FEMMINILE

PREVENZIONE, CURA, RICERCA

Minori maltrattati, cresce l'emergenza

Raccolta dei dati, un tavolo di coordinamento esteso, formazione degli operatori e sostegno alle fragilità genitoriali. L'analisi di Marina Terragni, autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza, per fermare i soprusi sui minori

Trascurati, sottoposti a maltrattamenti fisici e abusi psicologici, costretti ad assistere alla violenza su un loro caro. È la realtà di un- pur troppo- crescente numero di bambini e adolescenti italiani. Dei 374.310 minorenni presi in carico dai servizi sociali, infatti, 113.892 sono vittime di maltrattamento, ovvero il 30,4 per cento. È un'impennata del 58 per cento rispetto alla precedente rilevazione del 2018, quando il dato era al 19,3 per cento, quella che emerge dalla III Indagine nazionale sul maltrattamento di bambini e adolescenti, realizzata da Terre des Hommes e Cismai per l'Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza. Ed è proprio con l'autorità garante, Marina Terragni, che andiamo ad analizzare questo preoccupante scenario.

Quali sono le criticità che più la preoccupano, a partire dalla provenienza dei maltrattamenti?

«Direi che il dato più preoccupante è proprio questo: il fatto che ben l'87 per cento dei casi di maltrattamento avviene all'interno della ristretta cerchia familiare. Quindi l'"orco" è in casa, non si incontra per strada come saremmo propensi a immaginare. L'altro dato preoccupante è che se un terzo dei maltrattamenti è classificabile come neglect (trascuratezza) nelle sue varie forme - educativo, emozionale e fisico -, un altro terzo va ricondotto alla violenza assistita, che come sappiamo deve essere classificata come violenza subita dai minori. Questo ci parla di nuclei familiari altamente conflittuali, nella stragrandissima maggioranza padri e mariti violenti, e fa pensare a un som-

Marina Terragni, autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza



merso almeno altrettanto importante e non rilevato. Fragilità e disfunzionalità dei nuclei familiari sono all'origine di grande parte dei problemi di bambini e adolescenti; problemi che chiedono oggi tutta la nostra attenzione e ci impegnano a elaborare e praticare misure di sostegno e supporto in chiave di efficace prevenzione».

La legislazione del nostro Paese in materia di violenza di genere è all'avanguardia. Cosa manca per un effettivo contrasto alla violenza domestica?

«Serve una lotta senza quartiere alla logica del dominio di un sesso sull'altro come principio regolatore della convivenza umana. Serve la costruzione di un'idea del maschile che possa fare a meno di questo dispositivo. Un impegno che va applicato in ogni ambito e da ogni agenzia educativa, scuola compresa. Ma, su questo fronte, il compito della famiglia non è sostituibile né surrogabile. La struttura di personalità, anche e soprattutto nei suoi aspetti emozionali, si forma sin dai primissimi mesi di vita. Per questo, ribadisco, i nuclei familiari -sempre più piccoli e isolati, ormai da tempo privi del sostegno indispensabile della famiglia più ampia e della comunità circostante- vanno supportati fin dal loro nascere».

Le raccomandazioni che avete fornito come autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza, delineano un quadro di intervento complesso che si basa sul programma Inspire, dalla raccolta dei dati alla predisposizione di un piano integrato e di linee guida per gestire questo multiforme fenomeno. Qual è l'impianto di cui dovrebbe dotarsi l'Ita-

lia?

«Di sicuro, è necessario continuare a monitorare attentamente la situazione, perfezionando e rendendo metodica la raccolta dati: la nostra III indagine segna un punto di svolta, sia dal punto di vista metodologico sia nella categorizzazione degli abusi. Questo ci consente un raffronto con la situazione di altri Paesi in cui le buone pratiche, in particolare il programma Inspire, indicano una strada possibile per la prevenzione e il contenimento dei casi di maltrattamento. Ci si deve anche convincere del fatto che un investimento in questo campo equivale a una futura riduzione della spesa sociale: com'è noto, tra l'altro, ogni minore maltrattato corre il rischio di diventare a sua volta un adulto maltrattante, spirale che va in ogni modo interrotta. Servirebbe anche un tavolo di coordinamento di tutte le realtà istituzionali che si occupano di infanzia e adolescenza, tema che oggi chiama la nostra massima attenzione».

Prevenzione, precoce segnalazione delle vittime, sostegno alle fragilità genitoriali, come si può affrontare concretamente la violenza su bambini, bambine e adolescenti?

«Molto importante è la formazione di tutti gli addetti all'infanzia e all'adolescenza -dai pediatri agli assistenti sociali, dagli insegnanti agli addetti dei tribunali-, perché sappiano riconoscere e individuare sul nascere ogni forma di abuso, porsi in ascolto dei minori e decifrare segnali verbali e non verbali che indichino un maltrattamento. A questo riguardo, infatti, non deve confortarci il fatto che, nella fascia d'età 0-5 anni, i casi di abuso costituiscono "solo" il 18 per cento del totale, numero relativamente esiguo rispetto alle percentuali registrate in fasce di età più avanzate: verosimilmente si tratta qui della maggiore difficoltà di intercettare il maltrattamento, difficoltà riconducibile al fatto che i più piccoli hanno ridotte capacità di comunicazione e verbalizzazione». • **Francesca Druidi**

87 %

Maltrattamenti

Avviene all'interno della ristretta cerchia familiare. Quindi l'"orco" è in casa, non si incontra per strada come saremmo propensi a immaginare

Adulti e adolescenti, il nodo delle emozioni

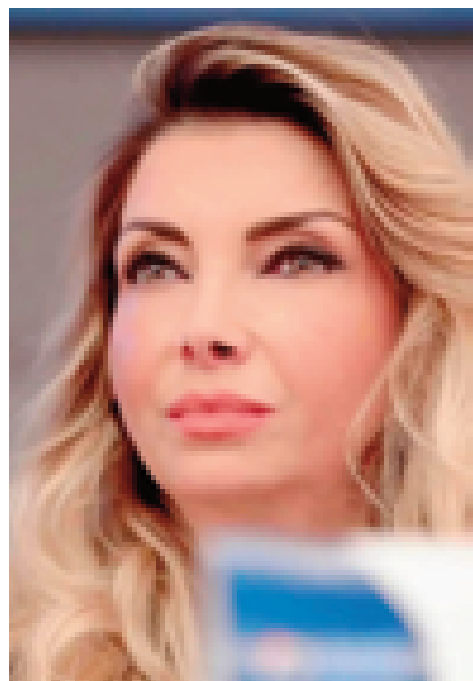
Di fronte al malessere psicologico dilagante delle giovani generazioni, gli adulti hanno grandi responsabilità. I giovani devono imparare a gestire le emozioni in un contesto sociale iperconnesso. Il punto di vista della psicologa e psicoterapeuta Simona Abate

Gli adolescenti di oggi sono figli di un modello familiare, e soprattutto sociale, che spesso porta loro a non accettare le emozioni negative, con tutte le conseguenze che ne derivano. Ne parliamo con Simona Abate, dirigente psicologa presso l'Azienda Ospedaliera Universitaria Sant'Andrea di Roma e giudice onorario presso il Tribunale di Sorveglianza della Capitale.

Dottoressa, possiamo identificare le cause dell'attuale disagio degli adolescenti?

«L'adolescente si trova in una fase evolutiva in cui non è più un bambino, ma non è nemmeno ancora un adulto. Ciò significa che è a caccia della sua identità e questo è un po' l'elemento che come genitori, educatori, insegnanti o psicologi dobbiamo tenere in considerazione. Il disagio per un giovane nasce da una costruzione falsificata della propria identità, in cui entrano in gioco il web e i social: strumenti che lo espongono allo sguardo altrui e al confronto giornaliero. Rispetto alle scorse generazioni, oggi l'identità di un adolescente è fortemente legata anche al virtuale, che amplifica e potenzia aspetti di frustrazione, di pressione estetica - con modelli spesso irraggiungibili - e manifestazioni di odio e bullismo (cyberbullismo). Un ragazzo o una ragazza che, con fatica, cerca di costruire sé stesso/a, inizia presto a essere dipendente dal giudizio esterno, trovando conferme dalla richiesta di approvazione e dal riconoscimento attraverso il gradimento online. C'è poi da considerare cosa avviene nelle mura domestiche. Abbiamo figure educative

Simona Abate, dirigente psicologa presso
AOU Sant'Andrea di Roma



Offrire spazi di ascolto

Molti consultori hanno attivato una modalità di aiuto peer-to-peer, con gruppi di giovani che si riuniscono per condividere le proprie esperienze di disagio, offrendo supporto reciproco. Sono modalità molto utili

adulte e significative su cui contare?».

La risposta è spesso negativa.

«Non possiamo nascondersi il fatto che la struttura familiare è in crisi e non è più solida come un tempo. Inoltre, i genitori spesso sviluppano aspettative molto alte nei confronti dei figli, chiamati a essere vincenti e competitivi non solo nella sfera sociale, ma anche in quella familiare».

Ha dichiarato che l'educazione alla tolleranza delle frustrazioni è un nodo cruciale per le nuove generazioni. Perché i giovani faticano ad accettare i "no" che incontrano sulla loro strada?

«Innanzitutto, i giovani oggi faticano a dare un nome alle proprie emozioni, che sia rabbia o paura. Questo è un aspetto preoccupante perché è dal riconoscimento e dall'espressione delle emozioni che prende avvio la risoluzione del conflitto interiore. Si parla di Alessitimia per definire l'assenza di parole per le emozioni. In una società dominata dalla cultura dell'immediatezza come

dai settori a loro più vicini, come musica e serie televisive».

Come devono comportarsi gli adulti?

«Ragazzi e ragazze hanno bisogno di adulti affidabili e coerenti, capaci di essere realmente punti di riferimento. I genitori devono saper dire no con fermezza; farlo significa contribuire alla crescita dei propri figli, ad alimentare la loro tolleranza alla frustrazione. Quando un bambino sente un no, impara a fronteggiare un limite e a trovargli una collocazione nella sua interiorità. È importante, quindi, che un adulto, un genitore, riesca a far esprimere a un giovane le proprie emozioni, restando al suo fianco. È un processo che implica empatia, ascolto, tempo, soprattutto implica una presenza relazionale. Genitori e figli che, in casa, restano davanti ai propri smartphone non sviluppano alcun dialogo».

È possibile prevenire il disagio?

«Sì, non dobbiamo aspettare che la situazione sia fuori controllo ma prevenire il disagio, informando, raccogliendo le emozioni dei giovani, intervenendo qualora vi fosse un problema. L'adolescente rifugge il giudizio degli adulti e alza barriere, per questo va ascoltato senza preconcetti. Occorre offrire spazi di ascolto. Molti consultori hanno attivato una modalità di aiuto peer-to-peer, con gruppi di giovani che si riuniscono per condividere le proprie esperienze di disagio (ansia, depressione, dipendenze), offrendo supporto reciproco. Sono modalità molto utili che rivalutano l'importanza della rete di sostegno sociale, della rete di comunità. È importante che i genitori favoriscano la partecipazione dei loro figli all'associazionismo, perché li allontana dalla solitudine che produce isolamento e propensione all'aggressività».

È favorevole all'organizzazione di corsi di educazione affettiva a scuola?

«È un tema complesso e delicato. Va premesso che alla scuola non va delegato un compito che spetta alla famiglia, ma sono convinta dell'utilità di un'alleanza educativa. Serve un linguaggio comune tra scuola e famiglia, oltre a un impegno condiviso per remare tutti nella stessa direzione. Ritengo che siano comunque gli psicologi scolastici, psicologi specializzati nell'età dello sviluppo, a dover condurre questi spazi educativi, informativi ed educativi di prevenzione all'interno delle scuole. Gli insegnanti, dal canto loro, dovrebbero essere preparati a ricevere una richiesta di aiuto dai loro studenti, perché anche loro rappresentano un punto di riferimento autorevole per i ragazzi. Non si chiede loro di essere psicologi, ma piuttosto di farsi, pronti ad accendersi quando intercettano il malessere dei giovani».

• **Francesca Druidi**

Le preoccupanti prospettive dell'uso pervasivo del virtuale

I social per i ragazzi stanno diventando un pericoloso sostituto della socialità. È fondamentale che gli adulti forniscano un'educazione all'uso virtuoso del web, dando in prima persona un esempio positivo. L'analisi della professoressa Maria Rita Parsi

«**V**iviamo in una società sregolata di spinti, spioni e persone isolate, facilmente manipolabili e che possono essere vittime di fake news. La salute mentale dei ragazzi sta peggiorando in maniera incredibile anche perché manca sensibilità da parte degli adulti, che sono i primi responsabili. Se il telefonino e i social non vengono utilizzati in modo virtuoso diventano controproducenti, isolanti, sostitutivi dell'umano». Tuona così la professoressa Maria Rita Parsi, psicopedagoga e psicoterapeuta, profonda conoscitrice dell'universo giovanile, della natura dei legami familiari e degli aspetti più reconditi delle fragilità umane.

Quali sono i maggiori rischi connessi all'uso dei social da parte di ragazzi e bambini in età sempre più precoce?

«I social stanno diventando un sostituto della socialità. Con "La carta di Alba", nel 2008 ho cominciato a mettere in guardia sull'utilizzo dei telefonini e del web, proprio perché intuivo che da mezzi straordinariamente utili per la comunicazione, avrebbero potuto trasformarsi in un serio pericolo per i bambini e gli adolescenti e sarebbero stati motivo di isolamento oltre che di stress. Avrebbero inoltre potuto rappresentare un'insidiosa ancora di salvataggio dalla solitudine, perché inibiscono la capacità di stare nel reale. Questi strumenti catturano l'immaginario e mettono la persona in condizione non più di creare ma di dipendere. In Generazione H, dove H sta per Hikikomori, ho trattato questo grande problema: ragazzi ritirati che non vanno a scuo-

La professoressa Maria Rita Parsi, psicopedagoga, psicoterapeuta, docente universitaria, editorialista e scrittrice



L'uso smodato dei social

Noi adulti abbiamo il dovere di intervenire e prevenire questo problema controllando i minori, dandogli i tempi in cui possono stare al computer e rendendoli consapevoli dei rischi che corrono

la, stanno chiusi per tutta la giornata davanti al computer che diventa come una droga, rifiutano la socializzazione. La colpa è di noi adulti che non solo abbiamo evaso i nostri doveri, ma abbiamo anche dato degli esempi terrificanti di internet addiction: i ragazzini hanno imparato dai genitori e dal contesto che li circonda».

Cosa possono fare gli adulti per arginare questi pericoli?

«Noi adulti abbiamo il dovere di intervenire e prevenire questo problema controllando i minori, dandogli i tempi in cui possono stare al computer e rendendoli consapevoli dei rischi che corrono. Dobbiamo tenerli in una condizione di utilizzo positivo. Dobbiamo partire da noi stessi attraverso l'informazione per poi aiutare i ragazzi nella gestione dei social. È fondamentale l'educazione a un uso non pervasivo del virtuale, così come il rispetto della loro privacy. Tra le materie scolastiche dovrebbero essere inserite: educazione all'uso virtuoso del virtuale, educazione sessuale e educazione al rispetto dell'ambiente».

Cosa pensa degli atti di bullismo e cyberbullismo sempre più frequenti?

«Penso che i ragazzi mettano in scena quello che assorbono dai due contesti principa-

psichico verso quello fisico; sono i modi di reagire dei ragazzi quando non si sentono ascoltati e guidati».

Gli adulti in questo contesto come si muovono?

«Purtroppo spesso questi segnali non vengono colti e prevale l'atteggiamento di fare finta di nulla fino a quando non succede la tragedia. Si deve fare prevenzione a partire dalle scuole, individuare attraverso gli atteggiamenti di disagio dei bambini i campanelli d'allarme che poi ci permettono di agire».

A suo avviso cosa si può e si deve fare?

«Uno dei miei progetti in cui credo fortemente è "La scuola al centro". Su questo insisto molto perché le scuole devono diventare centri culturali polivalenti, aperti dalla mattina alla sera, soprattutto nei luoghi più degradati. Bisogna puntare sulla formazione degli insegnanti e fare entrare nella scuola laboratori di creatività, presentazioni di libri, cineforum, polimusei, biblioteche, mense e un'équipe antropopsicosociopedagogica stabile in ogni istituto. La scuola deve fare cultura, non dare voti».

Dopo una vita dedicata alla tutela dei bambini, con il suo libro *Noi siamo bellissimi* si è occupata per la prima volta degli anziani. Non per difenderli, ma per esortarli a liberarsi dai lacci che finora li hanno trattiene. Quale messaggio vuole tramettere?

«Questo libro è per quelli che dovrebbero affrontare la terza età come la migliore, perché è l'ultima occasione della loro vita. *Noi siamo bellissimi* è un elogio della vecchiaia adolescente, gli anziani e gli adolescenti hanno lo stesso circuito neurobiochimico di gratificazione. È un libro anche autobiografico, perché nato dall'urgenza di condividere con i miei lettori e coetanei la mia esperienza personale. Non bisogna pensare: "Sono vecchio, dunque ho finito", bensì "Sono vecchio, dunque mi libero". Ruota tutto intorno a questo imperativo il mio messaggio. Il consiglio, per chi ha raggiunto la terza età, è di fare anzitutto un bilancio su cui basare la ripartenza della propria vita: per fare quello che non si è ancora fatto, risolvere quello che non si è risolto e anche capire perché non lo si è fatto prima. È l'occasione per togliersi qualche sassolino dalla scarpa. Chiudono queste pagine dieci storie esemplari di vecchiaia adolescente, dieci testimonianze che sono altrettanti esempi di "come si può fare". Sì, la vecchiaia può essere bellissima. E se sappiamo approfittare della libertà che ci concede, può dare un senso a tutta la nostra vita». • CG

li in cui ruota la loro esistenza, ovvero la famiglia e la scuola. Se vivono in un ambiente disfunzionale, pieno di conflitti e di sofferenze, i ragazzi non fanno altro che metterli in scena in varie forme. Diventano molto violenti oppure depressi, spesso si isolano nel mondo virtuale. Oppure mettono in scena proprio il conflitto, quindi individuano un elemento di fragilità, che è la proiezione della fragilità che sentono dentro di loro, e cercano di aggredirlo e di abbatterlo. Nel mondo virtuale tutto questo diventa cyberbullismo».

Chi sono i bulli?

