

Voci fuori campo

Sfide al femminile

Intervista a Antonella Giachetti

Beatrice Lomaglio

Antonella Giachetti si collega online per questa intervista dal suo studio di Firenze, ritagliando un'ora tra i suoi mille impegni per parlare delle sfide che ci attendono e condividere il suo modo di interpretare l'associazionismo e la leadership al femminile. Oltre ad essere presidente nazionale dell'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti d'Azienda (AIDDA), Giachetti è anche dottore commercialista, siede in quindici consigli di amministrazione come amministratore indipendente o come organo di controllo di società che possono vantare fatturati a nove cifre. Grazie a questo impegno ha sviluppato una visione d'insieme sulle problematiche delle aziende e sui principali temi economici del nostro Paese.

AIDDA, come AIF, è una realtà associativa con una storia lunga e prestigiosa. Qual è la missione dell'associazione e il ruolo che si propone di avere in questo particolare momento storico?

AIDDA nasce con l'obiettivo

di valorizzare e sostenere l'imprenditoria femminile in Italia.

L'associazione si propone di far emergere la consapevolezza del valore etico e culturale della libera iniziativa e di sviluppare il ruolo economico, sociale e politico dell'imprenditoria femminile, sostenendo la presenza delle donne negli organi decisionali presso i luoghi del potere pubblico e privato, come già venne scritto con grande lungimiranza nel nostro Statuto oltre sessanta anni fa.

Che cosa significa essere socie AIDDA?

Essere socie AIDDA significa sentirsi parte di un'organizzazione che interagisce e stimola attivamente il tessuto socio-economico e culturale della società civile, significa trovare supporto, formazione e condivisione nell'affrontare i problemi dell'impresa e della sua collocazione nel tessuto sociale, significa anche poter contare su un'importante serie di relazioni economiche e sociali contraddistinte dai nostri valori etici. Aidda è un punto di riferimento per le donne con ruoli di responsabilità nel-



Antonella Giachetti

la struttura economica del nostro Paese.

Per questo motivo ritengo molto importante da una parte promuovere senso di appartenenza e partecipazione alla vita associativa, dall'altra avere un ruolo propositivo nei confronti delle istituzioni. Il nostro

sistema sociale ed economico, infatti, ha bisogno di apporti di elaborazione del pensiero e in questo le associazioni possono svolgere un ruolo fondamentale, proprio perché rappresentano una dimensione intermedia tra cittadini e istituzioni in cui diventa

possibile elaborare collettivamente le idee e definire istanze condivise.

Quali sono le maggiori sfide che ci attendono nei prossimi anni?

Ci sono 8 miliardi di persone – un dato in crescita – che abitano un pianeta finito, con risorse finite. Vivere in reciprocità con il pianeta è oggi la sfida da affrontare.

Dobbiamo confidare nella ricerca e nell'innovazione tecnologica che il futuro sicuramente ci riserva, ma dobbiamo anche essere consapevoli che è necessario un salto di coscienza: fare non è sufficiente se prima non si sviluppa una comprensione profonda della trasformazione che ci viene richiesta.

La prosperità dei territori può certamente essere favorita dalle micro-attività territoriali messe in atto dalle comunità, ma queste devono essere sostenute da scelte politiche frutto di una visione strategica più ampia.

Come presidente AIDDA, quali valori pensa che l'imprenditoria femminile porti rispetto a questa sfida?

I valori femminili sono quelli della cura. Cura delle relazioni con le persone, con il pianeta. Dobbiamo capire che dobbiamo imparare a vivere in reciprocità

con il pianeta e la vita.

La cura deve diventare una dimensione antropologica della nostra società. Le donne sono abituate ad assumersi la responsabilità con cuore delle relazioni e delle attività che realizzano, sovente le imprenditrici tendono a vivere l'azienda quasi come se fosse un figlio, con attenzione.

Prosperità per le donne non è sinonimo di guadagno e basta, ma di sostenibilità nel tempo.

La dimensione temporale è centrale. Non si nutre il bambino per ingrassarlo, ma per farlo crescere in salute.

Esiste, a suo avviso, una leadership femminile?

Per le donne è molto importante confrontarsi con il tema della leadership.

Al di là delle diverse inclinazioni individuali, le donne solitamente hanno piacere di raggiungere i propri obiettivi non da sole ma insieme a un team.

Il femminile tende ad accogliere ed è infatti rappresentato da una coppa che contiene, include, condivide. Ma non mi piace parlare di leadership femminile, preferisco riferirmi a una leadership *al* femminile, che può essere propria anche degli uomini, uomini che comprendono il valore di avere punti di vista diversi.

È una leadership che include, contamina di passione, crea circolarità.

Valori femminili, ma che non è detto che necessariamente tutte le donne leader possiedano.

Per avere più donne in posizioni di potere dovremmo avere più donne nel mondo del lavoro. Quali misure possono favorire l'inclusione delle donne nel mondo produttivo?

Il nostro sistema sociale non è organizzato per la cura: gli asili nido sono pochi, l'assistenza agli anziani è quasi inesistente.

Le donne non abbandonano gli affetti e, se in famiglia ci sono persone che richiedono assistenza, spesso non possono dedicarsi ad altre attività.

C'è quindi bisogno di una cura collettiva di prossimità che veda un'alleanza tra pubblico, privato, terzo settore, università.

Che ruolo può avere l'educazione rispetto ai grandi temi di cui abbiamo parlato?

Occorre spostare il focus dall'istruzione all'educazione, mettere al centro il valore del tempo, delle relazioni, delle proprie radici, delle cose.

Educare al rispetto reciproco. La vita umana troverà soddisfazione e pacificazione attraverso la contemplazione della bellezza, della natura, dei rapporti umani e non nel consumo.

Dobbiamo crescere nella

qualità non nella quantità.

In base alla sua lunga esperienza, in che modo pensa che la formazione possa aiutare concretamente le aziende?

Oggi serve prima di tutto un accompagnamento alla inesorabile trasformazione, già in atto e con impossibilità di tornare indietro, che sola può garantire la sopravvivenza del nostro genere umano.

Il contesto cambia con grande rapidità, le diverse variabili sono strettamente interdipendenti, aumenta l'incertezza. È quindi necessario riuscire a intercettare velocemente ciò che accade o sta per accadere sui mercati, anticipando i problemi e gli elementi di stress che graveranno sulla produzione e cercando di prevedere come evolveranno le esigenze dei consumatori e, conseguentemente, la domanda. Solo così si riusciranno a gestire le criticità e a cogliere le opportunità che si presentano. La formazione può aiutare a creare il giusto atteggiamento mentale, ma non deve riguardare solo i dipendenti e i collaboratori. Anche l'imprenditore deve formarsi.

Beatrice Lomaglio

Vice presidente nazionale AIF.

Copyright © FrancoAngeli

This work is released under Creative Commons Attribution - Non-Commercial - No Derivatives License. For terms and conditions of usage please see:

<http://creativecommons.org>.