

# Un **IMPEGNO REALE** per la **PARITÀ** di **GENERE**

Con la definizione del “Manifesto per la parità di genere nella filiera italiana”, Danone ha dato concretezza all’impegno per i pari diritti tra uomini e donne in azienda. L’iniziativa si inserisce in un percorso già avviato, che ha dato risultati in termini di fidelizzazione dei dipendenti, quote rosa e competitività

di **SONIA MALASPINA**,  
direttrice relazioni istituzionali,  
comunicazione e sostenibilità di  
Danone

**Il Manifesto per la parità di genere nella filiera italiana nasce dalla convinzione che promuovere le pari opportunità, l'occupazione e lo sviluppo professionale delle donne non sia solo una necessità sociale, ma abbia anche un impatto positivo sulla produttività delle aziende, sulla loro competitività e sulla crescita demografica del Paese.**

La realtà aziendale di **Danone** ne è una prova. Viviamo in un'epoca di rapida trasformazione, caratterizzata dalla rivoluzione digitale, dal cambiamento climatico e dall'instabilità geopolitica, che coinvolgono le persone in tutte le loro dimensioni: psicologica, fisica, sociale, economica e culturale. In questo contesto, persistono livelli ancora elevati di disoccupazione, soprattutto tra i giovani, e una sottoccupazione evidenti delle donne. In Italia,

solo il 52% delle donne è attivo nel mercato del lavoro, rispetto alla media europea del 67%, e solo il 28,7% di esse ricopre posizioni manageriali, contro il 34% dell'Europa.

Siamo partiti dalla certificazione per la parità di genere Uni Pdr 125/2022, introdotta nell'ordinamento italiano nel maggio 2022 e che Danone Italia ha ottenuto nel giugno 2023. Certi che possa rappresentare uno strumento di valore per permettere alle aziende di fungere da volano per il cambiamento all'interno delle proprie filiere, abbiamo voluto formalizzare un modello innovativo che abbiamo inserito nell'accordo di secondo livello di Danone del 22 gennaio 2024. L'accordo introdotto - che ha poi ispirato il manifesto per

la parità di genere, lanciato da **Winning Women Institute** e di cui Danone è stata la prima firmataria - prevede che, durante le gare organizzate dall'azienda per l'acquisto di beni e servizi, venga valutata l'adozione da parte dei fornitori di politiche mirate al raggiungimento della parità di genere, comprovata attraverso il possesso della stessa certificazione. Questo criterio apre la possibilità di ottenere una premialità stimata tra il 5 e il 10% della valutazione complessiva della gara (il valore specifico della premialità è determinato da ciascuna azienda). L'obiettivo è quello di generare un effetto virtuoso a cascata che coinvolga tutti i fornito-

ri, partendo dall'azienda che indice la gara. Questa iniziativa è vista come una leva di competitività per le imprese e come un sistema per promuovere la condivisione di valori comuni. Lo scorso 6 febbraio il manifesto è stato consegnato alle aziende, alle istituzioni, ai singoli individui e al sindacato, con la convinzione che migliorare le opportunità occupazionali e di crescita delle donne richieda uno sforzo collettivo. È un impegno aperto a tutte le realtà interessate a promuovere la parità di genere all'interno delle proprie organizzazioni e lungo tutta la filiera dei fornitori, contribuendo così

a creare maggiore equità, giustizia sociale e benessere organizzativo, elementi fondamentali per migliorare le performance complessive.

### **Una policy globale per la famiglia**

Al centro del nostro modello aziendale ci sono le persone: riteniamo infatti che garantire a uomini e donne pari opportunità rappresenti la chiave per la costruzione di un ambiente di lavoro sempre più inclusivo. Abbiamo provato a tradurre questa nostra convinzione in qualcosa di concreto già tredici anni fa con il *Baby decalogo*, un percorso a sostegno della genitorialità basato su dieci semplici regole applicabili in ogni azienda prima e dopo l'arrivo di un bambino: da qui abbiamo elaborato un piano di sostegno economico alla maternità e alla famiglia, nonché implementato il welfare aziendale per coprire i bisogni di accudimento ed educazione dei figli. Nel 2017 questa policy

è stata adottata anche a livello *global* coinvolgendo più di 100mila *Danoner*, oltre ai 600 già coinvolti in Italia e in Grecia. Un modello virtuoso che si è consolidato di anno in anno e che ha raggiunto traguardi per noi molto importanti.

Nel giugno 2020 abbiamo avviato anche la *Caregiver policy*, un'iniziativa per supportare i *Danoner* che si prendono cura dei genitori anziani, di familiari malati, con disabilità o non autosufficienti. E proprio un mese fa si è aggiunta la *Cancer policy*, per le persone di Danone affette da patologia oncologica e i loro *caregiver*.

### **Un contributo alla competitività aziendale**

Il percorso intrapreso da Danone Italia per la realizzazione della parità di genere in ambito lavorativo è un esempio del nostro impegno. Crediamo fermamente che sia compito di aziende come la nostra farsi promotrici di politiche e

iniziative che valorizzino il ruolo chiave delle donne al fine di ispirare altre realtà aziendali (ma anche le stesse istituzioni) e dare vita a un vero e proprio cambiamento sociale, economico ed etico. Il nostro obiettivo è creare un movimento virtuoso di aziende e organizzazioni proattivo e sempre più coeso a supporto della parità di genere, con la consapevolezza che questa sia davvero una leva importante per la competitività del nostro paese.

Maggiore occupazione femminile si traduce in maggiore produttività e competitività d'impresa, creando un circolo virtuoso: per dare qualche numero, secondo la **Banca d'Italia** il calo demografico potrebbe avere un impatto sul Pil pari al 7,6% nel 2050, ma se l'occupazione femminile raggiungesse quella maschile entro il 2040 la perdita del Pil sarebbe solo del 1,7%. Per Danone garantire la parità di genere significa riconoscere il contributo inestimabile che le

donne possono offrire al mondo aziendale. Per noi di Danone la maternità, la paternità e la cura dei più fragili sono portatrici di una carica positiva, capace di alimentare l'energia, la creatività e le capacità empatiche e organizzative delle persone, diventando così un valore chiave per la crescita dell'intera organizzazione. Il viaggio intrapreso nel 2011 si è rafforzato di anno in anno dando il via a un modello virtuoso che ha consentito a Danone Italia di raggiungere risultati di carattere economico e sociale che qui sintetizziamo: il 100% delle mamme torna al lavoro dopo il congedo di maternità; +8% di nuovi nati in Danone anche nel 2022; contiamo il 55% di donne tra i manager (dato 2023); nel 2023 il 65% delle promozioni ha riguardato le dipendenti; il 14% delle nostre promozioni è andato a mamme rientrate dal congedo di maternità (2022); il 100% dei papà ha usufruito dei 20 giorni di congedo di paternità. 