«I bulli e cyberbulli sono adolescenti e ragazzi che esprimono il loro forte disagio attraverso atti di persecuzione nei confronti di chi è più debole rispetto a loro, in questo modo esprimono la loro violenza interna. In poche parole mettono in atto le violenze psicologiche o fisiche che sentono di aver subito dagli adulti nei confronti di soggetti più fragili».

Che segnali danno prima di esplodere?

«Spesso cercano di attirare l'attenzione degli adulti con atteggiamenti di chiusura, di distrettività o di malessere anche fisico. I disturbi alimentari sono tra i segnali che ci devono alertare, così come i disturbi del sonno, ansia, angoscia, autolesionismo. Vengono inconsapevolmente utilizzati per spostare il dolore

Il piano straordinario per la maternità non è più rimandabile

Un ritratto delle mamme d'Italia è quello tracciato dall'inviata de Il Sole 24 Ore Manuela Perrone con la collega Monica D'Ascenzo. Un'analisi che sfida i luoghi comuni sulla maternità e sposta la prospettiva dalle donne al sistema Paese

Superare l'ideologia attorno alla maternità per delineare un quadro autentico della complessità dell'essere madri oggi in Italia. È quanto si prefiggono le giornaliste e scrittrici de Il Sole 24 Ore e Alley Oop, la sezione online dedicata ai diritti, Manuela Perrone e Monica D'Ascenzo nel saggio *Mamme d'Italia. Chi sono, come stanno, cosa vogliono* (edito da Il Sole 24 Ore). Manuela Perrone, da anni impegnata nella promozione della parità di genere e nel contrasto alla violenza sulle donne, fondatrice dell'organizzazione Tutto un altro genere, ci spiega perché un piano straordinario per la maternità non è più rimandabile. Un piano che però sostenga concretamente le donne e non le colpevolizzi per le loro scelte di vita e lavoro.

Desiderio, scelta e libertà sono temi determinanti nelle riflessioni del libro, che si articolano in sette capitoli: scelta, corpo, mente, coppia, amicizia, lavoro, diritti. Cosa vogliono le mamme italiane e cosa in realtà sono oggi realmente libere di ottenere?

«La fotografia dell'Istat aiuta a capire innanzitutto chi sono oggi le mamme italiane: sempre di meno (nel 2021 i single hanno superato le coppie con figli), sempre più sole (i nuclei con un solo genitore sono cresciuti del 44 per cento in dieci anni, a quota 3,8 milioni, di cui ben 2,96 milioni sono madri) e ancora ai margini del mercato del lavoro retribuito. Una donna su cinque smette di lavorare dopo la nascita del primo figlio. Il tasso di occupazione



Bonus e incentivi
L'attenzione del Governo c'è. Il problema è che le misure approvate finora non sono in grado da sole di invertire la rotta

scende dal 69,3 per cento delle single senza figli al 57,2 per cento delle madri in coppia. In questo caso, lo scarto con gli uomini sfiora i trenta punti percentuali. Le conseguenze sono pesanti e minano l'indipendenza e la sicurezza delle donne. Una catena di penalty inescapata dalla child penalty, la prima e la più violenta. Ma faremmo un grande torto alle mamme se le chiamassimo inattive: ricade sulle loro spalle quasi tutto il lavoro non retribuito di cura della casa, dei figli e degli anziani. Un lavoro talmente invisibile che l'ultima stima del suo valore risale al 2014: 557 miliardi, il 34,4 per cento del Pil».

Nell'agenda del Governo Meloni, natalità e lavoro vanno a braccetto. Come valuta le misure prese dall'Esecutivo per mettere le donne nelle condizioni di non dover scegliere tra carriera e maternità e come, in generale, la politica dovrebbe affrontare questi temi?

«L'attenzione del Governo c'è. Il problema è

siano lasciate sole con tutto il peso della cura sulle loro spalle?

«Il ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti, davanti alla commissione d'inchiesta della Camera sulla transizione demografica, ha appena definito "drammatico" lo spopolamento del Paese. Poiché la denatalità è un'emergenza, sociale ed economica, servirebbe un piano straordinario che agisca su tutti i fronti: l'istruzione, il fattore più potente per abbattere le disuguaglianze e permettere a tutti di compiere scelte libere; la leva fiscale generale per sostenere le famiglie con figli; l'addio a tutti i disincentivi al lavoro delle madri; la lotta senza quartiere alle discriminazioni; interventi per favorire l'occupazione femminile e impedire che sia scarsa, discontinua e mal retribuita; la costruzione di una rete di servizi, dagli asili alle strutture per la terza età; la strenua difesa delle madri dalla violenza, anche economica e istituzionale. Ma occorre anche un cambiamento nel privato di ciascuno di noi. La condivisione dei compiti in casa non si stabilisce per legge: si pretende».

In Italia si colpevolizzano le donne per l'inverno demografico. Ma, come ribadite nel libro, la maternità non è un destino o un dovere. Quali condizioni dovrebbero sussistere nel nostro Paese per non far scontare alle donne il prezzo della maternità?

«Siamo arrivati al paradosso per cui finiamo sempre sul banco degli imputati, sia se scegliamo di diventare madri sia se scegliamo di non esserlo. Non si possono biasimare coloro che decidono di non fare figli, viste le penalizzazioni che la maternità comporta. Al tempo stesso bisogna ricordare, soprattutto alle più giovani, la gioia di mettere al mondo nuove vite. Sarebbe miope sostituire il sacrosanto rifiuto del mito della maternità, una prigionia per tante generazioni di donne, con il mito del rifiuto della maternità. Che è una "conoscenza rivoluzionaria", la potenza del generare, come insegna la filosofa Adriana Cavarero. Per questo abbiamo voluto raccontare le mamme d'Italia, fuori da ogni ideologia, e ricordare che perché ci si "tuffi nel mare di notte" - a questo il demografo Giuseppe Micheli paragona la scelta di diventare genitori - occorre che le nuove famiglie si sentano accolte e ben volute, non abbandonate. Che nella società soffino umori desideranti e non umori di crisi. Che le madri siano amate davvero».

• **Francesca Druidi**



Manuela Perrone, giornalista, scrittrice e attivista



SPA OF WONDERS

ALL THE NOISE DISAPPEARS

GREG GOYA x QC

BORMIO | PRÉ SAINT DIDIER | MILANO | TORINO | MONTE BIANCO | SAN PELLEGRINO
ROMA | DOLOMITI | CHAMONIX-MONT-BLANC | NEW YORK | GARDA | SALSOMAGGIORE
coming soon

Contro i femminicidi, più tutela e prevenzione

Di violenza di genere non si parla ancora abbastanza, non nei giusti termini.

«È importante sensibilizzare all'ascolto attivo, ai segnali a volte invisibili, agli sguardi». Le parole dell'attivista Silvia Troiani

Silvia Troiani è un avvocato abilitato, oggi si occupa di relazioni esterne alla International Chamber of Commerce italiana. Ed è un'attivista contro la violenza di genere, «un tema che mi sta particolarmente a cuore, da donna e mamma di due bimbe di 13 e quasi 8 anni, "donne di domani"», spiega Silvia Troiani che, dal 2016, attraverso progetti e iniziative private mira a sensibilizzare sulla violenza di genere, invitando ciascuno di noi - nel proprio piccolo - a fare qualcosa per contrastare questo grave fenomeno. «Non se ne parla mai abbastanza. È invece importante condividere, diffondere e comunicare con continuità l'importanza di attuare misure sempre più efficaci di protezione, tutela e prevenzione, garantendo certezza della pena. Anche da giurista - aggiunge - sebbene non svolga la libera professione, ho sempre creduto fortemente che si possa e si debba fare di più, con previsioni e tutele di legge sempre più mirate, dettagliate ed efficaci».

Ha personalmente ideato il Premio Donna di Fiori, realizzato dal 2018 al 2022 per tre edizioni, per sensibilizzare sul tema, premiare personalità distinte nel sociale e raccogliere fondi interamente devoluti in beneficenza per le donne vittime di violenza o minaccia. Ha, poi, creato l'Osservatorio Donna Difesa. Quanto è importante la divulgazione nell'obiettivo di eliminare la violenza sulle donne?

«Ho scritto il Premio nei primi mesi del 2017, mentre ero in attesa della mia seconda bambina e attraversavo, da sola, un momento particolarmente delicato. L'ho senti-

Silvia Troiani, avvocato abilitato, presidente dell'Osservatorio Donnadifesa.it



Parlare è il primo passo per tutelarsi. Servono migliori condizioni affinché le donne vittime di violenza non abbiano timore di rivolgersi al medico di base o alle Forze dell'Ordine per attivare il Codice Rosso, di chiedere supporto e aiuto a persone di fiducia

to dentro come un brivido e ho iniziato a progettare il Premio per poi realizzarlo - esclusivamente a scopo benefico - per la prima volta nel 2018, a marzo, presso il Teatro dell'Opera del Casinò di Sanremo, il cui CdA illo tempore accolse l'idea con entusiasmo e altrettanta emozione. L'evento ha registrato per tre edizioni consecutive il teatro pieno, devolvendo la raccolta fondi al Centro di aiuto alla Vita (CAV Sanremo-Taggia). Sono state serate dedicate al tema che hanno unito premiazioni, spettacolo, momenti di riflessione e importanti messaggi, anche da parte delle istituzioni (video messaggio dell'allora ministro per le Pari opportunità e la famiglia Elena Bonetti, ndr) e da personalità del mondo dello spettacolo rivolte al sociale, come ad esempio l'attrice Claudia Gerini. Sono anche impegnata nel movimento "100 donne vestite di rosso", sempre finalizzato a sensibilizzare, anche attraverso significativi flash mob in varie città italiane, con la cantautrice e già ambasciatrice Unicef Alessia Cotta Ramusino e la sua "Yallah", un inno contro i crimini sulle

donne. Non mi fermo mai: credo fortemente che la superficialità e la sottovalutazione dei rischi incidano. Non è una fattispecie di reato che si basa sulla scia "sensazionalistica", né un cliché».

L'introduzione del reato di "femminicidio", contenuto nel nuovo articolo 577-bis del codice penale come fattispecie autonoma, è uno degli ultimi tasselli di una normativa italiana decisamente repressiva in materia, che cerca una risposta soprattutto simbolica a un'emergenza preminente. Cosa ne pensa? C'è forse meno sforzo verso un piano di prevenzione?

«Non è mai abbastanza, certamente e purtroppo, aggiungo. In ogni caso, c'è ancora molto da fare, anche a livello di prevenzione. Non va sottovalutato alcun aspetto, prendendo in considerazione le diverse forme di violenza, inclusa quella psicologica, la molestia, la minaccia, le ripercussioni delle personalità manipolatrici, il narcisismo patologico. Il delitto di femminicidio ex art.577-bis c.p. necessiterà di maggior determinatezza e tipizzazione».

Lei si occupa anche di comunicazione in veste di autrice e presentatrice. I media si occupano della violenza di genere, ma spesso dopo il clamore legato ai casi di cronaca efferati, ai femminicidi, il silenzio prende il sopravvento. Come si può trattare in maniera più efficace questi temi?

«La tematica è dolorosa e sconcertante e, allo stesso tempo, può generare una sorta di distacco, dopo l'iniziale clamore dei gravi fatti di cronaca. La tutela è ancora insufficiente, soprattutto è percepita così. Nel 2024, in Italia si sono registrati 113 femminicidi, di cui 99 in ambito familiare o affettivo. Di queste, 61 donne sono state uccise da partner o ex partner. Si osserva, anno dopo anno, un aumento delle denunce e dei provvedimenti di ammonimento per stalking e violenza domestica, indicando una maggiore consapevolezza e reattività delle istituzioni e della società civile. La necessità di rafforzare ulteriormente le misure di prevenzione e protezione si fa sempre più urgente e imprescindibile. È, inoltre, importante sensibilizzare all'ascolto attivo, ai segnali a volte invisibili, agli sguardi delle donne spaventate o minacciate. Servono migliori condizioni affinché queste donne non abbiano timore di rivolgersi al medico di base o alle Forze dell'Ordine per attivare il Codice Rosso, di chiedere supporto e aiuto a persone di fiducia. Parlare è il primo passo per tutelarsi in tempo. Parlare è necessario per rendere l'intera società sempre più consapevole del problema, pronta di conseguenza a reagire in maniera più efficace». •Francesca Druidi



NUDO COLLECTION
POMELLATO.COM



Pomellato

MILANO 1967

Cambiare è un atto industriale

Dentro "Oltre i Confini", il convegno che ha messo al centro leadership femminile, innovazione e inclusione nei settori Stem con Roberto Ciccarelli, presidente Anipla

Una ragazza su cinque. È questa, secondo l'ultimo rapporto Cnel-Istat, la percentuale di studentesse italiane che sceglie un percorso universitario Stem. E appena il 15 per cento nei corsi di informatica. Numeri che parlano chiaro, e che raccontano un divario profondo, strutturale. Ma anche una grande opportunità di cambiamento. Da qui è partito il convegno "Oltre i Confini- Sostenibilità e Inclusione: Le Donne che Innovano", promosso da Anipla (Associazione Nazionale Italiana per l'Automazione) e ospitato da Ucima all'interno della fiera Lamiera 2025. «Un evento che ha voluto rompere gli schemi, scegliendo un linguaggio autentico, relazionale, aperto», commenta il presidente di Anipla, Roberto Ciccarelli. «Sono stati organizzati tre panel, che hanno offerto tre prospettive diverse e un obiettivo condiviso: ripensare l'industria attraverso le voci delle donne che la stanno già trasformando».

CAPIRE OLTRE I CONFINI

Il primo panel ha affrontato il cuore del problema: il gender gap nei percorsi Stem e le sue conseguenze nel tessuto industriale italiano. Claudia Segre, presidente di Global Thinking Foundation, ha sottolineato l'urgenza di strumenti educativi inclusivi già in età scolare. Ilaria Cecchini, manager e imprenditrice, ha condiviso un'analisi lucida sulle barriere culturali e organizzative nelle imprese. Cinzia Ercolano, specialista in comunicazione e cy-



Un tavolo permanente "Oltre i Confini"
Sarà un tavolo paritario, orizzontale, aperto, con quattro direttrici chiare: allargare le platee; valorizzare voci e contenuti che faticano a emergere nel dibattito mainstream; produrre eventi diffusi e sostenibili e dialogare con le nuove generazioni

un contesto fieristico, il convegno ha saputo andare oltre la logica dell'esposizione. Ha trasformato uno stand in un luogo di confronto vero, capace di mettere in connessione professioniste che spesso operano isolate, in ambienti prevalentemente maschili». Fin dalle prime parole, si è creato un clima di riconoscimento reciproco. «Ci siamo sentite parte di qualcosa di più grande: non una somma di individualità, ma un sentire condiviso», ha detto una relatrice.

UNA VISIONE CHE DIVENTA PROGETTO

Alla luce di queste istanze, Anipla ha proposto la creazione di un tavolo permanente "Oltre i Confini" per dare continuità a quanto emerso. «Sarà un tavolo paritario, orizzontale, aperto, con quattro direttrici chiare: allargare le platee, unendo reti che finora si sono mosse su binari paralleli; valorizzare voci e contenuti che faticano a emergere nel dibattito mainstream; produrre eventi diffusi e sostenibili, capaci di portare il tema dell'umanesimo tecnologico in contesti civici ed educativi; infine, dialogare con le nuove generazioni, usando linguaggi accessibili, però mai superficiali», ha spiegato il presidente Ciccarelli.

ESSERE VISIONARI

È UNA RESPONSABILITÀ

«"Oltre i Confini" non ha dato ricette pronte. Ma ha offerto qualcosa di più raro: un linguaggio nuovo. Un modo di stare insieme professionale e umano, radicale e concreto. Cambiare il racconto non è solo un atto culturale. È un atto industriale. Un atto politico. Un atto di cura. E oggi, finalmente, le donne non lo stanno più facendo da sole», conclude il numero uno dell'Anipla.

tico. Un atto di cura. E oggi, finalmente, le donne non lo stanno più facendo da sole», conclude il numero uno dell'Anipla.

• **Francesca Druidi**



bersecurity, ha invitato a cambiare la narrazione: «Serve riscrivere i modelli di riferimento, non adattare le donne a modelli maschili».

DONNE LEADER NELLA TWIN TRANSITION

Il secondo panel si è concentrato sul contri-

buto femminile alla trasformazione delle imprese, tra sostenibilità e digitalizzazione. Laura Pilia, manager in SARAS, ha portato l'esperienza di una grande realtà energetica alle prese con sfide ambientali complesse. Elisabet Fasano, manager nel settore Ict, ha par-

lato di leadership umana e trasformativa. Nicole Ticchi, consulente, con il suo progetto "She is a scientist" ha illustrato come l'innovazione inclusiva possa diventare un vantaggio competitivo. E Nicla Gallenda, After sales, Hse & Marketing Manager in Tecnorobot, ha raccontato come la multidisciplinarietà sia oggi la chiave per un'industria resiliente e inclusiva. «Una sintesi? Le donne non stanno solo guidando la transizione: la stanno ridefinendo, in modo cooperativo e sistemico», aggiunge Ciccarelli.

DIVERSITÀ COME VANTAGGIO COMPETITIVO

Nel terzo panel si è parlato di delega, rappresentanza e valore della diversità come leva di crescita. Anna Vella, presidente AIDIA (Associazione Italiana Donne Ingegneri e Architetti), ha tracciato un quadro chiaro sulla scarsità di donne nei ruoli tecnici apicali, evidenziando l'impatto delle policy inclusive. Cristiana Bernini, filosofa e consulente, ha portato uno sguardo poetico e concreto insieme: «La diversità non è un confine, è un orizzonte da abitare». L'imprenditrice Patrizia Ghiringhelli ha invece sottolineato il valore della delega consapevole come strumento per liberare energie e responsabilità nei team. «Pur inserito in

PIÙ COMODE DI **U-POWER** C'È SOLO
U-POWER



www.u-power.it

U-Power[®]
Don't worry... be happy!

