

Conciliazione, L'Oreal progetta le nuove «pari opportunità»

DI FRANCESCO RICCARDI

Il problema delle «quote rosa» l'hanno risolto da tempo: è donna oltre un terzo dei componenti del comitato direttivo e il 45% dei manager, ci sono 15 *patron de division* al femminile e su 11 direttori marketing 10 sono donne. Potrebbe sembrare scontato in una multinazionale della bellezza come L'Oreal - 1.380 i dipendenti in Italia, il 53% donne a partire dall'amministratore delegato Giorgina Gallo - ma si tratta di percentuali assai più elevate della media italiana ed europea. E se l'ingresso delle ragazze in azienda non è un problema e neppure il riconoscimento della loro professionalità, la nuova sfida per il gruppo si chiama soprattutto "conciliazione" tra famiglia e lavoro. «Siamo tradizionalmente attenti alla questione della diversità in azienda e per il futuro abbiamo deciso di concentrarci su due tematiche principali: la disabilità e soprattutto le lavoratrici-madri - spiega Cristina Scialino, già marketing manager e, dopo una lunga esperienza a Parigi, oggi direttore del personale di L'Oreal Italia -. Abbiamo alcuni strumenti di tutela come il bonus da 130 euro al mese per le rette dell'asilo e incrementiamo fino al 45% dello stipendio la copertura per il periodo di maternità volontaria. Inoltre, non tagliamo né i benefit (auto aziendale, cellulare, ecc.) durante i periodi di assenza né interrompiamo i percorsi di carriera per le madri che si assentano dal lavoro». Ora, però, all'Oreal vorrebbero fare qualcosa in più e il primo passo è stato sondare le opinioni delle dipendenti. «I risultati hanno indicato due aree di intervento: la flessibilità dell'orario anzitutto e poi più in generale il tema dei servizi di aiuto e della facilitazione dei compiti di cura familiare - spiega ancora la responsabile del personale -. Uno degli ambiti nel quale cercheremo di costruire un progetto concreto è certamente quello dell'assistenza ai figli nei periodi di vacanza scolastica, che è molto sentito. Ma, al di là degli aspetti più pratici, c'è molto da fare per promuovere nuovi percorsi di lavoro e di carriera delle donne-madri». Si partirà allora da uno spazio informativo sul sito a-

ziendale riguardo a diritti e opportunità legati al periodo di maternità e a un servizio di *tutoring* dedicato alle madri che tornano al lavoro. «Ho notato molta apprensione nelle donne che rientrano in azienda dopo la maternità, quasi temessero di non essere più all'altezza dei loro compiti o delle maggiori responsabilità che vengono loro proposte - spiega Cristina Scialino -. Vorrei che si sentissero più libere di dire i "no" necessari ma nel contempo non perdessero le opportunità di crescita professionale. In questo senso, occorre lavorare molto a livello psicologico non solo con le lavoratrici-madri, ma anche con i responsabili dei vari settori sia uomini sia donne».

Tra le iniziative in dirittura d'arrivo, così, c'è la "Carta delle riunioni", che proibirà i meeting prima delle 9,30 e che non finiscano entro le 19,30. Ma per fare realmente qualcosa di più «dobbiamo cominciare a ragionare su percorsi di carriera a due velocità per le donne, più legati anche ai cicli biologici - dice ancora la direttrice del personale di L'Oreal -. Così che le donne si sentano libere di "rallentare" quando le responsabilità familiari lo richiedono, pronte ad accelerare e dare il massimo quando invece i figli sono diventati più grandi e autonomi. Questo credo sia proseguire sulla strada di pari opportunità reali. Siamo convinti, infatti, che valorizzare i talenti e le diversità sia un *business*, crei un vantaggio competitivo. Ma oggi, in un Paese a crescita zero come il nostro, favorire la maternità è anche e soprattutto una responsabilità sociale che le aziende dovrebbero sviluppare».

Cristina Scialino, direttore del personale: puntiamo su nuovi servizi, tutele e percorsi di carriera per le lavoratrici-madri
«La diversità è una leva competitiva. Favorire la maternità è una responsabilità sociale per le aziende»



Cristina Scialino

