

Far crescere la presenza femminile in un'azienda dove sono richieste competenze specifiche non è impossibile. Tra campagne per avvicinare le ragazze alle professioni tecniche e piattaforme per condividere le buone pratiche, l'itinerario è tracciato. Per arrivare pronti al 2020: anno in cui la Ue chiede l'uguaglianza in tutti i campi

GHEZZI (FERROVIE): PARITÀ SUI BINARI L'EUROPA È VICINA

di **Francesca Gambarini**

Per la presidente (formula scelta dopo molte riflessioni, quindi non chiamatela presidentessa) di Ferrovie dello Stato Gioia Ghezzi i numeri contano parecchio. Anche quando non le piacciono. Per esempio, quel 14,9% di donne nel gruppo (2,7% nella manutenzione e 0,8% fra chi guida i treni) proprio non le va giù. «Sarebbe difficile essere soddisfatti per un'azienda come la nostra, che ha 70mila dipendenti (il 40% di quelli laureati sono ingegneri, ndr) e dovrebbe dare l'esempio al Paese in fatto di parità — riflette Ghezzi —. Ma possiamo fare tanto, e in parecchi modi».

Gli step

Ad esempio si può partecipare alla piattaforma «Ue Platform for Change», siglata settimana scorsa a Bruxelles da Fs insieme a istituzioni e altri operatori ferroviari, per condividere iniziative e misure a favore della parità di genere e mettere a fattor comune le *best practice* adottate.

Fs porterà sul tavolo il suo ampio programma *Women in motion*, lanciato un anno fa: «Abbiamo raggiunto duemila studenti in 40 scuole, medie e superiori: le nostre emissarie hanno raccontato cosa significa intraprendere una carriera tecnica, quella della manutentrice di treni o dell'ingegnere dei trasporti — racconta Ghezzi —. E ora tre neodiplomate sono in stage in azienda

per studiare l'infrastruttura ferroviaria». Da pochi giorni il progetto, sotto il nome di *Bet she can* (scommetti che ce la farà, n.d.t.), è allargato anche alle elementari, per far conoscere alle bambine le materie scientifiche e i relativi mestieri, «perché il *bias* è forte e le ragazze, spesso, si auto-deselezionano da certi settori e ruoli».

Il processo comincia proprio dalla scelta della scuola. «In Italia abbiamo un grosso problema di riqualificazione degli istituti tecnici — considera la presidente —. In Germania, invece, sono molto stimati: hanno una reputazione simile ai nostri licei. E tra gli studenti dei professionali le femmine sono pochissime. La nostra nuova policy, *comply or explain* (rispettare o spiegare), che prevede il 50% di donne nella rosa dei candidati per una posizione di qualsiasi società del gruppo, nei ruoli più tecnici ha difficoltà a venire applicata, perché ci manca un bacino adeguato. E se questo accade a noi, che per il terzo anno consecutivo siamo stati nominati *best employer of choice* in Italia, è evidente l'urgenza di migliorare questa situa-

zione per tutte le imprese del Paese». Ma le cose, anche in vista del 2020, anno che l'Europa ha messo in agenda per raggiungere la parità sul lavoro, stanno cambiando. E pure velocemente. «Dall'avvio del programma abbiamo ricevuto fino al 50% in più di candidature femminili, circa centomila all'anno».

Il 2020 è un traguardo importante

anche per Fs: il cda ha approvato una delibera che per quella data vuole portare le donne in posizioni manageriali dall'11% al 20% e quelle nello staff al 30%, dal 21%. «Io punto al 50%, ma oggi non sarebbe realistico, visto il punto di partenza — considera Ghezzi —. Resto convinta, perché ormai ci sono numerosi studi che lo dimostrano, che sostenere la diversità in azienda non sia solo etico ma convenga a tutti, alle imprese e al Paese. E poi, la metà dei nostri clienti sono donne».

Più fronti vengono aperti, più possibilità si avranno di rompere il soffitto di cristallo. Così, tra le ultime iniziative di Fs, c'è anche l'adesione alla campagna del governo per promuovere il nuovo numero anti violenza sulle donne. «Internamente, invece, organizziamo seminari sugli *unconscious bias* e per supportare chi torna dalla maternità, per combattere il fenomeno dell'abbandono del posto di lavoro, coinvolgendo anche i responsabili, che spesso sono uomini». In Italia il 40% di dimissioni femminili si registrano infatti dopo il secondo figlio. «Dobbiamo facilitare le condizioni per il reinserimento, sia per le neomamme che per i manager che lavorano con loro. E insistere sui fronti in cui c'è lo slittamento di ruoli, come nella cura di un figlio, oggi divisa più equamente tra marito e moglie: noi abbiamo una *parental policy* e tremila papà hanno già preso 50 mila giornate di paternità. Dove le cose ancora non cambiano, invece, è nell'accudimen-

to dei genitori anziani: pesa ancora tutto sulle donne».

Programmare

Ghezzi intanto ha le idee chiare: una volta che si è riusciti a portare più donne in azienda, bisogna aiutarle a fiorire, all'interno. «È fondamentale che la legge Golfo Mosca (che ha introdotto le quote di genere nei cda, ed è in scadenza nel 2023, ndr) sia prolungata — riflette la presidente —. A un certo punto non ne avremo più bisogno, ora è presto. E non sono d'accordo con chi dice che non ha avuto impatti sulle carriere femminili: un cda dove ci sono delle donne mette pressione all'ammini-

stratore delegato, di solito un maschio, per incoraggiare politiche di parità, come il *comply or explain*».

Altra grana è il *gender gap*: in Italia le manager e le impiegate guadagnano in media il 6% in meno al mese degli uomini; nel Regno Unito, dove una legge obbliga le aziende alla trasparenza dal 2018, si è scoperto che EasyJet paga i comandanti donna il 52% in meno. «Il nostro 6% non è poco: è una tragedia, se rapportata su un anno o su un'intera vita lavorativa: penso all'effetto sulla pensione. Per questo è importante aiutare le donne a programmare le scelte a lungo termine della carriera», osser-

va Ghezzi, a cui negli anni è spesso capitato di ritrovarsi unica "signora" delle riunioni. «Dopo la laurea in fisica mi sono occupata di finanza, a Londra, e sì, è vero, il soffitto di cristallo, pur sottile, c'è sempre stato. È la riunione fissata a un orario che ti esclude, il progetto a te affidato al quale ti chiedono di far partecipare un uomo "del capo". La pressione è forte e la devi gestire. Anche grazie all'aiuto di mentori, sponsor e di *role model*. Tre figure diverse, tutte fondamentali. Per me sono stati uomini e donne, anche più giovani. Come li ringrazio? Cerco di tenermi un'ora alla settimana per fare lo stesso con chi oggi ne ha bisogno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

+9%

La crescita di donne in ruoli manageriali e di staff che Fs prevede entro il 2020

+50%

L'aumento delle candidature femminili in Ferrovie in due anni



Fisica e finanza Gioia Ghezzi, 55 anni, presidente del gruppo Fs dalla fine del 2015, ha oltre 25 anni di esperienza manageriale e nella consulenza