La tenacia e la determinazione di lady liquirizia

Una tradizione tramandata attraverso tredici generazioni, ognuna delle quali ha apportato il proprio contributo in termini di crescita e innovazione. Da oltre quarant'anni alla guida dell'azienda, leader a livello globale nella lavorazione della liquirizia, è Pina Amarelli

La liquirizia calabrese è uno dei prodotti a marchio più amati e venduti a livello internazionale, un vero frutto identitario della terra. Il clima mite e il terreno salino di Rossano, (in provincia di Cosenza) hanno contribuito a favorire la sua prelibatezza e all'assegnazione della preziosa Denominazione di Origine Protetta (Dop). Ed è proprio da qui che parte la storia della famiglia Amarelli, signori della liquirizia dal 1731, e dell'omonima impresa di Rossano, oggi leader a livello globale nella lavorazione della liquirizia pura. «La nostra azienda ha iniziato a produrre e commercializzare la liquirizia lontanissimo nel tempo- spiega Pina Amarelli, presidente dell'azienda-. Il nostro prodotto, riconosciuto per il suo gusto unico e autentico, è il frutto di una tradizione tramandata attraverso tredici generazioni della famiglia Amarelli, ognuna delle quali ha apportato il proprio contributo in termini di innovazione e progresso».

Le radici dell'azienda Amarelli vostre affondano lontano nel tempo.

«La famiglia Amarelli già dal 1500 produceva e commercializzava i rami sotterranei di una pianta che tutt'ora cresce in abbondanza nei suoi latifondi: la liquirizia. Nel 1731, per valorizzare al massimo l'impiego di questo prodotto, gli Amarelli fondarono un impianto proto-industriale, detto "con-

Pina Amarelli,
presidente della Amarelli Fabbrica di Liquirizia



Il Museo della Liquirizia Giorgio Amarelli
«È un luogo dove storia, cultura e impresa si fondono, raccontando il nostro impegno non solo nella produzione di liquirizia, ma anche nel preservare e valorizzare il nostro ricco patrimonio culturale»

cio", utile a estrarre il succo delle radici di questa pianta benefica, per ottenere liquirizie nere e brillanti. Da allora, la famiglia Amarelli, ha superato secoli di radicali trasformazioni, affrontando ogni sfida grazie al forte approccio innovativo, comune a tutte le generazioni che si sono succedute nella gestione dell'azienda, esempio di perfetta sintesi tra tradizione familiare e innovazione tecnologica».

Quali gli investimenti più significativi e innovativi?

«Uno dei più rappresentativi è stato il confezionamento delle pastiglie di liquirizia- fino a quel momento vendute sfuse in drogheria- in scatolette di metallo che ne agevolarono il trasporto, la vendita e la conservazione. Un'operazione di marketing

ante litteram che legò indissolubilmente il prodotto al nome di famiglia e al territorio calabro, grazie allo slogan riportato sulla confezione: "Liquirizia di Calabria garantita pura, Barone Amarelli, Rossano (Italy)". Un'operazione che poi io ho ripreso per rilanciare il brand».

Il fatto di essere donna l'ha agevolata o contrastata?

«Essere donna in Calabria negli anni 70 non era semplice. Io ho avuto la fortuna di essere stata educata da una famiglia molto evoluta, che mi ha spinto a studiare e a non aver paure e pregiudizi. Il mio essere donna in un contesto non favorevole alla leadership femminile ha paradossalmente rappresentato per me un vantaggio, perché mi ha offerto grande visibilità».

Che consigli si sente di dare alle donne che intraprendono la carriera imprenditoriale?

«Ormai la carriera imprenditoriale è ampiamente sdoganata. Ci sono tante donne imprenditrici, ma quello che manca loro è la leadership. Oltre tanta tenacia e determinazione è importante avere leadership, saper comunicare, saper avere autorevolezza. Non bisogna aver paura e non bisogna arrendersi mai».

Quali ingredienti compongono il segreto del successo della vostra azienda?

«Sicuramente i solidi valori e principi che abbiamo alle spalle rappresentano uno dei nostri punti di forza, coniugati però alla voglia di innovare in base alle richieste del mercato. Infine l'espansione verso i mercati esteri. Oggi con la nostra produzione raggiungiamo oltre 30 Paesi nel mondo».

Dove viene distribuita la liquirizia Amarelli?

«La liquirizia Amarelli è distribuita nel canale tradizionale, nelle farmacie ed erboristerie, nei migliori e più grandi store italiani che guardano alla qualità e all'eccellenza dei prodotti».

La vostra è una produzione molto diversificata: quali sono i prodotti di punta?

«La nostra produzione è diversificata e va dal bastoncino di legno grezzo alle liquirizie pure o con menta e anice, dalle gommose all'arancia, al limone, alla violetta, fino ai confetti delicatamente colorati, la nostra liquirizia assume forme e gusti diversi. Produciamo persino colombe e uova di pasqua alla liquirizia».

Come nasce il Museo della Liquirizia Giorgio Amarelli?

«Vero punto di orgoglio per la nostra azienda, è un luogo dove storia, cultura e impresa si fondono, raccontando il nostro impegno non solo nella produzione di liquirizia, ma anche nel preservare e valorizzare il nostro ricco patrimonio culturale. Il museo nasce con mio cognato Giorgio. Dopo la sua morte, il progetto di un museo che raccontasse la liquirizia e la storia del concio Amarelli, fu portato avanti da mio marito Franco. Fin dalla sua inaugurazione nel 2001, il museo ha rappresentato un motore di sviluppo sia per l'azienda che per la società, oltre a raccontare la storia della nostra famiglia, dimostra come fare impresa in Calabria è possibile anche in un tessuto economico non vocato all'industria».

• **Cristiana Golfarelli**

Crescere e innovare

Quarta generazione della famiglia Martino e prima titolare donna dell'azienda, Emma Martino ha portato il brand Martino, produttore di Couscous, ad affermarsi ulteriormente sui mercati internazionali con lo sviluppo di prodotti unici nel loro genere

Con la diffusione di una cucina più globalizzata, negli ultimi decenni il Couscous è diventato un ingrediente apprezzato anche dai grandi chef per le molteplici proprietà derivanti che contiene. Nel nostro Paese questo alimento è molto amato, grazie anche a Sipa International, che dal 1994 è il primo produttore italiano di Couscous. La famiglia Martino, del resto, vanta una lunga esperienza nell'arte molitoria, culminata nel 2024 con l'anniversario per i suoi 120 anni di attività.

Oggi è arrivata alla quarta generazione, guidata con grande passione e professionalità, per la prima volta da una donna, Emma Martino, che ha portato l'azienda di famiglia ad essere un modello, un esempio vincente di made in Italy, e ha permesso al brand Martino di crescere e affermarsi ulteriormente con lo sviluppo di prodotti unici nel loro genere che hanno rivoluzionato il mondo del Couscous. Emma Martino ha introdotto una nuova strategia di differenziazione dei prodotti, in funzione delle nuove necessità dei consumatori. Questa innovazione permette all'azienda l'incremento e lo sviluppo di nuovi mercati a livello globale. Grazie allo sviluppo del proprio marchio, Martino si sta dedicando anno dopo anno alla ricerca e alla creazione di nuovi prodotti, seguendo le tendenze e le richieste del mercato.

Cosa caratterizza maggiormente lo sviluppo dei vostri nuovi prodotti?

Emma Martino, titolare del brand Martino



L'ampliamento

Raddoppieremo la capacità produttiva e costruiremo un magazzino completamente automatizzato. Concentriamo i nostri investimenti su automazione ed elettronica

«Lo sviluppo dei nuovi prodotti passa per due elementi cardini: la qualità delle materie prime da utilizzare e la volontà di lavorare allo sviluppo di nuovi prodotti che soddisfino completamente le esigenze dei consumatori. Questo aspetto è assolutamente determinante al fine di ottenere un importante apprezzamento. I nostri prodotti sono realizzati utilizzando esclusivamente semola di grano duro 100 per cento o farine alternative di alta qualità, rigorosamente selezionate. Inoltre, la continua ricerca tecnica, unita alle materie prime di alta qualità, ha portato a un importante risultato di processo in termini di reidratazione del prodotto. Il Couscous Martino, infatti, è in

grado di aumentare il proprio volume di tre volte nel passaggio da prodotto secco a reidratato. Questo risultato rappresenta una caratteristica unica e che lo rende ben riconoscibile sul mercato».

Punto d'eccellenza sono anche i vostri stabilimenti.

«Nel 2016 è stato inaugurato un nuovo stabilimento in Molise: ci siamo spostati dall'entroterra alla costa in uno stabile nuovo, a Termoli, che ha permesso di lavorare e vivere nuovi scenari produttivi e logistici. Sul nostro territorio ci sono molte opportunità da poter cogliere per le aziende che scelgono di stabilirsi in quest'area. Accanto a questa unità, adesso, ne stiamo costruendo una nuova: un

ampliamento che ci porterà a raddoppiare la capacità produttiva e a costruire un magazzino completamente automatizzato. Concentriamo i nostri investimenti verso l'automazione e l'elettronica, avvicinandoci anche all'intelligenza artificiale. Stiamo attraversando una fase di profonda innovazione strutturale che tiene conto sia degli impianti, quanto dell'organico necessario, senza mai perdere di vista la nostra filosofia aziendale che fonda i propri principi su un prodotto di qualità e su un ambiente di lavoro sano, dove ogni dipendente si sente parte di una famiglia».

Dove esportate i vostri prodotti?

«Sipa International Srl sviluppa la maggior parte del suo fatturato nel continente europeo, con Francia e Germania. Una crescita importante negli ultimi anni si è avuta nell'Europa dell'Est con Polonia e Ucraina e in nazioni del continente asiatico come la Cina. Presenti anche in Canada, le esportazioni raggiungono anche nazioni come il Brasile, evidenziando il potenziale di crescita di azienda e prodotto. Siamo fornitore di riferimento per la private label delle principali catene della Gdo non solo europea, abbiamo infatti l'obiettivo di ampliare la quota di presenza del marchio Martino, grazie all'unicità di prodotti commercializzati esclusivamente con il brand di famiglia».

Quali sono le principali linee di prodotti?

«L'azienda dispone di un ampio portafoglio prodotti adatto a diversi canali di vendita: retail, Horeca e food service. La linea di prodotti principale è la Premium: Couscous convenzionale e Couscous Bio con le loro varietà integrali; la Linea Aromatizzata; l'esclusiva Linea Al Naturale, convenzionale e biologica; la Linea Color; la Linea Gluten Free, Crispycous, la prima panatura 100 per cento plant based disponibile di Couscous di ceci e mais e le monoporzioni "I love me" classica e integrale, in comode monoporzioni da 100gr di qualità esclusiva. Le ultime novità in assoluto sono le due linee di piatti pronti da mangiare senza dover aggiungere niente: una brandizzata Martino e l'altra sviluppata in collaborazione con lo chef 2 Stelle Michelin Domenico Stile. Si tratta di piatti pronti, realizzati in totale assenza di additivi chimici, che privilegiano la scelta di ingredienti in pezzi di elevata qualità, in piena linea con il concetto di Clean Label». • CG

Gusto certificato

La gestione della qualità dei prodotti alimentari rappresenta per Martino un obiettivo concreto e di primaria importanza. Nel corso degli anni, grande attenzione è stata posta anche all'introduzione e all'ottenimento di molteplici certificazioni che giornalmente richiedono il rispetto di regole rigide a garanzia di standard qualitativi elevatissimi. Si tratta di: Brc, Ifs, Kosher, Fda, Bio, Biosuisse, Naturland, Smeta, VeganOk.

La responsabilità come valore guida

Elena Miroglio da sempre mette al centro del suo impegno le donne, il loro desiderio di esprimersi attraverso la moda e vivere pienamente nel mondo contemporaneo

Erano gli ultimi decenni dell'800 quando Carlo Miroglio e la moglie Angela iniziarono a vendere tessuti su un carretto nei paesini delle Langhe. Il loro figlio Giuseppe fondò nel 1947 ad Alba l'azienda che ancora oggi porta il suo cognome. Quarta generazione della famiglia Miroglio, attiva nel settore moda e retail, Elena Miroglio è presidente di Miroglio Fashion, cuore pulsante del Gruppo. Da sempre sensibile alla dimensione femminile, ha ricevuto importanti riconoscimenti, tra cui il cavalierato della Repubblica e il premio Marisa Bellisario per "la passione con cui ha portato avanti una storia imprenditoriale di eccellenza, contribuendo a emancipare le donne da un modello estetico unico e stereotipato".

Quali difficoltà ha riscontrato nel corso della sua carriera professionale in quanto donna?

«Ho iniziato la mia carriera in un'azienda di abbigliamento a Los Angeles. Sono poi entrata nella divisione Fashion del Gruppo Miroglio, nell'area design e sviluppo prodotto, ricoprendo in seguito altri ruoli nelle aree retail, marketing e comunicazione, giungendo oggi alla carica di presidente di Miroglio Fashion. Posso dire che il mio percorso è stato sempre molto costruttivo, improntato alla crescita. Sia professionale che personale. Insieme a mio fratello Giuseppe ho vissuto il passaggio generazionale, con un'evoluzione della cultura aziendale che è passata da quella tipica indu-

Elena Miroglio, presidente di Miroglio Fashion



Che cos'è l'eleganza

È un'attitudine. Un equilibrio tra forma e sostanza, tra ciò che si vede e ciò che si è. L'eleganza non è ostentazione, ma coerenza. Sta nella capacità di comunicare rispetto: per sé, per gli altri, per il contesto

striale della seconda metà del Novecento a una cultura nuova, più aperta, incentrata sul talento e sul merito, che non hanno genere. Essere donna non è mai stato un limite, ma piuttosto uno stimolo ad ascoltare di più, a comprendere meglio e a cercare, in ogni scelta, un equilibrio tra sensibilità e visione».

Gli ultimi anni hanno portato la moda ad un cambiamento di modelli di portata epocale. Come vi siete adeguati?

«Abbiamo scelto di affrontare il cambiamento come un'occasione di consapevolezza. Il nostro settore è stato sollecitato profondamente sui temi dell'identità, della sostenibilità, dell'inclusività. Come Miroglio Fashion abbiamo avviato un percorso che parte dall'ascolto delle donne - le nostre clienti, le nostre collaboratrici - e arriva alla costruzione di collezioni sempre più pensate per valorizzare la loro unicità. La nostra trasformazione passa anche dalla digitalizzazione, dalla riorganizzazione della rete retail, dalla semplificazione dei processi, dalla ridefinizione del rapporto tra industria, territorio e creatività. In questo contesto, il vero cambiamento è culturale: riguarda il modo in cui costruiamo valore, con chi lo facciamo, e per chi».

In ambito filantropico, quali sono le fi-

nalità dell'associazione Miroglio Heritage?

«Miroglio Heritage nasce con lo scopo di raccogliere, custodire e valorizzare la memoria dell'azienda e della sua comunità. Un patrimonio fatto di documenti, immagini, oggetti, ma anche e soprattutto di storie, di competenze, di relazioni. Il suo scopo non è solo conservativo, ma educativo e partecipativo. Vogliamo restituire senso alla parola "eredità" non come nostalgia, ma come risorsa viva per il presente. Miroglio Heritage è anche uno strumento per generare impatto sociale, attraverso progetti che coinvolgano ex dipendenti, istituzioni, cittadini. Il filo conduttore è la condivisione del sapere mirata alla creazione di una comunità».

Quali sono i progetti dell'associazione?

«Lavoriamo su più fronti: in primo luogo diamo supporto ai nostri senior, promuovendo per esempio l'inclusione digitale e la prevenzione sanitaria. Inoltre sviluppiamo attività formative e culturali aperte alla comunità. Un altro progetto prevede la raccolta di testimonianze e interviste, perché ogni persona ha una storia da condividere. Abbiamo coinvolto oltre 700 iscritti, proponendo corsi e attività

esterne. Ogni progetto è pensato per favorire scambio generazionale, apprendimento continuo e appartenenza. Non c'è valorizzazione del passato senza uno sguardo sul futuro. E, a proposito di futuro, parlando di responsabilità sociale d'impresa, citerei anche il nostro asilo aziendale, La Casa dei Bambini Elena e Gabriella Miroglio: un fiore all'occhiello per il territorio».

Qual è la sua filosofia aziendale?

«Crediamo nella responsabilità come valore guida: quella verso le persone, il lavoro, l'ambiente. Fare impresa, oggi, significa costruire un ecosistema in cui il successo economico si accompagna all'impatto positivo sul contesto sociale. In Miroglio Fashion abbiamo una carta d'identità con valori precisi: crediamo nella capacità di avere successo insieme, pensiamo prima di tutto alle clienti, prendiamo decisioni supportate dai dati, ci focalizziamo sulle soluzioni piuttosto che sui problemi, infine testiamo e impariamo sempre, puntando a innovare restando fedeli ai nostri valori. Non esiste un'idea di impresa che prescindere dalle persone. Coltivare il talento, dare spazio al merito e sostenere la crescita individuale è il primo passo per generare valore condiviso».

Come è strutturata la Miroglio Fashion?

«Miroglio Fashion è la società del Gruppo Miroglio che si occupa di moda femminile. Comprende sei brand - Elena Mirò, Motivi, Oltre, Fiorella Rubino, Luisa Viola e Diana Galesi - e oltre 750 punti vendita monomarca, in Italia e all'estero. Siamo un'azienda di filiera, con competenze interne che vanno dallo stile alla produzione, dalla logistica alla distribuzione. Il nostro obiettivo è offrire moda accessibile, di qualità, pensata per donne reali. Coniughiamo una lunga tradizione manifatturiera con una visione contemporanea del business, attenta alla sostenibilità, all'inclusione e all'evoluzione dei bisogni delle clienti».

Che cos'è per lei l'eleganza?

«È un'attitudine. Un equilibrio tra forma e sostanza, tra ciò che si vede e ciò che si è. L'eleganza non è ostentazione, ma coerenza. Sta nella capacità di comunicare rispetto: per sé, per gli altri, per il contesto. Nel nostro lavoro, cerchiamo di tradurre questa idea in scelte che siano autentiche, sobrie, responsabili. Vestire una donna significa entrare nella sua quotidianità: è lì che l'eleganza trova il suo significato più vero». **Cristiana Golfarelli**

Cinquant'anni al servizio del bello

Laura Sclavi, fondatrice e amministratrice dello Studio Sclavi, racconta il lungo e prestigioso percorso del proprio studio di architettura e design, che opera nel solco dei grandi maestri ma rivolgendosi alle opportunità del futuro, sempre guidato dalla passione per la professione

Da oltre cinquant'anni, Studio Sclavi collabora con numerosi brand di lusso, fornendo servizi di progettazione e architettura per flagship store, boutiques, uffici, esposizioni, strutture ricettive e benessere.

