

**LA PARTECIPAZIONE DELLE DONNE AI CONSIGLI  
DI AMMINISTRAZIONE DELLE SOCIETÀ**

**Corso Donne, Politica e Istituzioni**

Prof. Chiara Leardini

Università degli Studi di Verona  
Ferrara, 30 Novembre 2012



---

---

---

---

---

---

---

---

DI COSA PARLEREMO OGGI...

- o Quadro Internazionale
- o Quadro Regionale
- o Quadro Provinciale
- o La legge Golfo-Mosca

2

---

---

---

---

---

---

---

---

**IL WORLD ECONOMIC FORUM**

pubblica ogni anno il **Gender Gap Report**, un rapporto che misura le dimensioni del divario tra uomini e donne, ponderando i propri indicatori su 4 criteri di disparità tra i due sessi:

- > Partecipazione economica ed opportunità
- > Formazione
- > Salute e benessere
- > Partecipazione politica

Lo studio fornisce una definizione di quando si ha

**EGUALIANZA DI GENERE**

*"I diritti, le responsabilità e le opportunità degli individui non devono essere determinate dall'essere nati maschi o femmine"*

3

---

---

---

---

---

---

---

---



**UNIONE EUROPEA** BRUXELLES, 21.9.2010  
**STRATEGIA PER LA PARITÀ TRA DONNE E UOMINI**  
**2010-2015**

- esaminare iniziative mirate al miglioramento della **parità di genere nei processi decisionali**.
- monitorare l'obiettivo del **25% di donne in posizioni direttive di alto livello nella ricerca**.
- **monitorare i progressi** verso l'obiettivo del 40% di membri di uno stesso sesso nei comitati e gruppi di esperti istituiti dalla Commissione<sup>20</sup>.
- sostenere gli sforzi per promuovere una maggiore partecipazione delle donne alle **elezioni al Parlamento europeo**, anche come candidate.

7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**IMPRESA AL FEMMINILE – VISIONE REGIONALE**

Imprese femminili Italia 2011		tasso di femminilizzazione	
Lombardia	13,5%	Lombardia	20,1%
Campania	10,4%	Campania	26,9%
Piemonte	7,8%	Piemonte	24,0%
Veneto	7,7%	Veneto	21,7%
Sicilia	8%	Sicilia	24,8%
Emilia Romagna	6,9%	Emilia Romagna	20,6%
...	...	...	...
Valle d'Aosta	0,2%	Molise	30,1%

8

---

---

---

---

---

---

---

---

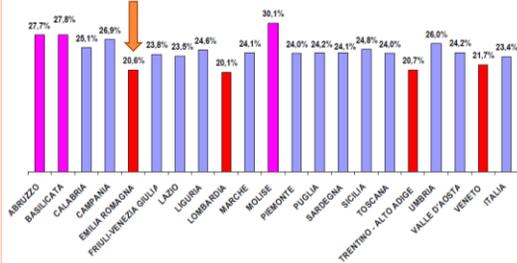
---

---

---

---

**TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE REGIONALE**



Fonte: Osservatorio Imprenditoria femminile Unioncamere Infocamere. Dati III trimestre 2011.

9

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## IMPRESA AL FEMMINILE – VISIONE REGIONALE

Tasso di femminilizzazione	
ITALIA	23,4%
Emilia Romagna	20,6%
Bologna	21,1%
<b>Ferrara</b>	<b>21,3%</b>
Forlì – Cesena	21,3%
Modena	20,3
Parma	19,8
Piacenza	22,1%
Ravenna	20,7%
Reggio Emilia	17,9%
Rimini	22,2%

10

## FORMA GIURIDICA DELLE IMPRESE FEMMINILI

	Imprese individuali	Società di persone	Società di capitali	Altre forme
Italia	60,5%	22,4%	14,7%	2,5%
Emilia Romagna	60,6%	23,1%	14,7%	1,6%

TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE  
PER FORMA GIURIDICA

	Imprese individuali	Società di persone	Società di capitali	Altre forme
Italia	25,7%	27,7%	15,2%	16,4%
Emilia Romagna	23,3%	21,5%	14,2%	12,8%

11

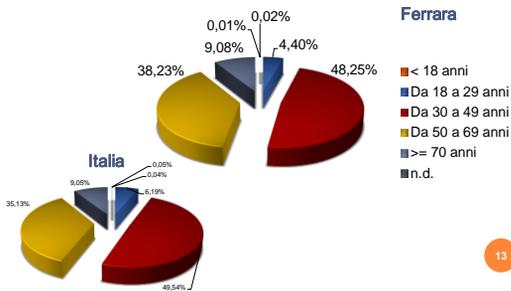
TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE  
PER SETTORI DI ATTIVITÀ

