



# Le trasformazioni necessarie per un'evoluzione sostenibile dell'umanità *«leave no one behind»*

**Simona Orlandi**  
**Laura Belluco**  
**Manuela Monti**

Introduzione a cura di  
Giulia Vogliolo e Federica Cocchia



# EDUCATION, GENDER and INEQUALITY

La disuguaglianza di genere come tratto sociale e culturale, gli stereotipi e le consuetudini che non vediamo, il ruolo dell'educazione per costruire un domani diverso.

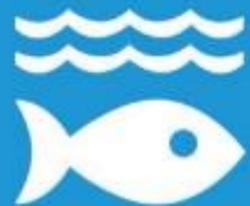
Incontro 1

# Introduzione

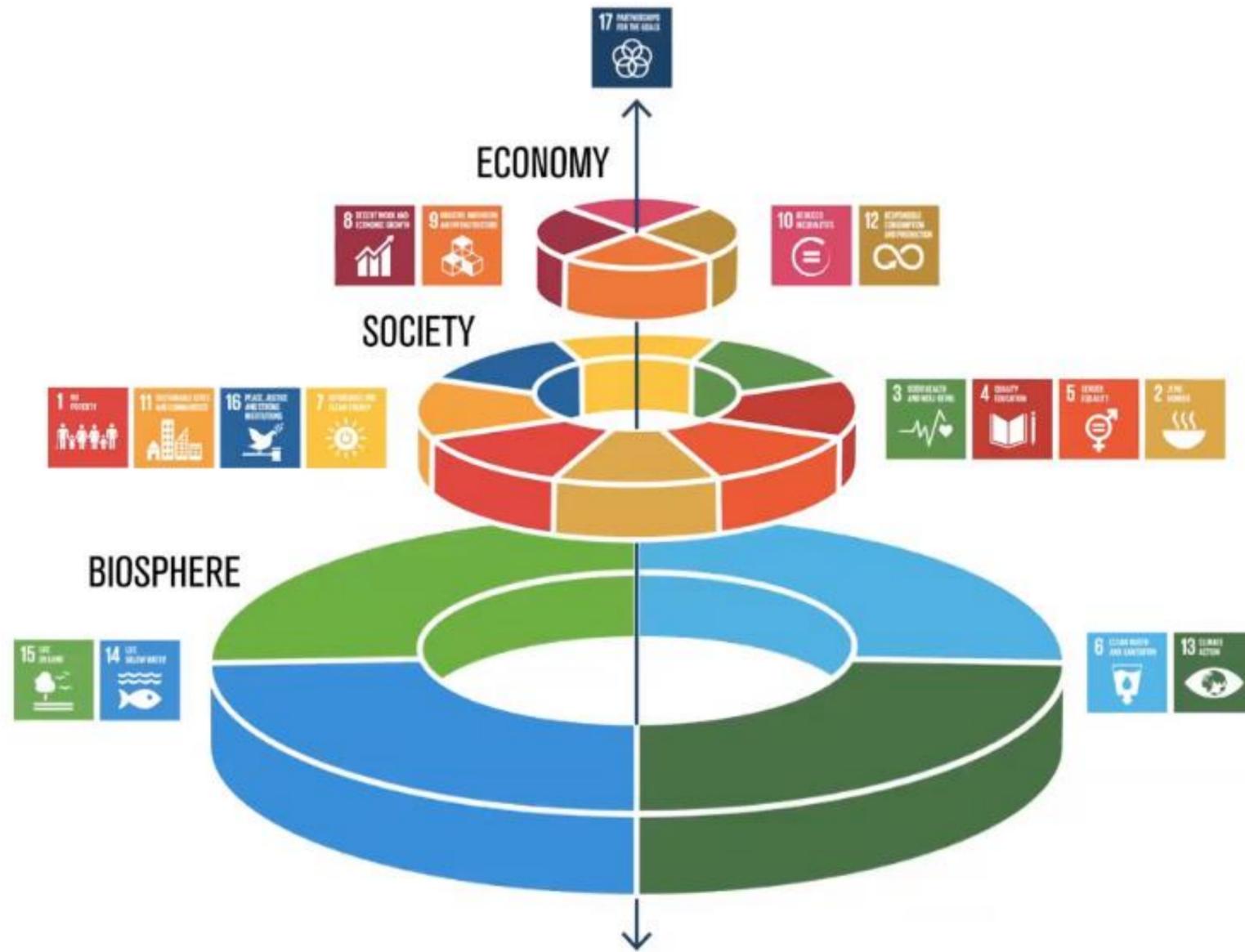
- I 17 goals
- Le 6 trasformazioni
- Di cosa parleremo oggi