Dopo aver conseguito la laurea in Architettura presso l'Università La Sapienza di Roma, nel 1972 Laura Sclavi ha fondato uno studio dedicato alla progettazione edilizia e all'interior design. «Nel 1985 - racconta l'amministratrice - ho iniziato la collaborazione con l'ufficio tecnico di Bvlgari, curando la progettazione dei negozi della maison, inizialmente in Europa e successivamente su scala globale, occupandomi di flagship store, spazi commerciali, uffici e fiere internazionali. Con la crescita degli incarichi e l'ampliamento delle competenze, nel 2012, insieme a mio figlio Giulio Milioni Sclavi ho fondato lo Studio Sclavi Srl, realtà specializzata in architettura e design, con particolare expertise nel settore retail di lusso e, nello stesso anno, ho avviato una collaborazione con Chanel in qualità di architetto locale per la realizzazione degli spazi del brand in Italia. Mio figlio, che ha studiato in Inghilterra e ha fatto importanti esperienze professionali all'estero, è una figura fondamentale dello studio, non solo perché ne è amministratore al 50 per cento, ma perché rappresenta una parte creativa e dinamica ormai imprescindibile».

Largo ai giovani dunque, e alle giovani donne.

«Assolutamente sì, a una condizione basilare: che si ami questo lavoro, ossia che ci si impegni senza indietreggiare di fronte a eventuali difficoltà ed essere coscienti che qualsiasi problema è risolvibile. Credo che il segreto sia tut-

Laura Sclavi, fondatrice e amministratrice dello Studio Sclavi



Una sensibilità molto apprezzata
Tutti i brand con cui ho lavorato sono sempre stati soddisfatti del mio lavoro e a oggi sono società che seguo personalmente da una trentina d'anni, soprattutto Bvlgari e Chanel

to li: essere perfettamente consci dell'amore che si ha verso il proprio lavoro. Oggi il mercato è sicuramente più complesso di quello che ho affrontato io, però, se si hanno capacità e buona formazione, si può senz'altro svolgere questo lavoro. Bisogna essere più internazionali che provinciali, quindi tenere sempre un occhio aperto sul mondo, integrare la solida formazione italiana con esperienze internazionali, guardare lontano, capire il trend e dove va la ricerca. Ci sono ancora grandissimi architetti nel nostro campo che possono farci da guida, quindi è importante guardare

al mondo ma anche a tutte le persone e a tutto quello che c'è stato prima, ai maestri che hanno reso grande questo nostro mestiere, per seguirne le orme e soprattutto acquisire un metodo di lavoro. E questo vale per uomini e donne. Per me, in quanto donna, non ci sono mai stati problemi, nessuno mi ha detto che non avrei potuto fare questo tipo di lavoro, anzi tutti hanno sempre apprezzato la mia sensibilità e la mia capacità organizzativa. Tutti i brand con cui ho lavorato hanno apprezzato la mia professionalità confermandomi come progettista per oltre 30 anni di particolare ri-

lievo Bvlgari e Chanel».

Quanto è importante coltivare l'ambiente accademico e stare a contatto con persone giovani che stanno imparando?

«Moltissimo, e la mia vita lo dimostra. Parallelamente all'attività professionale, ho infatti svolto per ventotto anni l'attività di docente presso l'Istituto d'Arte di Roma, contribuendo alla formazione di nuove generazioni di designer e architetti. È stato un piacere trasmettere le mie capacità ed è stata un'esperienza splendida che rifarei. Gli impegni professionali mi hanno portato a dimettermi dalla scuola perché non potevo affrontare i due percorsi insieme, ma il contatto con l'accademia è stata una delle mie soddisfazioni più grandi, di trasmissione non solo di un sapere ma anche di una passione».

Cosa ha significato per lei lavorare e quindi essere particolarmente esperta nel settore del lusso, un comparto sicuramente molto speciale nel nostro Paese?

«Certo, il lusso in Italia non manca, è parte principale del nostro made in Italy e specialmente nel campo della gioielleria e della moda. Dai grandi gioiellieri ai grandi couturiers, sono tantissimi che curano questo aspetto e che lavorano a stretto contatto con i designer. Lavorare in questo settore mi ha dato l'opportunità di creare qualcosa di nuovo e di bello che rimarrà nel tempo. Tra i tantissimi progetti che ho seguito, quelli che potrei considerare il simbolo del nostro studio sono due progetti Bvlgari, la Chater House a Hong Kong e la Ginza Tower a Tokyo, ma ci tengo a sottolineare che con lo stesso impegno affrontiamo progetti per grandi società come per piccoli produttori di gioielli, perché l'impegno e la creatività non hanno né confini né gerarchie. Solo grande passione».

• **Elena Bonaccorso**



Hospitality di lusso

«A partire dal 2025 - aggiunge Sclavi - lo studio ha focalizzato ulteriormente la propria attività nell'ambito dell'hospitality, consolidando dunque la nostra presenza nel settore dell'architettura internazionale con incarichi per la progettazione di alberghi e ristoranti nel Medio Oriente, sempre per catene del lusso. Nel corso degli anni, infatti, abbiamo ampliato il nostro portfolio collaborando come progettisti con prestigiose maison e marchi internazionali oltre Bvlgari e Chanel, tra cui Tiffany&Co, Asprey, Enigma, Garrard, Genta, Nautor's Swan, Roberto Cavalli, Roberto Coin e molte altre aziende di alto profilo. I nostri servizi sono studiati per soddisfare le esigenze specifiche di ogni cliente, che spaziano dalla definizione del brand concept design alla progettazione degli spazi, dal lighting design e alla gestione operativa del progetto».

Formazione, inclusione e territorio attrattivo

Unire questi tre aspetti per preparare i giovani al futuro del lavoro è la mission di For Action Srls, ente accreditato dalla Regione Veneto, fondato da Lisa Patrizia Bragagnolo

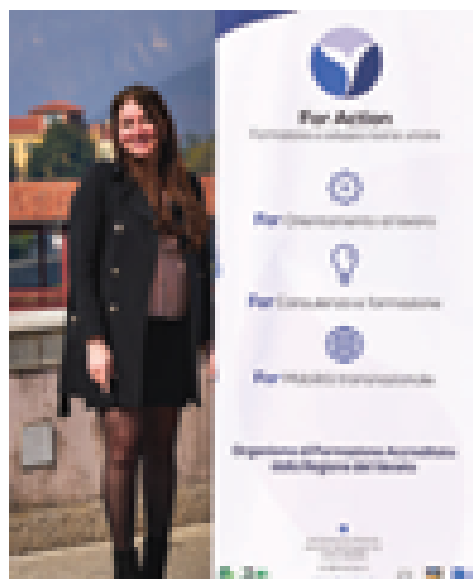
Oggi la questione dell'equilibrio di genere nei contesti lavorativi assume un'importanza fondamentale, emerge infatti sempre di più l'esigenza di intraprendere azioni concrete e di coltivare un ambiente lavorativo inclusivo che riporti la persona al centro.

Grazie al finanziamento del Fondo sociale europeo, con la direttiva P.A.R.I. (dgr. 1522/22), in tutta la Regione Veneto sono partite iniziative a supporto di donne e uomini che desiderano diventare parte del cambiamento.

La direttiva regionale Dgr 1522, approvata dalla Regione Veneto, riguardante il bando P.A.R.I. Progetti e azioni di rete innovativi per la parità e l'equilibrio di genere, mira a finanziare progetti che promuovano la parità di genere, attraverso azioni concrete che garantiscano pari opportunità e trattamento tra uomini e donne; contrastino stereotipi e discriminazioni e migliorino l'occupazione femminile nel territorio veneto, sostenendo l'accesso e la permanenza delle donne nel mondo del lavoro, contrastando il divario di genere.

È stata realizzato con il contributo della dottoressa Lisa Patrizia Bragagnolo in qualità di referente sulla parità di genere e fondatrice della rete Vicenza alla Pari per la costituzione del protocollo di rete sul welfare territoriale vicentino, nonché socia fondatrice di For Action, un ente di formazione accreditato dalla Regione Veneto che promuove percorsi innovativi e gratuiti per l'occupabilità, tra cui il Programma Gol e le Work Experience Fse. Fondata grazie alla passione e alla professionalità dei soci con esperienza nella progettazione, gestione e

Lisa Patrizia Bragagnolo, socia fondatrice di For Action



Vicenza alla Pari

È un'iniziativa che punta a creare un ambiente di lavoro equo e inclusivo, dove uomini e donne abbiano pari opportunità, trattamento e rappresentanza in tutti i settori

rendicontazione di formazione finanziata e non, nonché nella gestione di progetti di mobilità transnazionale come Erasmus Plus e Horizon2020, For Action ha consolidato nel tempo importanti collaborazioni con comuni, centri per l'impiego e Ulss nella regione.

È appena uscita la Dgr 588/2025 50&50 "Donne e uomini verso un futuro alla pari": cosa prevede?

«Prosegue e rafforza il percorso avviato con il precedente Dgr 1522 ed è finalizzata a promuovere una partecipazione equilibrata di donne e uomini al mercato del lavoro, parità di condizioni di lavoro e un migliore equilibrio tra vita professionale e vita privata, anche attraverso l'accesso a servizi abbordabili di assistenza all'infanzia e alle persone non autosufficienti (Fse+). L'iniziativa punta a incrementare l'occupazione femminile in Veneto, migliorando sia l'accesso al lavoro che la qualità delle opportunità professionali, con un approccio mirato al contrasto della segregazione di genere sia verticale, legata alla distribuzione dei ruoli di responsabilità, che orizzontale, relativa alla presenza nei diversi settori e occupazioni. L'obiettivo è creare nel territorio regionale un contesto lavorativo più equo, che consenta il pieno sviluppo di tutte le persone, superando i condizionamenti di genere e gli stereotipi. Il progetto è soggetto ad approvazione regionale».

Su cosa puntate maggiormente?

«Si cercherà di sviluppare alcuni punti del precedente protocollo Vicenza alla Pari, crea-

tra gli enti coinvolti e la diffusione di modelli innovativi di welfare territoriale».

Con la Dgr 425/24 Passi quali progetti avete realizzato?

«Con la Dgr 425/24 Passi, abbiamo coordinato il progetto Nuove Vie in Rete, che ha permesso di rafforzare il dialogo con gli enti del terzo settore e di creare un ecosistema di supporto per l'inclusione lavorativa».

For Action è accreditata per progetti di mobilità Erasmus Plus.

«Dal 2023, For Action è accreditata per progetti di mobilità Erasmus Plus (KA120 e KA121), con un focus su educazione degli adulti, formazione professionale e inclusione lavorativa delle persone con disabilità. L'accreditamento Erasmus+ è un riconoscimento che permette alle organizzazioni di accedere più facilmente ai finanziamenti per progetti di mobilità, sia per lo staff che per gli studenti. Questo strumento è pensato per le organizzazioni attive nel campo dell'istruzione e formazione, sia professionale che scolastica, e per l'istruzione degli adulti».

Quali altri servizi offrite?

«Offriamo servizi formativi per studenti, lavoratori, disoccupati, inoccupati e giovani Neet, collaborando anche con enti territoriali come scuole, FabLab e organizzazioni Onlus. Dal 2016, abbiamo acquisito esperienza come ente proponente e partner operativo per vari progetti finanziati dalla Regione Veneto, tra cui Garanzia Giovani e Work Experience, con l'obiettivo di supportare l'inserimento e il reinserimento lavorativo di giovani tra i 18 e i 29 anni. Siamo inoltre accreditati per l'erogazione dei servizi FormaTemp, dedicati alla formazione e al sostegno al reddito dei lavoratori in somministrazione. Inoltre siamo certificati Uni En Iso 9001:2015». • CG

For Action

For Action si occupa di bandi a sistema per l'inclusione sociale e la parità di genere, siglando un protocollo provinciale per il welfare territoriale.

Cura progetti Erasmus+ Indire e Inapp per inclusione sociale con mobilità transnazionale e coordina l'Its Sportswear Product Manager a Bassano del Grappa in partnership con Its Cosmo: un biennio post-diploma che forma esperti nella moda sportiva sostenibile, tra sartorialità, marketing e wearable technology. L'obiettivo è unire formazione, inclusione e territorio per preparare i giovani al futuro del lavoro. Supportiamo le associazioni di categoria e la Regione affinché le direttive siano applicate correttamente e portino risultati concreti. Troviamo una serie di attori in rete che siano performanti e permettano di stendere i progetti con i crismi dovuti.

La filosofia del fare

È quella acquisita e promossa da Arianna Burzoni, titolare di BFT Burzoni. L'azienda è punto di riferimento a livello nazionale e internazionale nelle lavorazioni meccaniche ad asportazione truciolo

Nel mondo dell'industria metalmeccanica, dove ancora oggi la presenza femminile in ruoli dirigenziali è l'eccezione più che la regola, esiste una realtà che dimostra quanto la competenza, la visione e la determinazione non abbiano genere.

È la storia di Arianna Burzoni, alla guida della BFT Burzoni, azienda fondata nel 1974 dal padre Alberto e oggi punto di riferimento nazionale e internazionale nelle lavorazioni meccaniche ad asportazione truciolo.

Essere una donna in un settore ancora fortemente maschile non è semplice, ma Arianna dimostra ogni giorno che la competenza, quando è vera, non ha bisogno di giustificazioni ed è l'arma migliore per abbattere ogni pregiudizio di genere. Trent'anni fa, al mio ingresso in questo settore, serviva il doppio della determinazione. Oggi, finalmente, le cose stanno migliorando. Le donne sono discriminate? Per mia esperienza non più. C'è una diffidenza iniziale da superare, poi gli uomini capiscono con chi hanno a che fare» spiega Arianna Burzoni.

Il marchio della pantera, che firma ogni utensile BFT Burzoni, diventa così anche simbolo di una nuova forza: quella di un'impresa che non ha paura di evolversi, e di una donna che con intelligenza, passione e tenacia sta lasciando il segno. Fin dalle origini, la missione dell'azienda è stata chiara: offrire soluzioni concrete, affidabili e su misura per l'industria manifatturiera. Una visione che Arianna ha raccolto con coraggio e ha rilanciato, in-

Anna Burzoni titolare BFT Burzoni



Migliorarsi sempre

Siamo cresciuti tanto anche grazie ai nostri clienti che, riponendo grandi aspettative nei nostri confronti, ci portano ad essere sempre di più attenti alla qualità del servizio e dei prodotti

terpretandola con un approccio nuovo, capace di fondere valori solidi con uno sguardo aperto alla innovazione, alle persone e alla comunità.

BFT Burzoni lo scorso anno ha tagliato il traguardo del mezzo secolo di attività facendo una grande festa nel giardino di casa per tutti i collaboratori e clienti, proseguendo la tradizione ideata dal padre Alberto di aprire le porte dell'abitazione di famiglia per celebrare i compleanni più importanti dell'azienda, coinvolgendo tutti coloro che nel tempo ne hanno fatto parte. «I 50 anni sono un traguardo importantissimo per la BFT Burzoni, fondata nel 1974 nella cantina di casa. Mio padre comprese che l'unico modo per differenziarsi era puntare sulla qualità del prodotto e del servizio, mantenendo costante il monitoraggio delle esigenze dei clienti. La crescita, di conseguenza, non è tardata ad arrivare. L'azienda è cresciuta passo dopo passo, fino ad arrivare alla realtà di oggi -racconta Arianna che ricorda il papà, scomparso nel 2023-. È come se fosse qui con noi. Ci ha trasmesso quella che mi piace definire la 'filosofia burzoniana', la filosofia del fare, del credere sempre in se stessi e di non mollare mai».

Con oltre 66mila articoli a catalogo e 10 milioni di pezzi in pronta consegna, BFT

sti più bassi.

Ma il vero cambio di passo è nel modo in cui l'azienda si prende cura del proprio personale e dell'attività. Con la sensibilità e la concretezza che spesso caratterizzano la leadership femminile, Arianna ha saputo portare una visione più ampia del fare impresa, dando continuità al lavoro del padre e accrescendone l'impatto sul territorio e sulle persone.

«Tra gli interventi più significativi che abbiamo realizzato c'è l'installazione di pompe di calore inverter nel magazzino per migliorare il comfort dei dipendenti, un progetto di ristrutturazione completa degli uffici per rendere più funzionale, piacevole e produttivo l'ambiente di lavoro, e un clima aziendale improntato all'armonia, all'ascolto e al benessere, anche estetico. Una cura che non è "solo" attenzione al dettaglio, ma una vera strategia di sostenibilità umana. Perché un'azienda che cresce è un'azienda che fa crescere chi ci lavora».

Oltre alla guida dell'azienda, Arianna Burzoni è una sportiva vera, nel Dna e nelle scelte. Ex pallavolista agonistica, nuotatrice e oggi giocatrice di padel, ha sempre creduto nel valore educativo e formativo dello sport. Una passione che ha ereditato dal padre, da sempre vicino allo sport piacentino. «Lo sport porta avanti valori fondamentali per i giovani e siccome lo Stato, da sempre, non riesce a fornire gli strumenti necessari, dobbiamo sottrarre noi privati. Fare sport sprigiona gli ormoni del benessere, crea legami importanti fra gli atleti della stessa squadra, porta tutti a inseguire l'obiettivo di dare il meglio di sé».

Proprio con questa visione ha scelto di dare nuovo impulso allo Sporting Club Quarto, centro sportivo completamente riqualificato che presto diventerà un punto di riferimento per la comunità locale. Lo sport, il lavoro, l'impresa: tutto è parte di un'unica idea di benessere condiviso.

• CG

Professionalità riconosciuta

BFT Burzoni è stata premiata al Museo Ferrari con l'Alta Onorificenza di Bilancio del Premio Industria Felix: è tra le migliori 70 aziende del Nord-Est Italia su 700mila esaminate per performance gestionale, affidabilità finanziaria e reputazione aziendale. Un riconoscimento che celebra l'eccellenza e la solidità di un'azienda che da 50 anni continua a innovare. Ma è anche un riconoscimento che attesta l'affidabilità finanziaria e la qualità della gestione aziendale e che premia anche la reputazione e l'integrità di un'impresa diventata, nel tempo, un punto di riferimento per il settore metalmeccanico. Non a caso BFT Burzoni è l'unica azienda piacentina ad essere stata selezionata tra le aziende del Nord Est.