Settori di attività:	Regione	
	Emilia	Italia
S Altre attività di servizi	50,4	49,0
Q Sanità e assistenza sociale	35,9	42,1
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle im...	31,6	30,8
I Attività dei servizi alloggio e ristorazione	30,6	33,3
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	26,0	27,5
P Istruzione	26,0	32,3
X Imprese non classificate	24,4	23,0
J Servizi di informazione e comunicazione	23,2	23,3
L Attività immobiliari	23,1	24,7
K Attività finanziarie e assicurative	22,4	23,3
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	22,1	22,5
A Agricoltura, silvicoltura pesca	22,0	29,4
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	21,4	27,1
TOTALE	21,0	24,2
C Attività manifatturiere	17,8	19,5
B Estrazione di minerali da cave e miniere	9,6	10,8
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	9,5	13,6
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	8,3	8,6
H Trasporto e magazzinaggio	7,3	10,9
F Costruzioni	5,2	7,0
O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale ...	0,0	14,0
T Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro p...	0,0	40,0

12

Donne imprenditrici nelle Provincia di Ferrara  
Per Fasce d'Età

< 18 anni	Da 18 a 29 anni	Da 30 a 49 anni	Da 50 a 69 anni	>= 70 anni	n.d.
5	930	10.192	8.075	1.917	3
Totale Imprenditrici = 21.122					



13

---

---

---

---

---

---

---

---

---

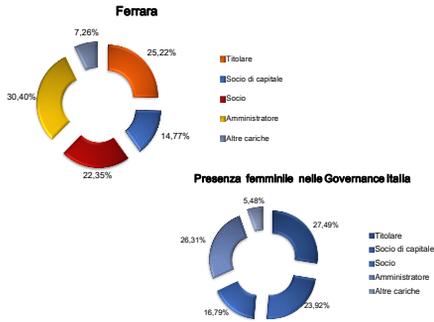
---

---

---

PRESENZA FEMMINILE NELLA GOVERNANCE

Presenza femminile nelle Governance



14

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

LEGGE 12 LUGLIO 2011 N.120

"LEGGE GOLFO-MOSCA"

OBIETTIVO 20%-33%

PREVEDE CHE...

Un **terzo** dei posti dei CdA e dei Collegi Sindacali sia riservato al genere meno rappresentato

La legge è applicata a:

- società quotate
- società controllate dalla PA

15

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





Le politiche di genere nel contesto di CSR...



22

---

---

---

---

---

---

---

---

**Corporate Social Responsibility**  
*Secondo la Commissione Europea (COM 2011/681)*

«La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società»

**Scopi individuati:**

- Massimizzare la creazione di valore condiviso per gli stakeholder
- Identificare, prevedere e mitigare i possibili impatti negativi della propria attività

23

---

---

---

---

---

---

---

---

Il perseguimento dei fini di lucro non può porsi in conflitto con il benessere delle persone che operano nell'impresa e con l'impresa

**L'impresa è un centro di interessi, non solo economici**



24

---

---

---

---

---

---

---

---

**GLI STRUMENTI DI RENDICONTAZIONE SOCIALE**

- Il Bilancio di Genere
- Il Bilancio Sociale e il Bilancio di Sostenibilità

25

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

***IL BILANCIO DI GENERE PER LE IMPRESE***

**1. Profilo di genere dell'impresa**

Descrizione del contesto generale in cui leggere le politiche di genere adottate dall'impresa

**2. Analisi di genere nell'impresa**

Modalità con le quali il genere viene vissuto e valorizzato all'interno dell'impresa (personale e ruoli, formazione, retribuzione ...)

**3. Analisi di genere nella conduzione dell'impresa**

Analisi della corporate governance in chiave di genere

26

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1. Profilo di genere dell'impresa**

- ❖ Profilo societario e di gruppo
- ❖ Mission
- ❖ Attività e ambiti di intervento
- ❖ Numero totale dei dipendenti, suddiviso per genere
- ❖ Carta degli impegni di genere (ambiti, obiettivi, azioni...)