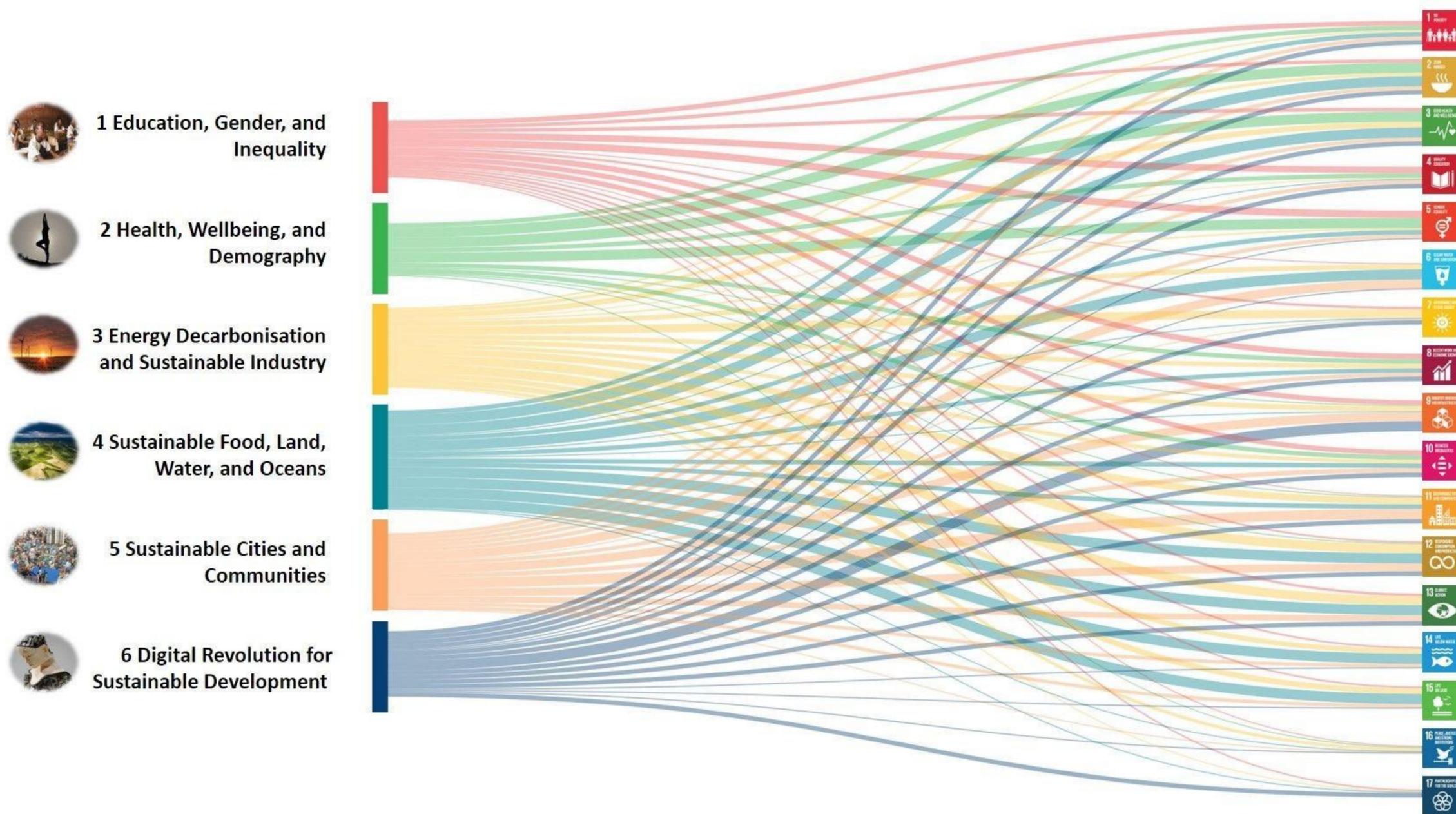
# 17 Goals

<b>1</b> SCONFIGGERE LA POVERTÀ 	<b>2</b> SCONFIGGERE LA FAME 	<b>3</b> SALUTE E BENESSERE 	<b>4</b> ISTRUZIONE DI QUALITÀ 	<b>5</b> PARITÀ DI GENERE 	<b>6</b> ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI 
<b>7</b> ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 	<b>8</b> LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 	<b>9</b> IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 	<b>10</b> RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE 	<b>11</b> CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI 	<b>12</b> CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 
<b>13</b> LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 	<b>14</b> LA VITA SOTT'ACQUA 	<b>15</b> LA VITA SULLA TERRA 	<b>16</b> PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE 	<b>17</b> PARTNERSHIP PER GLIOBIETTIVI 	 <b>OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE</b>