Abbatte le barriere tra tecnologia e persone

L'esperienza di Neusa Meloni nel settore delle software house – la presenza femminile nel digitale è ancora colpevolmente limitata – rappresenta un caso imprenditoriale di successo che dimostra come l'inclusione non sia solo un valore astratto, ma una leva concreta per l'innovazione

«In un mondo tech ancora dominato da logiche tradizionali e maschili, ho scelto di fondare una realtà che mette al centro la connessione umana, l'ascolto e l'innovazione autentica». Neusa Meloni, ceo e fondatrice di Mine Consulting Srl, introduce così la propria esperienza imprenditoriale nel settore dello sviluppo software. La sua è un'azienda specializzata nello sviluppo di software su misura, con expertise nelle applicazioni mobile, partita da un'idea chiara: «abbattere le barriere tra tecnologia e persone – spiega Meloni –. E nell'ambito dell'innovazione e dell'imprenditorialità digitale, una delle città italiane più fertili è proprio quella in cui lavoriamo: Cagliari. In questo ecosistema vivace e ricco di contaminazioni (tra start up, coworking e incubatori come Tiscali Innovation Lab, Crs4 e Sardegna Ricerche), ho costruito una realtà imprenditoriale che cresce rimanendo fedele ai valori con cui è nata». Mine Consulting si può definire una software house con una presenza consolidata sia in Italia che in Europa. «Ogni progetto che consegniamo è il risultato di un'analisi dettagliata, che ne assicura uno sviluppo fluido – afferma la ceo dell'impresa –, nonché da un'integrazione impeccabile che rispetta rigorosamente le best practices e prioritizza l'ottimizzazione dell'esperienza utente. Il nostro team è composto da sviluppatori esperti, distribuiti in tutto il territorio italiano ed europeo, co-

Neusa Meloni, ceo e fondatrice di Mine Consulting



Una visione di futuro

Costruire un ambiente lavorativo più inclusivo, ponendo particolare attenzione alla presenza femminile nel settore tecnologico

stantemente aggiornati sulle ultime tendenze e innovazioni tecnologiche, sia a livello nazionale che internazionale. Siamo esperti nella progettazione e nello sviluppo di applicazioni native e cross-platform su misura, supportando una vasta gamma di clienti, dalle grandi realtà aziendali alle piccole imprese locali. Il nostro bagaglio di conoscenze tecnologiche è in costante

evoluzione, ciò ci permette di soddisfare al massimo le esigenze dei nostri clienti e di affrontare con successo le sfide di un mercato in continua mutazione».

Il modello organizzativo flessibile e 'umano', messo in piedi dall'imprenditrice sarda, è un esempio di come si sta muovendo ora il digitale in Italia. «Mine Consulting continua a crescere, realizzando applicazioni mobile e

software su misura per settori diversi, che spaziano dall'automotive all'education, dimostrando capacità di adattarci e offrire soluzioni innovative in contesti molto diversi tra loro – dice Meloni –, integra intelligenza artificiale nei progetti più avanzati e porta avanti innovazione anche attraverso progetti interni. Al centro del nostro approccio ci sono ascolto, rispetto e collaborazione. Credo che ascoltare davvero sia il primo passo per migliorare, crescere e creare qualcosa che abbia un impatto. Vale con i clienti, ma anche con il proprio team. E a proposito di team, tutti i dipendenti possono lavorare da remoto, perché contaminarsi non significa per forza stare nello stesso ufficio, ma condividere progetti, visione e obiettivi».

Nel tempo, Mine Consulting è passata da una micro-realtà fatta di freelance «a un team solido, con personale diretto e un'identità forte. E nel frattempo, sono diventata madre: ogni giorno lavoro per costruire qualcosa di bello da lasciare a mio figlio. L'azienda è il mio progetto, ma anche il mio contributo al futuro. Per questo non possono che guardare al futuro con la determinazione di costruire un ambiente lavorativo sempre più inclusivo, ponendo particolare attenzione alla presenza femminile nel settore tecnologico. È urgente aumentare il numero di programmatrici, perché ancora oggi la rappresentanza delle donne in questo ambito è troppo esigua».

Per questo motivo, Meloni è attivamente coinvolta in due associazioni dedicate esclusivamente alle donne nel digitale e all'imprenditoria femminile. «Attraverso questi network, ci impegniamo a portare nelle scuole testimonianze e opportunità concrete, con l'obiettivo di ispirare e avvicinare le nuove generazioni alle carriere tecnologiche. Partecipando a eventi e iniziative di settore, raccogliamo stimoli preziosi e creiamo occasioni per lasciare un impatto positivo e duraturo nella comunità professionale. Non è necessario sentirsi pronte per iniziare: le idee hanno valore nel momento in cui trovano il coraggio di essere espresse. Ogni ostacolo superato costruisce competenza e ogni passo deciso traccia la direzione. Il percorso non verrà offerto, va costruito. Con consapevolezza, determinazione e visione. E se si fallisce, pazienza: cosa significa davvero fallire?»

• ER

Il software su misura

Neusa Meloni, ceo e fondatrice di Mine Consulting Srl, ricorda gli inizi della sua avventura imprenditoriale. «Dopo aver studiato economia all'Università di Cagliari – dice Meloni –, ho scelto di intraprendere un percorso personale e professionale ricco di esperienze formative diverse. Nel 2020, a Milano, ha preso forma l'idea di Mine Consulting insieme al mio socio programmatore ventennale, con l'obiettivo di proporre un modello di sviluppo software diretto, trasparente e su misura, capace di rispondere concretamente alle esigenze delle aziende. Senza un portfolio iniziale e con un piccolo finanziamento personale, la sfida è stata enorme: non avevamo referenze come azienda, solo competenze e una visione chiara. Ma ci siamo messi in gioco e i clienti ci hanno scelto per la nostra capacità di ascoltare, analizzare e costruire soluzioni che rispecchiassero la loro identità».

Dal chicco alla tazzina

L'eccellenza femminile dell'espresso è made in Friuli Venezia Giulia: Chiara De Nipoti è la fondatrice e presidente del Cda di ORO CAFFÈ, che conduce da quasi 40 anni

ORO CAFFÈ è una torrefazione artigianale specializzata nella selezione, tostatura e miscelazione di caffè per il settore Horeca. Nata nel 1987 a Tavagnacco in provincia di Udine, grazie allo spirito imprenditoriale di Chiara De Nipoti e del marito Stefano Toppano la storica torrefazione udinese ha puntato da subito a un orizzonte di crescita in Italia e all'estero.

Oggi l'azienda è guidata da un management in prevalenza femminile, grazie all'ingresso delle due figlie Elisa (marketing manager) e Ketty (direttrice operativa) ed è il punto di riferimento per le caffetterie e ristoranti di qualità nel Triveneto e in Italia, dove ORO CAFFÈ è fornitore di più di 2mila bar. Da qualche anno l'azienda è entrata anche nella Gdo, attraverso le principali catene di supermercati del Triveneto.

L'export pesa nel fatturato della torrefazione ORO CAFFÈ per oltre il 50 per cento e infatti l'azienda distribuisce all'estero raggiungendo oltre 40 Paesi in tutto il mondo. Inoltre, ha due filiali dirette in altrettanti importanti mercati storici per l'export di caffè espresso italiano, quali il Canada e la Germania, ed è ben presente anche nei Paesi Balcanici e in Arabia Saudita.

Chiara De Nipoti è anche presidente dell'Associazione Donne Imprenditrici e Dirigenti d'Azienda AIDDA FVG, che conta quasi 80 donne imprenditrici e manager ai ver-

Chiara De Nipoti presidente ORO CAFFÈ



tici di illustri aziende friulane.

IMPIANTI GREEN

Il cuore della torrefazione è rappresentato dai macchinari per la tostatura e ORO CAFFÈ ha rinnovato da poco tutti gli impianti, investendo oltre 750 mila euro. La tecnologia utilizzata ha consentito di ridurre drasticamente le emissioni, addirittura di 10 volte sotto il limite concesso in Italia, durante il processo di tostatura delle miscele. Inoltre

l'azienda possiede un potente sistema fotovoltaico sul tetto della sede produttiva di Tavagnacco (Ud) per la produzione di energia e la flotta delle auto aziendali è composta da 5 auto Tesla e da alcuni furgoni elettrici.

I PRODOTTI PER L'ESPRESSO

A fianco delle linee di miscele di caffè torrefatto in grani pensate per i bar e ristoranti, il portafoglio ORO CAFFÈ è arricchito anche dalla linea di Monorigine 100 per cento Arabica, con ben 5 differenti origini di caffè, dai caffè macinati, oltre che da 5 tipologie di capsule diverse, come ad esempio le compatibili Nespresso, da una propria linea di capsule a sistema chiuso e dalla macchina a capsule Allegra, pensata per casa e ufficio e per tutti i cultori del caffè di qualità. Tutti i prodotti sono disponibili sull'e-commerce di ORO CAFFÈ <https://shoporocaffe.com/> o nei punti vendita.

MACCHINE PROFESSIONALI E SERVICE

INTERNO 24/7

Dal 2023 ORO CAFFÈ ha iniziato la produzione di macchine professionali da caffè, per baristi e ristoratori, ridando vita ad un comparto aziendale che già in passato si era dedicata allo sviluppo di queste macchine. Inoltre l'officina interna dedicata al servizio clienti 24/7 rappresenta un vero fiore all'occhiello del servizio della torrefazione che così può permettersi di seguire prontamente i propri clienti in ogni aspetto dell'attività svolta da un bar.

ORO CAFFÈ ACADEMY

Nel 2009 è stata fondata l'Accademia ORO CAFFÈ, con l'obiettivo di diffondere la cultura, l'arte e la tradizione del caffè espresso. L'idea nasce dalla consapevolezza di ORO CAFFÈ che l'eccellenza della materia prima non è sufficiente per poter offrire un'esperienza di degustazione di un ottimo espresso al cliente. L'Accademia è una vera e propria scuola situata nell'headquarter ORO CAFFÈ, che ha ottenuto il prestigioso riconoscimento dall'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (IIAC), a garanzia della qualità della formazione erogata.

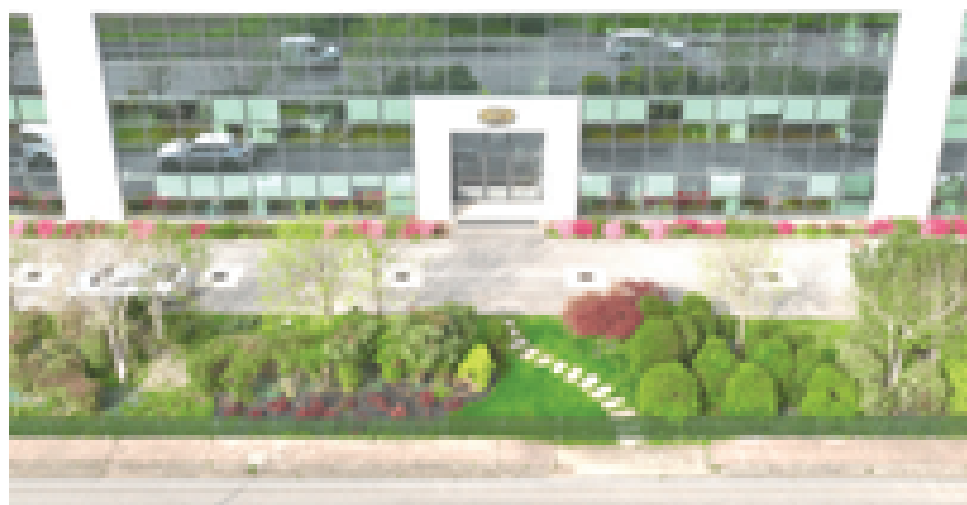
I corsi di formazione e di aggiornamento organizzati, tenuti dal coffee trainer ORO CAFFÈ Giovanni Roitero, sono rivolti a baristi professionisti e ad addetti alla manutenzione delle macchine da caffè. Da quest'anno sono stati introdotti anche corsi di "avvicinamento al caffè", dedicati ai privati cittadini e a tutti gli appassionati del caffè espresso, delle sue origini e di tutte le molteplici tipologie di estrazione.

Dal 2023, inoltre, ORO CAFFÈ bandisce annualmente il Concorso ORO CAFFÈ TALENT, che tramite la valutazione qualitativa del servizio e del caffè proposto nei locali clienti ORO CAFFÈ, candidati alla selezione, premia durante una sfida finale tra gli 8 migliori locali il maestro di caffetteria del Triveneto e il miglior locale in cui poter gustare un caffè realizzato a regola d'arte, un ottimo cappuccino decorato con Latte Art e un originale cocktail a base di caffè.

ADORO CAFFÈ: IL FORMAT PER DIFFONDERE LA QUALITÀ

Spazi accoglienti, arredamento raffinato dall'atmosfera rilassata e familiare, ottimo caffè e tante altre specialità: nasce oltre 10 anni fa la catena di caffetterie ADORO Caffè, con la quale l'azienda intende condividere e diffondere la cultura del buon Espresso.

• LE



Un sogno da realizzare

«Rendiamo locale una materia prima globale – afferma Chiara De Nipoti, fondatrice e presidente del Cda di ORO CAFFÈ - il nostro sogno è che un giorno tutte le caffetterie possano diventare l'equivalente delle enoteche per la scelta del vino. Offrire un'autentica esperienza di gusto ed affinare le conoscenze dei clienti è il nostro obiettivo».





AL BRONZO
DAL 1877
Barilla[®]



**LA PASTA CHE FA
LA SCARPETTA**

L'italianità nel mondo

Dal 2004 Camilla Lunelli, insieme ai cugini Matteo e Marcello e al fratello Alessandro, porta avanti una storia imprenditoriale giunta alla terza generazione, puntando sempre all'eccellenza, principio ispiratore di ogni scelta aziendale

Puntiamo a coniugare innovazione e tradizione: vogliamo restare fedeli ai principi che da ben 122 anni fanno il successo della nostra Casa, a partire dalla continua ricerca dell'eccellenza e dal legame con il territorio, ma al tempo stesso continuiamo a rinnovare il nostro stile e arricchiamo la nostra gamma di prodotti con etichette frutto di continue sperimentazioni». Esordisce così Camilla Lunelli, vicepresidente di Ferrari Trento e direttrice della comunicazione e delle relazioni esterne del Gruppo Lunelli.

È, in oltre cento anni di storia delle Cantine Ferrari, la prima donna a occupare una posizione di vertice nell'azienda. Come ci si sente?

«È un onore e una grande responsabilità. Mi auguro di essere la prima di tante. Già in azienda abbiamo tante colleghe di grande professionalità che ci fanno capire che stiamo andando verso questa direzione, che arricchisce l'azienda. Il mondo del vino storicamente è stato appannaggio maschile, ma oggi posso tranquillamente affermare che si sta aprendo al mondo femminile, soprattutto per alcune posizioni come la comunicazione e i rapporti esterni».

Suo padre Mauro è stato per anni l'enologo delle Cantine Ferrari. Che cosa le ha trasmesso?

«Mi ha trasmesso una grandissima passione, l'orgoglio di portare avanti una tradizione familiare e di essere parte integrante di un territorio, insieme a una fortissima etica del dovere. Amo ripensare ai momenti magici legati alla vendemmia, quando mia mamma mi portava a salutarlo



Tradizione e innovazione

«Siamo fedeli ai principi che da ben 122 anni fanno il successo della nostra Casa, a partire dalla continua ricerca dell'eccellenza e dal legame con il territorio, ma continuiamo a rinnovare il nostro stile e arricchiamo la nostra gamma di prodotti con etichette frutto di continue sperimentazioni»

tra i campi o in cantina. Gli odori e l'energia della vendemmia sono ricordi indelebili».

Qual è la chiave del vostro successo internazionale?

«Siamo cresciuti dando moltissima attenzione e cura al prodotto, dal momento in cui andiamo a piantare un vigneto al mo-

mento in cui arriviamo con le nostre bollicine nel calice finale. Abbiamo costruito anche un'attività di comunicazione e marketing molto innovativo fin dagli anni 80. Pensiamo alla vittoria dell'Italia ai mondiali dell'82, con il nostro bottiglione in monodivisione, è uno di quei momenti scolpiti nella memoria. Tengo a sottolineare che la comunicazione si fonda su radici solide e su un'eccellenza di prodotto tangibile e riconosciuta oggettivamente. Portiamo l'italianità nel mondo ma con radici ben salde nelle nostre montagne del Trentino».

Cosa significa e che cosa comporta in termini pratici essere un'eccellenza del made in Italy riconosciuta in tutto il mondo?

«Ci sentiamo l'onore e l'onore di avere un ruolo di ambasciatori dell'italianità all'estero. In quanto tale siamo orgogliosi di parlare di un sistema Italia a 360 gradi. Lavoriamo in collaborazione con altri brand. Trasportiamo nel mondo un'arte di vivere italiana che ha nel food and wine uno dei suoi punti di forza, ma che va anche a coinvolgere anche la moda e il design».

Quali sono le strategie e gli obiettivi che si prefigge per il futuro?

«Due in particolare: sostenibilità e inter-

nazionalità. Abbiamo sempre perseguito valori legati alla sostenibilità e al benessere della comunità e del territorio, mettendo in primo piano le persone, la tutela e il rispetto dell'ambiente e una solida crescita economica. Crediamo fortemente che ogni azienda non debba solo limitarsi a creare valore per gli azionisti, ma abbia una forte responsabilità sociale e ambientale. Tutti i nostri vigneti sono certificati Biodiversity Friend dal 2015 e biologici dal 2017. I nostri impegni sono condivisi con i 600 viticoltori che conferiscono le proprie uve alle Cantine Ferrari, attraverso un processo di formazione da parte dei nostri agronomi: qualità dell'uva, salute del coltivatore e rispetto dell'ambiente sono infatti i capisaldi del protocollo "Il vigneto Ferrari- per una viticoltura di montagna sostenibile e salubre" basato su norme rigorose e metodi sostenibili, fra cui l'eliminazione di diserbanti, acaridi e concimi di sintesi. Un traguardo molto importante è la carbon neutrality, che sottolinea il rapporto virtuoso del Gruppo Lunelli con tutta la comunità e soprattutto con il territorio; significa che le emissioni dirette dell'azienda sono a impatto zero, e questo grazie alla realizzazione di un parco fotovoltaico sul tetto della cantina e all'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili. Da quattro anni mostriamo attraverso un report di sostenibilità la nostra attenzione all'ambiente, la nostra responsabilità sociale e la nostra solida governance aziendale, con l'obiettivo di misurare il nostro lavoro e soprattutto sensibilizzare sempre più su queste tematiche». • CG

Camilla Lunelli, vicepresidente Ferrari Trento e direttrice della comunicazione e delle relazioni esterne del Gruppo Lunelli



La bottega del futuro che accorcia le distanze

Floriana Dell'Orco, imprenditrice, madre e presidente del Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Lecce, racconta il suo Forum Lab, nato per sostenere concretamente chi cerca lavoro

Quando si entra nella sede di Forum Lab a Lecce, lo storico Palazzo delle Poste, circondato da elementi barocchi, rinascimentali e liberty, non si sente il profumo stantio dei vecchi uffici postali, ma il fruscio leggero dei visori di realtà virtuale che si accendono, il tintinnio di mattoncini Lego® usati per fare design thinking e le risate di un gruppo di bambini nell'area baby-sitting. A guidare questo micro-ecosistema è Floriana Dell'Orco, imprenditrice, madre e presidente del Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Lecce e, soprattutto, una donna che da vent'anni costruisce ponti fra chi cerca lavoro e un mercato sempre più esigente.