27

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Analisi di genere nell'impresa

### a. Occupazione

- ❖ Analisi di genere dei dipendenti per:
  - ruolo e qualifica
  - età
  - tipologia contrattuale
  - distribuzione territoriale
- ❖ Tasso di turnover del personale, suddiviso per genere, età e area geografica
- ❖ Tassi di infortuni sul lavoro, di malattia, assenteismo suddivisi per genere
- ❖ Tasso di mobilità interna ed esterna per genere

28

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### Box 3.2. Reporting Example of Maternity Leave Statistics

Yuhan Kimberly, a Korean manufacturer, presented its maternity leave statistics in a table as follows within its 2008 Sustainability Report.<sup>28</sup>

Category		2004	2005	2006	2007	2008
Childbirth/maternity	Maternity leave usage rate (%)					
	Maternity leave users (person)					
	Return-to-work rate post maternity leave (%)					
	Baby care leave users (person)					
	Baby care leave usage rate (%)					

Source: Yuhan Kimberly [http://www.unglobalcompact.org/data/ungc\\_coop\\_resources/68CFA066-ABEF-40E6-BDC5-19CD244F19E7/COR.pdf](http://www.unglobalcompact.org/data/ungc_coop_resources/68CFA066-ABEF-40E6-BDC5-19CD244F19E7/COR.pdf).

GRS-FC, *Embedding Gender in Sustainability Reporting: A Practitioner's Guide*, p. 20

29

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### b. Retribuzione

- ❖ Distribuzione delle retribuzioni per genere
- ❖ Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di:
  - qualifica
  - anzianità anagrafica
  - grado di istruzione
- ❖ Distribuzione delle promozioni per genere

30

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### c. Formazione

- ❖ Principali iniziative di educazione, formazione, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori e delle lavoratrici
- ❖ Numero di dipendenti che hanno beneficiato di tali iniziative, suddiviso per genere e categoria di lavoratori
- ❖ Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per genere e categoria di lavoratori

31

---

---

---

---

---

---

---

---

### d. Politiche di conciliazione

- ❖ Distribuzione per genere dei permessi sul lavoro (maternità, paternità, malattia dei figli ...)
- ❖ Iniziative di flessibilità del lavoro: part time, tele-lavoro ...
- ❖ Altre iniziative (asili aziendali ...)

### e. Altro

- ❖ Episodi di discriminazione e azioni intraprese
- ❖ Azioni preventive contro le discriminazioni di genere
- ❖ Contributi pubblici ricevuti per interventi a favore del genere (incentivi a sostegno del lavoro femminile...)

32

---

---

---

---

---

---

---

---

## 3. Analisi di genere nella conduzione dell'impresa

- ❖ Composizione degli organi di governo in base al genere
  - CdA e comitati interni al CdA
  - Collegio sindacale
  - Assemblea degli azionisti
  - Ruoli di alta direzione
- ❖ Iniziative per promuovere la parità di genere nelle strutture di governo (workshop, ...)
- ❖ Principi e valori "gender-related" presenti nella mission

33

---

---

---

---

---

---

---

---





## Nei dati sociali...

Tutti i dati sul personale sono espressi con specificità di genere

### Organico del Gruppo Autogrill suddiviso nei due settori di business

	2011		2010		2009	
Food & Beverage	56.038		56.153		55.240	
Total Retail & Duty-Free	6.784		6.330		6.557	
<b>Totale</b>	<b>62.822</b>	<b>62.492</b>	<b>62.492</b>	<b>62.492</b>	<b>61.797</b>	<b>61.797</b>

### Presenza femminile nel Gruppo

	2011		2010		2009	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Food & Beverage	34.508	21.530	34.795	21.358	34.380	20.860
Total Retail	4.301	2.483	4.048	2.291	4.247	2.310
<b>Gruppo</b>	<b>38.809</b>	<b>24.013</b>	<b>38.843</b>	<b>23.649</b>	<b>38.627</b>	<b>23.170</b>

40

### Livelli organizzativi - Travel Retail & Duty-Free

2011	Donne		Uomini	
	N.	%	N.	%
<b>Sede</b>				
Top Manager	8	26%	23	74%
Senior Manager	86	44%	85	56%
Manager	139	52%	128	48%
Insegnati	251	50%	173	41%
<b>Subtotale sede</b>	<b>464</b>	<b>53%</b>	<b>409</b>	<b>47%</b>
<b>Totale sede</b>			<b>873</b>	
<b>Rede</b>				
Area Manager	16	43%	21	57%
Direttori di punti vendita	93	48%	102	52%
Manager	52	53%	47	47%
Responsabili di Servizio	441	62%	264	38%
Collaboratori pluriservizio	3.235	66%	1.638	34%
<b>Subtotale rete</b>	<b>3.837</b>	<b>65%</b>	<b>2.074</b>	<b>35%</b>
<b>Totale rete</b>			<b>5.911</b>	
<b>Totale</b>			<b>6.784</b>	

41