

La **LEADERSHIP FEMMINILE** come **VALORE** per **L'IMPRESA**

Le caratteristiche di approccio al lavoro delle donne si integrano bene nelle aziende del settore assicurativo, anche quando queste puntano a progetti di ampliamento e innovazione. E dove il gender gap è meno presente, anche le differenze di retribuzione sono minori

di **ELISA FORLANI**,
direttore generale di Ima Italia
Assistance

Negli ultimi anni c'è stato senza dubbio un progresso sul tema della valorizzazione del ruolo e dei talenti femminili, riconosciuto come uno degli asset strategici su cui l'Italia, per esempio, ha deciso di investire e su cui impostare anche il Pnrr.

Ma il divario di genere nel mondo del lavoro è lontano dall'essere superato e, in molte parti del mondo, le donne hanno ancora accesso esclusivamente a lavori poco qualificati e sono retribuite in maniera inferiore rispetto agli uomini. Secondo il dato **Istat**, il differenziale retributivo di genere in Italia si attesta, nel comparto privato, intorno al 17,7% e il divario si allarga sensibilmente nelle posizioni dirigenziali, in cui la differenza supera il 27%. Quando non ne parleremo più vuol dire che questo gap sarà colmato. Il settore assi-

curativo non si discosta purtroppo da questa media anche se, riferendoci alla parte di assistenza assicurativa, le cose vanno meglio con una presenza di donne più rilevante, soprattutto all'interno della centrale operativa. Quando abbiamo fondato **Ima Italia Assistance** il personale in centrale era quasi esclusivamente femminile. L'attività di assistenza alla mobilità è per sua natura internazionale e ci orientava verso il reclutamento di laureati in lingue, dove la percentuale di ragazze era maggiore. Oggi la presenza femminile si assesta intorno al 70% per i profili operativi. Ma il dato più importante, e motivo di soddisfazione, è che il team femminile ha potuto fare un percorso di crescita che l'ha portato a ricoprire posizioni manageriali di

responsabilità, soprattutto nelle funzioni acquisti e del personale.

Il valore delle esperienze maturate all'estero

Ho iniziato la mia carriera circa 30 anni fa, quando il *gender gap* nel mondo del lavoro non era ancora un tema caldo e di conseguenza non è stato sempre tutto rose e fiori. Ma quando si è giovani si vede il futuro positivamente, anche se devo riconoscere che non è stato sempre un percorso senza ostacoli. L'aver accettato un'esperienza all'estero nell'*headquarter* di Ima mi ha permesso di entrare in contatto con una società, quella francese, già allora meno penalizzante per la donna, e di prendere più consapevolezza sul

ruolo che avrei potuto avere nel mondo del lavoro. Il Gruppo mi ha dato fiducia offrendomi una grande opportunità, ossia la responsabilità della fase di *start up* di Ima Italia Assistance. Una sfida molto stimolante e gratificante per la quale ringrazio il Gruppo, e che ho colto con determinazione, mettendo in campo competenza e perseveranza. La predisposizione e l'interesse a svolgere un ruolo chiave nelle dinamiche di un'azienda è fondamentale e deriva innanzitutto dalla volontà personale, dal percepire il lavoro come una sfera in cui realizzarsi e l'indipendenza economica come un elemento fondante del proprio progetto di vita. Per molte persone il *life-balance* rappresenta



Elisa Forlani, direttore generale di Ima Italia Assistance

il principale ostacolo nei percorsi obiettivi di carriera. Io sono mamma, ed esserlo diventata non ha comportato alcun rallentamento significativo nel mio percorso professionale, pur richiedendo un cambio nell'organizzazione quotidiana.

Il ruolo delle donne nell'innovazione del settore

Il contributo delle donne al mondo del lavoro è fondamentale non solo per l'inclinazione al *multitasking*, al *problem solving* e per le competenze tecniche, che partono già dalla scuola, dove le ragazze si impegnano mediamente di più e hanno un senso del dovere più marcato, ma la *leadership* femminile è an-

cora più efficace grazie alle *soft skill*: siamo più empatiche, predisposte alle relazioni interpersonali e all'intelligenza emotiva, mostriamo più capacità all'ascolto e al lavoro in team. Valori che portiamo in ufficio e che sono cruciali per l'azienda. Pensando al mio percorso personale, sono tutti valori risultati fondamentali, che mi hanno aiutato nel percorso di crescita professionale, ma che hanno permesso a Ima Italia Assistance di arrivare dove è oggi.

La visione e la spinta innovativa delle donne sono un dato di fatto e nel Gruppo Ima, dove l'innovazione è al centro delle priorità strategiche, si concretizzano con **Imai@b**, fondata appunto da una donna, **Catherine Lardy**. Un

vero e proprio incubatore di idee e progetti, con l'obiettivo di guidare il Gruppo in un processo di innovazione continua per la creazione di nuovi servizi integrati nei mondi digitali di azionisti e partner, e offrire una *customer experience* evoluta. La piattaforma Imai@b è focalizzata sullo sviluppo di nuove Api e partnership con promettenti start up. Ad esempio, il Gruppo Ima ha sviluppato il concetto di *open innovation* integrando nei suoi sistemi informatici **What3words**, un innovativo sistema di geolocalizzazione, oppure, più di recente, collaborando con **Carbooker** per offrire auto sostitutive e a noleggio in modo sempre più smart e sostenibile. E anche in questo caso entra in gioco la sensibilità femminile al tema della sostenibilità.

I progetti per il futuro

Più che di ambizioni parlerei di azioni. Il futuro, partendo dal 2022, deve essere il tempo in cui si raccolgono i frutti delle iniziative per l'*empowerment* femminile, per finalmente compiere il raggiungimento della parità di genere

sul lavoro, ma non solo. L'uguaglianza di genere è tra gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'Onu e nei target della Commissione Europea, nonché nell'agenda politica dei singoli Paesi, compresa l'Italia. E questo è un bene, soprattutto considerato che l'impatto della pandemia è stato particolarmente negativo sulle donne.

Di esempi virtuosi ne abbiamo in Italia, e sono felice di lavorare in un'azienda che ha nel dna il talento femminile. Il fatto che mi sia stata affidata la guida di Ima Italia Assistance come direttore generale e la recente nomina di **Paola Bianchi** a chief commercial & marketing officer confermano infatti la forte attenzione dell'azienda alla leadership femminile. Un impegno che caratterizza tutto il Gruppo Ima, che nell'indice Csr legato al *gender equality* ha ottenuto il punteggio di 89/100. Un risultato significativo, che valorizza le iniziative a supporto della carriera femminile nel Gruppo e che rappresenta non un punto di arrivo, ma un percorso verso la parità di genere fatto di formazione, opportunità, supporto e fiducia.