Dottoressa Dell'Orco, Forum Lab è descritta come "ente di formazione" e "agenzia per il lavoro", ma la vostra sede sembra un'officina creativa. Come la definirebbe lei?

«Forum Lab è la mia personale "bottega del futuro". Nasce con un'idea semplice: se vogliamo che i giovani Neet, i disoccupati di lunga durata o chi vive di ammortizzatori sociali trovino davvero spazio nell'economia, non basta insegnare contenuti; dobbiamo farli allenare nel contesto dove quei contenuti vivono. Ecco perché le aule tradizionali convivono con un laboratorio di realtà virtuale dove un aspirante cuoco prepara le sue ricette in una cucina virtuale iperattrezzata, un aspirante designer realizza i suoi proto-

Floriana Dell'Orco, titolare di Forum Lab



tipi con la stampante 3d, o ci si imbatte in un set dove si sta registrando un podcast».

Dalla stampa 3d al podcast: come si costruisce un percorso formativo così eterogeneo senza perdere in qualità?

«La parola chiave è progettazione per competenze: partiamo da ciò che il territorio domanda e costruiamo moduli brevi e capitalizzabili. Poi innestiamo metodi che incuriosiscono: stiamo introducendo la escape room didattica, ad esempio, dove un gruppo deve "evadere" risolvendo dei quiz, o i micro-podcast che lo studente può guardare sul suo telefono per approfondire tematiche legate al mondo del lavoro e di suo specifico interesse. Così la professionalità non è sacrificata; è semplicemente erogata in un linguaggio che dialoga con la generazione TikTok e con chi, dopo anni di disoccupazione o inoccupazione, ha bisogno di riaccendere la motivazione».

Parliamo di inclusione. In azienda il 75 per cento del personale è donna e avete da poco sperimentato uno spazio baby-sitting interno gratuito per corsiste madri. Perché tanta attenzione al tema?

«Perché l'inclusione è un acceleratore di competitività. Quando una madre sa che il figlio è nella stanza accanto, assistito da educatrici qualificate, studia meglio e completa il percorso in tempi più brevi: i nostri dati dicono +28 per cento di retention. Lo stesso vale per lo sportello di sostegno psicologico e genitoriale a disposizione dei corsisti: se abbatti le barriere emotive, la gente apprende di più. E, non ultimo, stiamo per affiancare alla Iso 9001 la certificazione di genere Uni/PdR 125:2022. Non la viviamo come un bollino di facciata, ma come un cruscotto che ci obbliga a misurare gap salariali, promozioni, formazione. La trasparenza non perdona, ed è un bene».

Lei è anche presidente del Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Cciaa di Lecce. Cosa manca oggi per far decollare le aziende guidate da donne nel Sud Italia?

«Manca la cultura dell'investimento: i fondi di venture capital che allocano risorse a founder donne sono ancora sotto il 10 per cento. Le istituzioni potrebbero agevolare fondi rotativi a tasso zero garantiti e fornire voucher di welfare – baby-sitting e assistenza anziani – che alleggeriscano il carico di cura».

Fra dieci anni la formazione sarà ancora "umana" o l'intelligenza artificiale pren-



Progettazione per competenze
Partiamo da ciò che il territorio domanda e costruiamo moduli brevi e capitalizzabili. Poi innestiamo metodi che incuriosiscono

derà il sopravvento?

«L'la è già in aula: usiamo chatbot conversazionali che danno feedback immediato sugli esercizi e piattaforme adaptive che modulano il syllabus se lo studente fatica. Ma il tocco umano resta cruciale per interpretare le paure di chi ha collezionato più "le faremo sapere" che giorni di paga. Il futuro che vedo è ibrido: macchine per la personalizzazione, formatori-mentori per il coraggio, e imprese che riconoscono in que-

sto mix la chiave per attrarre talento».

Ha un ricordo emblematico che sintetizzi lo spirito di Forum Lab?

«Sì, Gianna (nome di fantasia): ventitre anni, drop-out scolastica, madre single. Ha iniziato un corso con noi portando la bimba con sé. Sei mesi dopo è entrata in stage in azienda e non ne è più uscita. È il cerchio che si chiude: formazione, lavoro, restituzione. E ricordo a me stessa perché facciamo quello che facciamo». • LG

Il valore dell'equità

Forum Lab non è soltanto un ente di formazione pugliese: è la prova che, quando tecnologia e cura procedono affiancate, le competenze fioriscono e i divari si restringono. Floriana Dell'Orco lo ripete come un mantra: «L'equità non è un costo – è il più robusto investimento sul futuro». Dopo aver visitato la sua "bottega del futuro", diventa difficile darle torto.

E lo dimostrano anche i numeri che raccontano Forum Lab:

- 90 per cento di placement entro sei mesi per i corsi in ambito digitale, entro dodici mesi per gli altri corsi.
- 52 madri hanno già usufruito del baby-sitting gratuito.
- 0 € di pay gap rilevato nell'ultimo audit interno (2024).

Una visione lungimirante

Passione e intraprendenza, unite a una visione imprenditoriale strategica, fanno della concessionaria Stefauto1952 un punto di riferimento non solo per Bologna, ma anche per tutto il territorio nazionale. Ne parliamo con la presidente Francesca Stefanelli

Figlia d'arte, di una degli esponenti di spicco di quella imprenditoria emiliana e italiana che rappresenta la spina dorsale del tessuto economico del nostro Paese, Francesca Stefanelli ha ereditato dalla mamma Anna Maria non solo la determinazione e la passione per il suo lavoro, ma anche quella lungimiranza che oggi la porta a guidare a testa alta la celebre azienda di famiglia, assumendo la direzione di tutte le concessionarie, delle officine, dell'agenzia di pratiche auto e del centro logistico.

Come inizia la storia della vostra azienda?

«La storia della nostra azienda comincia nel 1952 grazie alla straordinaria caparbia e determinazione di mia madre Anna Maria Stefanelli. In un periodo di fervente ripresa post-bellica e in un contesto in cui la presenza femminile nel mondo imprenditoriale era pressoché una rarità, mia madre

seppe trasformare sfide e pregiudizi in valide opportunità. La sua intelligenza e la sua innata generosità le permisero di guadagnare rapidamente la stima e il rispetto di chiunque avesse la fortuna di conoscerla. In seguito, mio padre, uomo di profonda cultura e integrità, collaborò con lei dando un ulteriore impulso alla costante crescita aziendale».

Come ha influito su di lei crescere in questo ambiente?

«Crescere in un contesto familiare dove i valori come l'onestà e il rispetto sono ben saldi è stato determinante per la mia formazione. Ho ereditato da mia madre l'istinto della battagliera e da mio padre la capacità riflessiva. Grazie a questi valori riesco a operare con disinvoltura in un contesto difficile, il settore dell'automotive, dove ancora oggi la presenza femminile è assolutamente minoritaria se non eccezionale per i ruoli apicali, sia a livello di impresa sia nelle case automobilistiche».

Quali sono le sfide maggiori che ha incontrato in questo settore?



«Oggi ci troviamo ad affrontare le sfide derivanti dalle criticità legate alla geopolitica come i conflitti in corso, oppure le conseguenze derivate da fenomeni quali la pandemia che abbiamo superato solo da poco e che hanno fortemente condizionato il commercio globale. Altro tema di forte interesse e con grande impatto sul settore dell'automotive è la crescente attenzione alla mobilità sostenibile e tutto il tema relativo alla transizione ecologica».

Che cosa pensa delle auto elettriche?

«L'auto elettrica rappresenta il futuro e il cambiamento verso la transizione green ed una nuova politica e concezione del mondo "automotive". Pur aderendo idealmente alla filosofia del cambiamento verso un sempre maggior rispetto dell'ambiente, ritengo che nel nostro paese la fretta con cui si è intrapresa questa direzione abbia causato molte criticità. Per prima cosa la nostra rete elettrica non è al pari di quella di altri paesi europei per capacità e diffusione rispetto ad un'utenza numericamente importante. Inoltre, i vari provvedimenti per l'utilizzo delle auto elettriche e le conseguenti penalizzazioni delle auto endotermiche hanno generato molta confusione nella clientela che non sa come orientarsi per l'acquisto di una nuova auto. Spesso l'auto elettrica rappresenta un lusso per chi può permettersela magari come se-

conda auto e con costi piuttosto alti. Noi siamo tuttavia pronti ad accettare queste nuove sfide nella speranza che le indicazioni e le decisioni politiche siano chiare e con una strategia per il lungo periodo».

La sua guida si contraddistingue anche per il forte impegno nei confronti di tutti i dipendenti.

«La crescita della nostra azienda è da sempre animata da un forte impegno verso l'ottimizzazione organizzativa. Come imprenditore mi sento investita di una missione molto importante anche a livello sociale, ovvero quella di creare un ambiente positivo e sereno dove i miei collaboratori possano migliorare sé stessi e di conseguenza anche la loro vita e quella delle loro famiglie.

Il nostro obiettivo è quello di elevare la qualità dell'ambiente di lavoro per le persone che lavorano per noi. Non considero i miei collaboratori solo come singole persone, ma penso sempre anche alle famiglie che devono mantenere o che stanno costruendo. A tal proposito, abbiamo completato una significativa ristrutturazione nella storica sede Mercedes-Benz, rinnovando sia lo showroom che il reparto "aftersale". Abbiamo posto particolare attenzione alla selezione di materiali a basso impatto ambientale, con la prospettiva di raggiungere nel breve termine un bilancio di "emissioni zero". Altre importanti ristrutturazioni e innovazioni sono in corso per investimenti e migliorie dei luoghi di lavoro. A settembre 2025 inaugureremo una nuova officina di 12 ponti, un magazzino ricambi di 985 mq e una zona consegne di autovetture nuove e usate progettata per rendere questo momento indimenticabile».

Quali sono le ultime novità?

«Negli ultimi anni, abbiamo proseguito il nostro percorso di crescita, consolidando nuove collaborazioni con prestigiose case automobilistiche, tra cui, più recentemente, Aston Martin nell'agosto 2023, estendendo la nostra presenza territoriale a tutto il centro Italia. Il marchio Aston Martin sta vivendo una fase di significativo rilancio con nuovi modelli e una nuova governance, dinamica e molto orientata a un forte rilancio del marchio sul mercato. Le mie scelte e le mie politiche aziendali hanno da sempre avuto come riferimento partner affidabili con cui operiamo da lungo tempo. Inoltre, punto di fondamentale importanza, i rapporti tra il nostro personale e la nostra affezionata clientela ci hanno permesso di essere stati premiati a livello nazionale su vari temi: l'esempio più recente ci vede assegnatari del premio "Top Performance 2026". Il 5 giugno, inoltre, abbiamo inaugurato il nuovo salone Aston Martin, in presenza di Mark Reichmann, executive vice president and chief creative officer di Aston Martin Lagonda, icona internazionale del design e Andreas Bareis, regional president of Aston Martin Europe, UK, EMEA». • **Beatrice Guarnieri**

Francesca Stefanelli,
presidente Stefauto1952



Marek Reichman, Francesca Stefanelli e Andreas Bareis

I marchi

Sempre attenta ai bisogni dei clienti e all'innovazione, Stefauto1952 ha sei diversi marchi capaci di soddisfare automobilisti con stili di vita, desideri ed esigenze diverse. Concessionaria ufficiale di vendita e assistenza Mercedes-Benz, Stefauto è anche uno dei 12 esclusivi AMG Performance Center in Italia: un punto di riferimento per chi cerca il perfetto equilibrio tra eleganza e sportività. Questo impegno verso l'eccellenza si rinnova oggi con l'apertura del nuovo showroom Aston Martin, simbolo di potenza e raffinatezza. Nel segno della robustezza e dell'essenzialità, INEOS Grenadier rappresenta la soluzione ideale per chi cerca un fuoristrada 4x4 autentico e senza compromessi. Allo stesso tempo, Smart nasce con l'obiettivo di rivoluzionare la mobilità urbana attraverso soluzioni agili e sostenibili. Cisa2000 concessionaria ufficiale Opel è il brand storico della famiglia Stefanelli, Citroën, che si distingue per il comfort e la versatilità. DS Store Bologna è concessionaria ufficiale di DS Automobiles marchio nato per coniugare eleganza, tecnologie all'avanguardia e attenzione artigianale ai dettagli e Stefar del brand francese Peugeot simbolo di design moderno, innovazione tecnologica e piacere di guida. MG Bologna, concessionaria ufficiale MG Motor, propone modelli dal design all'avanguardia, funzionalità avanzate e massima sicurezza, il tutto a un prezzo accessibile. Il marchio MG è disponibile anche nella sede di Ferrara. Leapmotor, brand innovativo proiettato verso un futuro più intelligente e sostenibile; Xpeng, brand specializzato nella progettazione e sviluppo di veicoli elettrici. Stefauto 1952 è anche al fianco delle aziende con una divisione interamente dedicate ai veicoli commerciali. Infine, particolare attenzione è rivolta al mercato dell'usato, considerato un segmento di grande valore. Stefauto1952 è l'unico centro Mercedes-Benz Certified per Bologna e provincia e dispone di un polo dedicato all'usato mainstream, con veicoli dei principali brand presenti sul mercato.

Farmaci scaduti, l'Italia fa scuola in Europa

Nelle parole della direttrice generale Maria Grazia Chimenti, il modello Assinde per lo smaltimento sostenibile

L'Italia è stata pioniera in Europa nell'adottare un sistema completo e strutturato per il ritiro e lo smaltimento dei farmaci scaduti. Un esempio virtuoso di economia circolare e responsabilità ambientale che ha un nome preciso: Assinde. Da oltre quarant'anni, questa realtà tutta italiana coordina la gestione dei resi farmaceutici con efficienza e trasparenza, collaborando con i principali attori della filiera: industrie, farmacie e distributori. A raccontarci questa eccellenza è Maria Grazia Chimenti, direttrice generale di Assinde, che con passione ed esperienza guida un sistema tanto complesso quanto essenziale per la salute pubblica e la tutela dell'ambiente.

COME NASCE ASSINDE

«Assinde è nata per rispondere a un'esigenza concreta: gestire in modo corretto e sicuro i farmaci scaduti rimasti in farmacia o presso i distributori – spiega Chimenti –. Il rischio di un uso improprio di questi medicinali era reale, e la filiera del farmaco ha deciso di

Maria Grazia Chimenti, direttrice generale di Assinde



intervenire con un accordo che stabilisce regole chiare per il conferimento e lo smaltimento dei resi».

«Il modello messo a punto è unico nel suo genere in Europa: coinvolge direttamente le associazioni di categoria del comparto farmaceutico – da Farindustria a Federfarma, passando per Assofarm, ADF e Federfarma Servizi – e garantisce una tracciabilità totale



del prodotto».

Assinde non è un semplice esecutore. «Siamo un intermediario attivo tra produttori, farmacie e distributori» – sottolinea Chimenti –. Gestiamo il ritiro dei farmaci, ne assicuriamo lo smaltimento a norma di legge e calcoliamo l'indennizzo per le farmacie, grazie a un sistema informatizzato».

Il costo dell'intera operazione è a carico delle aziende farmaceutiche, ma a beneficiarne è l'intero ecosistema: «Offriamo soluzioni sostenibili e vantaggiose anche dal punto di vista economico. Un modello di efficienza che tiene insieme salute, ambiente e responsa-

bilità sociale».

UN MODELLO UNICO

Nel panorama europeo, il sistema italiano gestito da Assinde rappresenta un unicum. «Il nostro settore è altamente regolamentato, e richiede professionalità specializzate per ogni fase – racconta Chimenti –. Non gestiamo solo i farmaci scaduti, ma, ad esempio anche i ritiri di lotti con difetti di qualità su disposizione dell'Aifa. La trasparenza è fondamentale e con la digitalizzazione abbiamo fatto enormi passi avanti: migliorano le prestazioni, aumentano i servizi e ci aggiorniamo costante-



mente sulle normative, che evolvono di continuo – basti pensare a come il settore ha dovuto rispondere durante il Covid, quando era necessario smaltire grandi quantità di materiale potenzialmente infettivo».

PIÙ CONSAPEVOLEZZA, PIÙ RESPONSABILITÀ

Oggi la sensibilità ambientale è cresciuta, ma secondo Chimenti è una consapevolezza che deve partire anche dalle nostre case: «Il farmaco è una sostanza attiva, non va mai gettato nell'indifferenziata. Va conferito in punti

40%

Giovani

Assinde punta con decisione sui talenti under 35, convinta che il futuro dell'azienda passi attraverso il dinamismo, la creatività e le idee innovative delle nuove generazioni

autorizzati e trattato come rifiuto speciale. Ognuno di noi ha un ruolo nella filiera, anche come semplice cittadino. Fortunatamente oggi c'è maggiore attenzione a questi temi, ma per noi sono al centro della nostra missione fin dagli anni 80».

DONNE, GIOVANI E INNOVAZIONE: LA FORZA DI ASSINDE

Un altro punto di forza? Le persone. «Il 70 per cento del nostro organico è composto da donne – afferma con orgoglio Chimenti –. Abbiamo scelto professioniste altamente competenti, capaci di unire rigore tecnico a doti come ascolto, precisione e attenzione. Ma anche i nostri colleghi uomini contribuiscono con grande valore. E poi c'è una componente in cui crediamo molto: il 40 per cento del nostro staff ha meno di 35 anni. Investire sui giovani significa guardare al futuro con fiducia, rinnovare il nostro approccio e aprirci alle nuove tecnologie. I giovani portano flessibilità, creatività e anche un po' di leggerezza in più, che non guasta mai».

RECUPERA E RESPIRA: UN PROGETTO PILOTA

Tra le iniziative più recenti spicca "Recupera e Respira", un progetto sviluppato in collaborazione con Chiesi Italia e Federfarma, finalizzato alla raccolta e termodistruzione degli inalatori esausti, smaltiti a oltre 1.100°C.

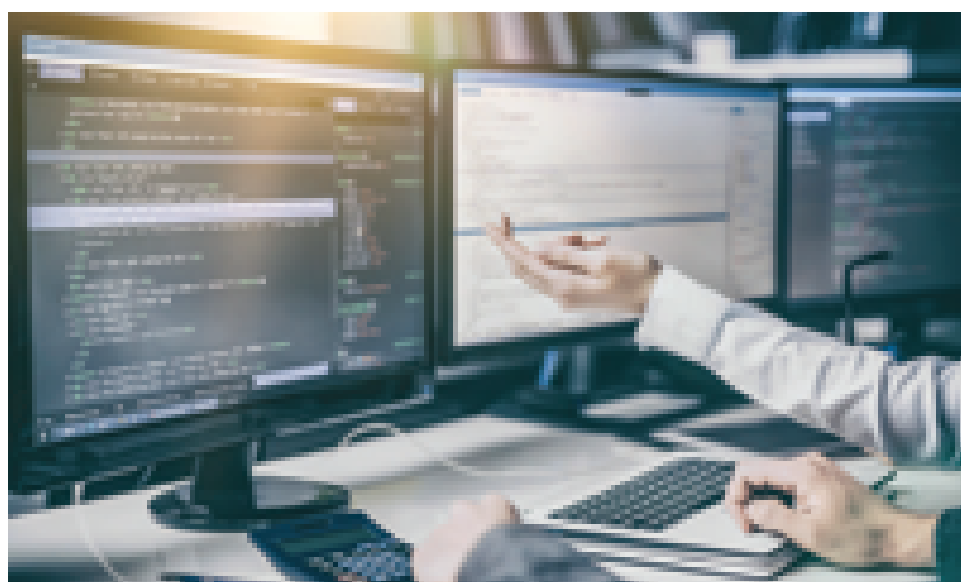
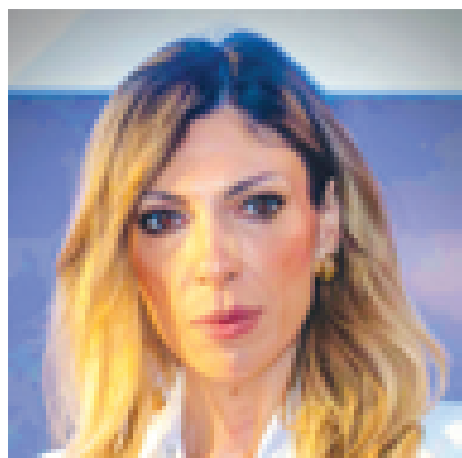
«Abbiamo provato a trasformare un gesto spesso automatico – quello di gettare un dispositivo esausto – in un atto di attenzione ambientale. Sono stati coinvolti farmacie e cittadini, creando una rete di raccolta consapevole. È un piccolo grande esempio di come, anche nel nostro settore, ogni azione possa fare la differenza». • Elena Bonaccorso

L'impronta rosa dell'automazione industriale

Chiara Pintaldi racconta la sua esperienza alla guida di Automation Service, realtà specializzata nei sistemi di controllo e supervisione e nell'automazione completa di sistemi di utility per grandi multinazionali

L'uso di sistemi di supervisione e controllo oggi è sempre più importante e permette il monitoraggio dei quadri e degli impianti, facilita la manutenzione ordinaria e straordinaria, ottimizza l'archiviazione di tutti i dati con collegamento a pacchetti software gestionali. In tale ambito, emerge Automation Service, fondata da Elio Pintaldi nel 1999 e oggi guidata con grande professionalità dalla figlia Chiara, ceo dell'azienda. «Operiamo nel campo dell'automazione industriale, lavoriamo a stretto contatto con le multinazionali leader del settore automazione come Abb, Siemens, Hima, Schneider per cui siamo dei system integrator. In particolare, siamo specialisti dei sistemi di controllo e supervisione e dell'automazione completa di sistemi di utility» spiega Chiara Pintaldi. Automation Service si è affermata rapidamente nel campo dell'ingegneria dei sistemi di controllo e supervisione, conquistando la fiducia di importanti aziende multinazionali nei settori Oil & Gas e Power Generation. «Ci ha contraddistinto da subito la capacità di offrire sia progetti chiavi in mano, sia ingegneria dei sistemi

Chiara Pintaldi, ceo di Automation Service



finalizzata a logiche di comando, regolazione e supervisione utilizzando hardware e software dei costruttori più importanti a livello mondiale».

Come si è sviluppato il suo percorso all'interno dell'azienda?

«Dopo la laurea in Economia aziendale e la successiva specializzazione in direzione aziendale, ho coadiuvato mio padre nella gestione di Automation Service. Nel 2021 sono diventata amministratore e ho cercato di apportare tutti quei cambiamenti che secondo me, col passare degli anni, erano diventati necessari all'interno dell'azienda, sia in termini finanziari che operativi.

Core business

Offriamo sia progetti chiavi in mano, sia ingegneria dei sistemi finalizzata a logiche di comando, regolazione e supervisione, utilizzando hardware e software dei costruttori più importanti a livello mondiale

Oggi Automation Service è una realtà leader nel proprio settore, sia per competenze professionali che per numero di addetti, abbiamo infatti un team di circa 50 risorse tra ingegneri e tecnici esperti, a differenza di chi fa il nostro lavoro, che solitamente opera in piccolo proprio per avere dei costi contenuti e una gestione più semplice».

Automation Service è guidata da una donna, nonostante appartenga ad un settore prettamente maschile. Quali ostacoli ha incontrato nel suo percorso professionale?

«Considerando che il mondo dell'automazione

è tipicamente maschile, le difficoltà non sono state poche. Mi sono chiaramente scontrata con tutti quei pregiudizi ovvi e scontati: dall'essere una donna ad essere giovane ecc. Ho dovuto instaurare un rapporto di fiducia e dimostrare le mie competenze, ma ho dovuto buttare giù bocconi molto amari. Alla fine, però, posso dire che la caparbia e la tenacia non mi sono mancate e ho raggiunto quelli che erano i miei obiettivi».

La settimana scorsa Automation ha organizzato un evento aziendale, la seconda edizione del Meet Automation: come si è svolto?

«Abbiamo avuto tutte le maggiori multinazionali come relatori in unione al nostro personale per rappresentare a tutti i nostri clienti principali nel campo automazione, oil and gas, power generation e navale, la forte partnership che ci lega. Questo importante evento ha ancora una volta dimostrato come Automation Service sia in grado di fornire le migliori soluzioni con tutti i brand leader del settore. È la prima volta, infatti, che un'azienda mette sotto il proprio cappello tutte queste multinazionali competitor tra di loro».

A questo proposito che caratteristiche ha la suite A4S?

«È la suite software per il monitoraggio dei dispositivi di protezione individuale nei luoghi di lavoro, basata su tecnologia Rfid. Il sistema permette al responsabile di sicurezza del cantiere o dello stabilimento di verificare la corretta applicazione delle policy di sicurezza nel rispetto delle vigenti normative grazie un varco elettronico UHF da installare in prossimità dei punti di accesso delle aree di lavoro. Grazie ad A4S è possibile infatti verificare se i lavoratori che attraversano il varco indossano i dispositivi di protezione individuali obbligatori prescritti attraverso l'applicazione di opportune etichette Rfid sui Dpi stessi. Il suo punto di forza è la capacità di analizzare simultaneamente più persone che attraversano il varco. Il sistema, ampiamente customizzabile, può prevedere inoltre, per esempio, la possibilità di verificare e controllare gli accessi dei veicoli autorizzati in stabilimento o cantiere (R Gate); il controllo accessi "a mani libere" (Dpi Scanner); la verifica della velocità media dei veicoli utilizzati all'interno delle aree soggette a particolari restrizioni».

Un altro software di punta è Crevas, di che cosa si tratta?

«Crevas è un software specializzato nella visualizzazione e storicizzazione di eventi; a differenza dei tradizionali Scada nati per la visualizzazione di pagine grafiche che integrano la funzione di cronologico eventi in "maniera standard", il Crevas è un software specializzato esclusivamente alla visualizzazione ed alla storicizzazione di eventi. Fa vedere agli operatori degli impianti qual è il bag che ha generato un difetto». • BG

Il reparto ricerca e sviluppo

«Da sempre crediamo nella ricerca di nuove frontiere che ci permettano di affrontare le sfide del mercato globale, cercando di essere sempre all'avanguardia nel settore, a tal fine abbiamo ampliato con successo la divisione di ricerca e sviluppo, vista come la risposta più decisa che potessimo dare a un mercato in perenne trasformazione - sottolinea Chiara Pintaldi -. Operare a stretto contatto con realtà altamente tecnologiche e innovative ci ha permesso di analizzare specifiche esigenze che necessitano di essere sviluppate. Il nostro team si adopera costantemente per rispondere ai clienti che non trovano sul mercato pronte risposte alle loro esigenze specifiche, analizzando, ingegnerizzando e applicando nuove soluzioni ad elevato contenuto tecnologico e di carattere assolutamente innovativo. Facciamo molta ricerca e sviluppo per la sicurezza in ambito lavorativo». Gli obiettivi per il futuro di Automation Service sono relativi all'espansione su altri mercati i, tra cui il settore navale, telecontrollo e cyber security.

Una gestione strategica delle risorse umane

Un modello di leadership responsabile, inclusiva e orientata al futuro, capace di generare valore duraturo per le persone e per le organizzazioni in cui operano. L'obiettivo di Matilde Marandola

Le aziende oggi sono chiamate ad affrontare sfide sempre più complesse legate alla sostenibilità, alla digitalizzazione e al benessere dei dipendenti. «In questo complesso panorama - precisa la presidente dell'Associazione italiana per la direzione del personale Matilde Marandola - la gestione delle risorse umane assume un ruolo centrale e strategico». L'AIDP oggi conta oltre 3000 membri e 16 sezioni regionali.

Nel 2024 è stata rieletta per il secondo mandato come presidente nazionale AIDP. Quali sono i temi che porterà avanti?

«Sono stata eletta presidente nel maggio del 2021. Dopo tre anni, nel maggio del 2024, la mia presidenza è stata riconfermata dando avvio al mio secondo mandato. È stata un'opportunità che ho accolto con rinnovato entusiasmo e con un profondo senso di responsabilità verso l'intera comunità professionale che rappresento. Durante il primo mandato, ho posto al centro del programma temi fondamentali per lo sviluppo delle persone e delle organizzazioni: il people caring, inteso come attenzione autentica al benessere delle persone nei contesti lavorativi; la responsabilità sociale e la sostenibilità, che oggi più che mai devono essere pilastri strategici della leadership e della governance; l'innovazione, motore imprescindibile per affrontare le sfide della trasformazione digitale; lo sviluppo delle competenze, leva chiave per accompagnare la crescita individuale e collettiva».

Un altro punto importante è stato far sentire la voce di AIDP in ambito politico, mantenendo un livello di interlocuzione costante e qualificata sulla normativa del lavoro.

«Da questo punto di vista, sono stati fatti importanti passi avanti, come la nostra audizione al Senato sul Disegno di Legge n. 1407, riguardante la partecipazione dei lavoratori all'impresa. È nostra intenzione proseguire con determinazione su questa strada, rafforzando il ruolo di AIDP come



Come cambia il concetto di professionalità
Oggi non basta più possedere competenze tecniche o esperienza settoriale: serve una combinazione nuova di conoscenze digitali, capacità umane e visione strategica.

interlocutore autorevole e propositivo. La mia intenzione è continuare a promuovere un modello di leadership responsabile, inclusiva e orientata al futuro, capace di generare valore duraturo per le persone e per le organizzazioni in cui operano».

Cosa può fare oggi il manager delle risorse umane per affrontare le sfide più impegnative del mondo del lavoro?

«Oggi, chi si occupa di risorse umane deve ad affrontare sfide sempre più complesse e in continua evoluzione. Il mondo del lavoro sta cambiando a un ritmo senza precedenti, anche grazie all'avvento dell'intelligenza artificiale, ai nuovi modelli orga-

nizzativi e alle emergenti richieste che provengono dalle persone che sono parte delle organizzazioni. In questo contesto, il ruolo dell'Hr assume una rilevanza strategica fondamentale. Una delle azioni più importanti che un Hr manager può e, in qualche modo, deve mettere in atto è ascoltare le persone: comprendere le loro esigenze, i loro bisogni reali, i loro desideri di crescita ma anche le loro difficoltà quotidiane. Solo attraverso un ascolto autentico possiamo costruire ambienti di lavoro più inclusivi, stimolanti e sostenibili. Le organizzazioni che sapranno accogliere e diventare parte di questo processo di cambiamento, con coraggio e visione strategica, saranno quelle in grado di attrarre talenti, di trattenere le proprie risorse migliori e di generare valore duraturo. È necessario, a mio avviso, accogliere il cambiamento, non subirlo ma saperlo guidare, con responsabilità e prudenza. Significa rimettere al centro la persona, favorire una cultura della fiducia, sviluppare nuove competenze, innovare i modelli di leadership e costruire un dialogo costante tra impresa e società».

Come si può sviluppare un modello di gestione del personale in grado di valorizzare le persone nel modo migliore?

«I cambiamenti attuali impongono l'adozione modelli empatici e basati sull'ascolto che valorizzino davvero le persone. Oggi parlare di persone e non di personale significa anche dare un segnale concreto rispetto ad un nuovo approccio cultu-

rale e organizzativo capace di mettere l'essere umano al centro, non solo come risorsa produttiva, ma come persona portatrice di valori, aspirazioni, competenze e potenzialità».

Che significato ha per lei l'inclusione?

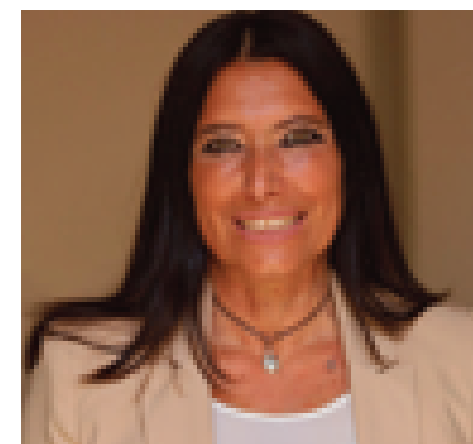
«Inclusione significa dare davvero spazio e voce a tutte le persone, valorizzando le differenze come un punto di forza. È una questione di visione: le organizzazioni inclusive funzionano meglio, innovano di più e crescono in modo più sostenibile. La parità di genere ai vertici non si ottiene da sola: servono impegno, consapevolezza e politiche mirate. Selezioni trasparenti, percorsi di crescita equi, modelli di leadership più inclusivi sono fondamentali. E anche sul fronte del gender pay gap dobbiamo essere molto concreti: servono dati, monitoraggio e azioni correttive, non solo buone intenzioni. AIDP ha delle Aree dedicate all'inclusione, alla responsabilità sociale e alla sostenibilità e ha aderito a una serie di progetti concreti per portare avanti questi temi».

Con l'affermazione dell'intelligenza artificiale come stanno cambiando le richieste del mercato in termini di competenze necessarie per definire una professionalità completa?

«Sta cambiando profondamente il concetto di professionalità. Oggi non basta più possedere competenze tecniche o esperienza settoriale: serve una combinazione nuova di conoscenze digitali, capacità umane e visione strategica. Le aziende cercano persone che sappiano interagire con l'IA e capirne i meccanismi, leggerne i dati e integrarla nei processi. Allo stesso tempo, le competenze umane diventano ancora più centrali: pensiero critico, responsabilità, creatività, empatia. Sono queste le doti che rendono davvero unica la nostra intelligenza rispetto a quella artificiale. Per noi cambiano anche le responsabilità: non dobbiamo solo attrarre talenti, ma accompagnare le persone nella transizione, promuovendo cultura digitale, formazione continua e uso etico delle tecnologie. Una professionalità completa, oggi, è quella che unisce tecnologia e umanità. E questo sarà il terreno su cui costruire il lavoro del futuro».

• **Cristiana Golfarelli**

Matilde Marandola, presidente nazionale AIDP, Associazione italiana per la direzione del personale





SHISEIDO
GINZA TOKYO

NUOVO ULTIMUNE

Power Infusing Serum

Clinicamente testato⁽¹⁾ per rallentare i 7 segni dell'invecchiamento:
Colorito spento, ruvidità, linee sottili, tono disomogeneo,
rughe, perdita di compattezza ed elasticità.

95% delle donne vede la pelle
più giovane in 1 sola settimana⁽²⁾

Risultati clinicamente testati
in 8 SETTIMANE⁽³⁾:

+86% Elasticità

+51% Luminosità

-63% Ruvidità

#FreedomFromAge



(1) Test clinici - 32 volontari.

(2) Test consumatori su 100 donne.

(3) Test clinici - 34 volontari.



Verso un domani più giusto e coeso

Punto di riferimento nella vendita di veicoli industriali e commerciali, Industrial Cars è tra le prime aziende del settore ad aver ottenuto la certificazione per la parità di genere. «Per noi è un valore quotidiano». Il punto della ceo, Antonella Ceccato

Nel settore automotive, dove l'innovazione tecnologica corre veloce, è facile pensare che il cambiamento dipenda solo da nuove motorizzazioni, software o processi digitali. Ma c'è un'importante realtà industriale che dimostra che il vero cambiamento parte dalle persone, dalla capacità di ascolto, dalla volontà di valorizzare ogni talento, indipendentemente dal genere: Industrial Cars, dealer di riferimento per i brand Iveco e Fiat Professional, è tra le prime aziende del settore ad aver ottenuto la certificazione per la parità di genere, un traguardo che non rappresenta un punto di arrivo, ma una tappa naturale di un percorso culturale radicato nel tempo. «In un

Antonella Ceccato, ceo di Industrial Cars



mondo che corre, questa azienda ha scelto di fermarsi un attimo per guardarsi dentro. E ripartire più forte, con uno sguardo più umano e una rotta chiara: trasformare la parità in un valore quotidiano. Non per adeguarsi a un trend, ma per costruire un futuro più giusto, più coeso, più sostenibile» afferma Antonella Ceccato, ceo di Industrial Cars, azienda del Gruppo Ceccato, dedicata alla vendita e commercializzazione di veicoli e servizi per la mobilità professionale per aziende di piccole e grandi dimensioni.

Sta inoltre realizzando una nuova sede di oltre 15mila mq dotata di sistemi di stoccaggio e gestione delle merci automatizzati, con l'obiettivo di offrire un servizio ancora più efficiente e performante ai propri clienti.

Vi distinguete per una cultura aziendale aperta, inclusiva e innovativa.

«La persona per noi è al centro. Non in modo astratto, ma in una pratica quotidiana che si traduce in iniziative concrete: orari flessibili, attenzione al benessere psicologico, strumenti di ascolto e coinvolgimento, percorsi di crescita disegnati su misura. La cultura aziendale ha saputo rompere schemi consolidati, dimostrando che l'approccio femminile alla gestione d'impresa non è alternativo a quello maschile: è complementare. Nella logistica, le figure femminili sono sempre più presenti, contribuendo con sguardo analitico e precisione operativa. In officina, la presenza femminile in ruoli tecnici è la nuova normalità. Questo cambiamento non è frutto di una strategia di marketing, ma di una precisa volontà organizzativa».

Cosa vi ha portato la certificazione di parità di genere?

«La certificazione di parità di genere – ottenuta attraverso un processo rigoroso che ha coinvolto ogni livello dell'azienda – è oggi uno strumento di misurazione e miglioramento continuo. Un modo per dare forza a ciò che già esisteva nella cultura del gruppo: rispetto, equità, merito-crazia. La certificazione inoltre ha aperto la strada alla stesura anticipata del Bilancio di Sostenibilità, ben prima che diventi obbligatorio per legge. Ha portato vantaggi concreti, come sgravi contributivi, ma soprattutto ha rafforzato la coesione interna, generando un clima organizzativo più consapevole e orientato al futuro».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Con quasi 50 anni di esperienza nella vendita di veicoli commerciali e industriali, oggi ci proponiamo come service provider racchiudendo nella nostra proposta un vero e proprio ecosistema di brand, attività e servizi per offrire ai nostri stakeholder le soluzioni più complete, innovative ed efficienti con l'ambizione di essere partner al fianco dei clienti. Siamo protagonisti dell'evoluzione dei trasporti e della logistica investendo su innovazione, trasformazione digitale e sostenibilità ambientale, il cliente è al centro di ogni nostra soluzione».

Com'è strutturato il magazzino?

«È composto da 30 addetti qualificati, suddivisi in 5 sedi, che si occupano della gestione dell'approvvigionamento, della logistica e della vendita di ricambi al banco o attraverso venditori dedicati e presenti su tutto il territorio di competenza. Il cliente inoltre può accedere al portale e-commerce che in tempo reale



In prima linea

Siamo protagonisti dell'evoluzione dei trasporti e della logistica investendo su innovazione, trasformazione digitale e sostenibilità ambientale

permette di monitorare la disponibilità dell'articolo ed eventualmente procedere con l'ordine. La distribuzione dei ricambi nel territorio è supportata da tre magazzini principali: Villorba, Thiene e Vicenza e da due depositi, Pederobba e Brendola e da un servizio di consegne più volte al giorno in base alla necessità del cliente».

Quali sono i punti di forza?

«Gestiamo ogni anno circa 18mila commesse, garantendo tempestività, competenza e qualità in ogni intervento. Il nostro team tecnico, altamente specializzato, partecipa costantemente a programmi di formazione per rimanere aggiornato sulle più recenti evoluzioni tecniche, elet-

troniche e diagnostiche dei prodotti. Una struttura solida, un team preparato e costantemente formato: elementi fondamentali per rispondere con professionalità alle esigenze di un mercato business sempre più esigente. L'inserimento in percorsi di crescita professionale consente di valorizzare il talento individuale, assicurando al cliente un servizio sempre più preparato ed efficiente. L'offerta si completa con un servizio di assistenza attivo 24 ore su 24, in grado di intervenire prontamente in caso di fermo macchina, effettuando la riparazione sul posto o il trasferimento del veicolo al centro autorizzato più vicino». • **BG**

Al fianco del cliente

In Industrial Cars il cliente trova competenza commerciale e tecnica: i consulenti sono formati sul prodotto e su tutti i servizi correlati, offrendo una consulenza mirata e personalizzata. Ogni trattativa si costruisce "a quattro mani" con il cliente, per individuare il veicolo e la configurazione ideale in base alle esigenze operative. La consulenza si estende anche agli aspetti correlati alla vita del veicolo: finanziamenti, leasing, servizi post-vendita, contratti manutenzione e riparazione, estensioni di garanzia e soluzioni su misura per ogni mission professionale. Questo approccio consente di tutelare al meglio gli interessi del cliente, accompagnandolo verso una scelta consapevole e vantaggiosa.



DAL 1815 AIUTIAMO A SPEDIRE LE MERCI VERSO OGNI DESTINAZIONE

DHL GLOBAL FORWARDING ITALY

Quando il successo dipende dal commercio globale, sappiamo quanto è importante che le merci arrivino puntuali a destino. Ecco perché DHL Global Forwarding promette di offrire sempre consegne affidabili, flessibili ed efficienti da e verso ogni Paese del mondo, in totale conformità con le normative locali.

Excellence. Simply delivered.
dhl.com
infodgf.it@dhl.com



Un'oasi alle porte di Cagliari

Luisa Carcangiu Bayre ci accoglie al Convento San Giuseppe, uno dei luoghi più suggestivi e ricchi di storia della città di Cagliari

All'inizio era un'estensione del Parco naturale del Molentargius di 1622 ettari, uno dei più importanti d'Europa, dove tuttora nidificano i fenicotteri rosa. I monaci benedettini, poi, nel 1200 hanno costruito una piccola parte della struttura, divenuta, a metà del 1600, il Convento dei Padri Scolopi. Stiamo parlando del Convento San Giuseppe, poco distante dal centro di Cagliari, che non è soltanto un luogo di particolare interesse storico e artistico, ma è anche un luogo che ci incanta per l'atmosfera magica e unica che si respira, adatta a creare gli eventi più speciali. Entrando nelle diverse sale si rimane colpiti dalla cura dei dettagli e dalla discreta eleganza del posto, dalla quale si deduce l'attenzione e la dedizione che caratterizza le persone che lavorano in questa struttura, a partire da Luisa Carcangiu Bayre, perfetta padrona di casa del Convento.

Com'è nato il suo percorso umano, prima che professionale?

«Sono nata settima di sette fratelli, in una famiglia dove non c'era molto spazio per le spiegazioni, la volontà era dei genitori. Ho guardato al futuro con desiderio di autonomia, e d'altra parte questo è stato l'insegnamento più grande: autonomia e lavoro, oltre al fatto che qualsiasi cosa deve essere fatta bene, al massimo. Ho iniziato la mia prima avventura lavorativa a soli 23 anni, uno studio di grafica e fotografia pubblicitaria, con determinazione e, devo dire con piacere, che è stato un successo per i venti anni in cui l'ho tenu-

Luisa Carcangiu Bayre gestisce il Convento San Giuseppe



Non smettere di imparare

Come mi piace dire in sanscrito, l'espressione di un concetto che comprende un mondo in una sola parola: "Anagata", che significa quello che ancora non siamo riusciti a fare, ma che faremo, stiamo solo imparando a farlo

to in piedi. Insegnando, poi, ho imparato a raccontare i materiali e a rispettarli, studiando la loro essenza, ho imparato a inserirli nel progetto secondo il loro significato».

Dopodiché è arrivato il suo progetto per il Convento.

«Quando è arrivato il Convento, è stato un amore scellerato per un lavoro mai studiato, tutto da imparare, in un luogo carico di storia per la città e per la famiglia di mio marito Paolo Bayre, impegnato nel turismo equestre sin dagli anni 70, con il quale abbiamo coniugato progetti e lavoro, incoscienza e coraggio. Sono stati anni fantastici: tutto da fare, tutto da imparare. Si trattava di apprendere veloce-

mente, ogni errore ha lasciato tracce indelebili nel mio orgoglio, ogni passo avanti uno stimolo a fare di più. Ancora materiali, questa volta si chiamano ingredienti, e i più importanti sono le persone: collaboratori, fornitori, clienti».

Cosa caratterizza specialmente il suo rapporto con il Convento?

«La consapevolezza che in quel momento è arrivato il tempo della cura, del dettaglio, della progettazione consapevole, e siamo ancora lì, perché la cura non ha mai fine, anzi si alimenta di sé, ha fame di attenzione e le persone hanno bisogno di ascolto e noi di ascoltare per capire. Di guardare l'ospite e di appropriarci del suo sguardo per comprendere cosa e

come desidera. Per renderci conto di come va il mondo, e il nostro mondo è pieno di chef anzi di masterchef per i quali il pesce perde la sua forma, non ha più testa non ha lisca ci sono solo due filetti, il resto è rifiuto.

Abbiamo guardato come migliorare il nostro lavoro con gli occhi di chi non aveva questa abbondanza, le nonne di un tempo, la loro economia in famiglia, il sacchetto dei rifiuti quasi vuoto. Le foglie meno nobili, le più snobbate, sono ricche di vitamine di sali minerali: elementi importantissimi per il nostro organismo, materiale ottimo per un brodo di base, per una vellutata, per un condimento più ricco e tanto altro. Il valore di una buona cucina si capisce da come usa gli ingredienti, le sue parti nobili e quelle di scarto, un operatore di cucina deve amare gli ingredienti nella loro interezza, capirne il valore e utilizzare ogni tecnica per mantenere la sua freschezza».

Cosa le preme di più nel rapporto con i suoi collaboratori?

«Portarli nei progetti più sfidanti, vincere le sfide, e dire loro "grazie di aver capito, senza di voi non ce l'avremmo fatta". E sapere che è vero che siamo una squadra, che siamo un'orchestra, il nostro lavoro è creare armonia, gioia e, alle volte, felicità. È un lavoro duro, siamo sempre sotto la lente d'ingrandimento, non abbiamo una seconda possibilità: è quel giorno, a quell'ora, in quel luogo, qualsiasi tempo faccia, qualsiasi cosa ti sia accaduta, non ci sono rinvii, proroghe o sabati e domeniche, no stop».

Come mai ama così tanto questo lavoro?

«Perché il lavoro ci ama, ci chiede l'impossibile anche dove lo stiamo già facendo e ci dà la gioia del viaggio. Non sappiamo ancora dove andremo, la bussola indica camere, giardini, orti, vigne... e abbiamo già fatto diversi passi. Energia solare per nutrire la nostra struttura, ma soprattutto energia giovane in un cambio generazionale già in atto. La nostra è una famiglia, non solo per la presenza delle figlie in azienda, ma anche per mio marito e mia sorella, pilastri importanti della vecchia generazione come me, esperienza ed entusiasmo ora si coniugano con visione e fiducia in ciò che faranno. E noi staremo a guardare per conoscere una nuova, bellissima avventura. E, come mi piace dire in sanscrito, non perché conosco la lingua, solo perché mi piace l'espressione di un concetto che comprende un mondo in una sola parola: "Anagata", che significa quello che ancora non siamo riusciti a fare, ma che faremo, stiamo solo imparando a farlo». • CG

Gusto certificato

Dopo un accurato importante lavoro di restauro conservativo che ha riportato la struttura agli splendori del 1600, il Convento San Giuseppe è stato adibito ad importanti manifestazioni pubbliche e private. È una location unica per fascino ed elasticità. Patrimonio storico-artistico tutelato, all'interno delle sue mura è possibile organizzare qualsiasi tipo di evento, sempre caratterizzato dalla grande qualità del servizio e dall'originalità della proposta, completamente personalizzabile. Possiede otto diverse sale da 100 fino a 500 posti, ideale per eventi privati, come banchetti nuziali.



L'ORIGINALE
SU ORIGINALI
NOMINATION
SONO FINITI
UNO PER UNO

#UNOAMEUNOATE



NOMINATION
ITALY

Il lavoro a chiamata ora è facile e sicuro

Francesca Bragaglia, forte di una lunga esperienza come consulente del lavoro, descrive la piattaforma che ha ideato, con la quale rende finalmente semplice ottemperare agli adempimenti burocratici necessari per questa forma contrattuale

In un contesto sempre più competitivo e globalizzato, a domanda sempre più variabile, le imprese hanno la necessità di ridefinire i propri processi aziendali per rispondere in modo efficace a una domanda che cambia velocemente anche nel breve periodo. La flessibilità dei processi produttivi vede un significativo aumento del ricorso alla forma contrattuale a chiamata, anche in quei settori diversi da quelli che tradizionalmente si caratterizzano, in modo strutturale, da produzioni a carattere intermittente. È per intercettare queste nuove tendenze che Francesca Bragaglia, consulente del lavoro da 25 anni, ha presentato sul mercato Lac (Lavoro a Chiamata), una WebApp «ideata e sviluppata per semplificare in totale sicurezza e in modalità immediata l'adempimento, da parte di imprese e professionisti (consulenti del lavoro, commercialisti e avvocati), degli obblighi previsti dalla normativa per il lavoro

Francesca Bragaglia, founder e titolare di Lac



a chiamata – dice la founder del marchio –. Tutto è nato da un'idea imprenditoriale forte e condivisa dalla squadra con cui abitualmente lavoro. Quotidianamente gestiamo anche le problematiche derivanti dal contratto di lavoro a chiamata: la sua applicazione richiede l'espletamento di una certa mole di attività di tipo burocratico imposta dalla normativa di riferimento. Abbiamo, quindi, cercato di soddisfare un'esigenza di gestione sviluppando una piattaforma integrata che consente una estrema semplificazione nella predisposizione, trasmissione e archiviazione delle comunicazioni da inviare all'Ispettorato Nazionale del Lavoro».

Come funziona?

«La squadra che abbiamo messo insieme ha sviluppato una WebApp accessibile da qualunque computer, cellulare e tablet attraverso l'utilizzo di una user-id e una pas-

Una WebApp user friendly

Ogni operazione richiede pochi passaggi veloci, con certezza dei dati e della loro trasparenza, e con alti livelli di controllo

sword. È un'applicazione estremamente user friendly e tiene conto dell'elevata disomogeneità nell'esperienza digitale degli utenti. L'abbiamo pensata con un'interfaccia grafica accattivante e intuitiva, che fornisce frequenti messaggi di conferma della correttezza di ogni passaggio concluso e dell'andata a buon fine della comunicazione effettuata. Dall'invio della comunicazione di chiamata all'Ispettorato del Lavoro all'immediata archiviazione della ricevuta di notifica dell'avvenuta trasmissione, dalla precompilazione in automatico della giornaliera dei dipendenti all'aggiorna-

mento in tempo reale del numero di giornate lavorate dal singolo collaboratore: ogni operazione richiede pochi passaggi semplici, veloci, con certezza dei dati e della loro trasparenza, e con alti livelli di controllo. Il tutto assicura economicità ed etica. Due key words, queste, che per noi sintetizzano il processo aziendale che vogliamo proporre con Lac sia alle imprese che ai professionisti».

Quali sono i vantaggi principali offerti dalla vostra WebApp?

«È una piattaforma che risponde in modo completo a un obiettivo bisogno di semplificazione delle attività previste dall'applicazione del contratto a chiamata. Lo fa a un costo assolutamente competitivo se confrontato con i risparmi di tempo conseguibili. Inoltre, chi ci sceglie può contare sulla competenza e l'esperienza di un team, tutto al femminile, formato da riconosciute e accreditate consulenti del mondo del lavoro. In questo modo riusciamo a erogare un servizio che offre un significativo risparmio di tempo per completare il processo di chiamata (dagli 8-10 minuti della modalità manuale classica a meno di 30 secondi), una sensibile riduzione del rischio di mancata comunicazione e delle relative sanzioni e un costante monitoraggio della posizione di ciascun lavoratore».

Qual è il vostro portafoglio prodotti e a chi si rivolgono?

«Il portfolio al momento dispone di due principali prodotti, uno dedicato alle imprese e

uno dedicato ai professionisti, ma riunisce per entrambi le stesse peculiari qualità di servizio derivanti dalla funzionalità e dalla tecnologia che abbiamo scelto di utilizzare. Abbiamo puntato su una estrema praticità operativa in termini di procedure, verifiche e controlli. Infatti, i dati del dipendente vengono inseriti una sola volta perché sono automaticamente memorizzati. La piattaforma dispone anche di un archivio delle chiamate effettuate e delle relative notifiche di avvenuta ricezione, consentendo di monitorare in modo agevole la situazione rispetto al limite delle 400 giornate nel triennio per ciascun lavoratore. Inoltre, produce con precisione e immediatezza la documentazione richiesta in caso di verifica da parte dell'Ispettorato e recepisce in tempi brevi eventuali modifiche alla procedura introdotte dalla normativa. In conclusione, ci siamo voluti prendere cura della semplificazione senza dimenticare i punti fermi dell'applicazione del contratto a chiamata, consentendo così ai nostri clienti di massimizzare gli evidenti benefici di carattere economico-finanziario derivanti dalla flessibilità tipica di tale forma contrattuale».

• Remo Monreale

Fra empatia e competenza

Essere un consulente del lavoro non significa semplicemente occuparsi di buste paga, contratti o normative. «Significa entrare ogni giorno nel cuore pulsante delle aziende e, soprattutto, nelle vite delle persone che ne fanno parte – dice Francesca Bragaglia –. Nel mio lavoro, ho scelto di esserci davvero: non solo quando serve una risposta tecnica, ma anche quando c'è bisogno di ascolto, supporto e fiducia. Per questo ho scelto di costruire con i miei clienti relazioni autentiche, basate su disponibilità, empatia e competenza. La consulenza del lavoro non è una catena di montaggio: è una relazione umana, che si alimenta ogni giorno con attenzione e rispetto. Ciò che guida tutto il mio team al femminile è l'idea che il mio ruolo non sia solo quello di risolvere problemi, ma anche di contribuire al benessere delle persone e delle organizzazioni, creando un ambiente dove ciascuno si senta ascoltato e valorizzato».

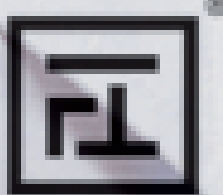
FASTIDI ALLE VIE URINARIE? CON CISTIFLUX LA TUA GIORNATA SCORRE LISCIA



Quando i fastidi alle vie urinarie impediscono alla tua giornata di scorrere come dovrebbe, può aiutarti Cistiflux che grazie all'estratto di mirtillo rosso favorisce il naturale benessere delle vie urinarie. Cistiflux Plus, in più, è arricchito con D-Mannosio, rinomato per le sue proprietà benefiche.

Integratore alimentare, leggere attentamente le avvertenze.

ALFASIGMA 



F E D E R I C A T O S I

federicatosi.it