# Visualizzazioni alternative



# 6 Transformations





**Il Lessico della GE  
per mettere qualche  
paletto fisso...**



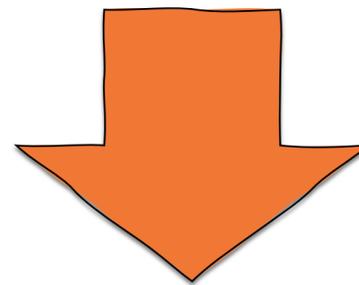
# GENDER EQUALITY o PARITA' DI GENERE é...



«L'atto di trattare allo stesso modo donne e uomini: l'uguaglianza di genere **non implica che le donne e gli uomini siano uguali**, ma che hanno lo stesso **valore** e dovrebbe essere loro accordato lo stesso **trattamento.**»\*

# GENDER EQUALITY ha lo scopo di ...

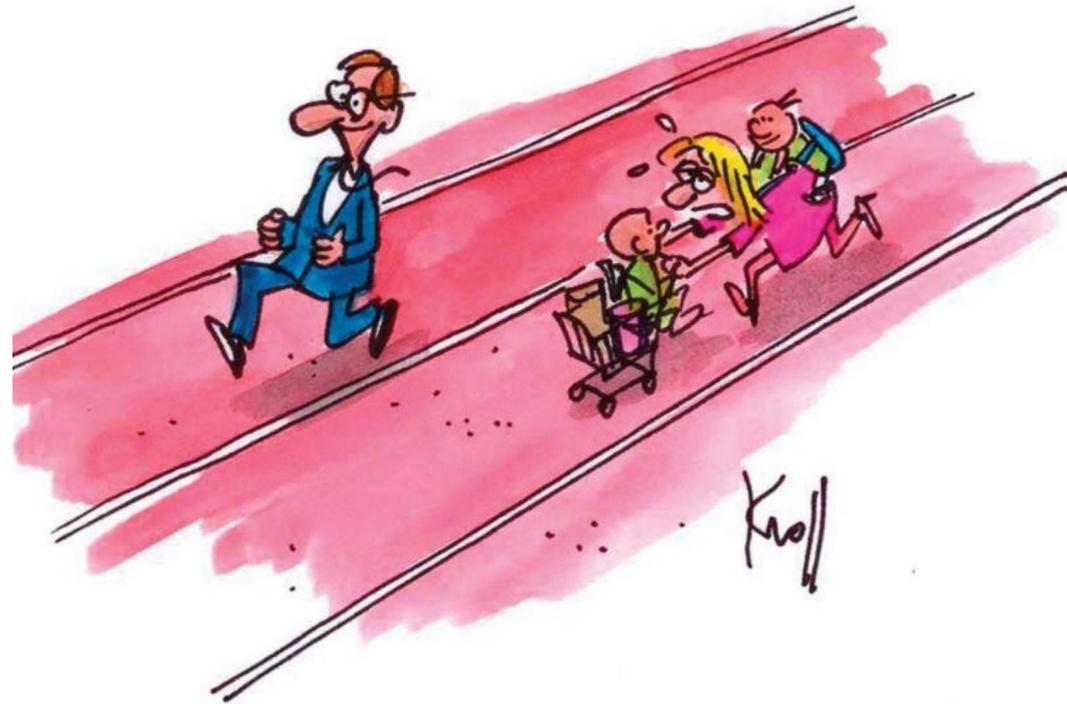
**Identificare e colmare tutte le situazioni di discriminazione e al perseguimento di condizioni di uguaglianza di diritti e opportunità tra uomini e donne, con l'intento di arrivare a modificare i sistemi di governance tanto nel pubblico quanto nel privato.**



Attraverso la **Gender Equality** si intende raggiungere l'**uguaglianza** di genere ed **emancipare** tutte le donne e le ragazze.

\*

# GENDER EQUALITY , una strada ancora lunga...



# GENDER EQUALITY e GENDER GAP – le disparità di genere

Con il termine Gender Gap si intende quel gradino che identifica il **divario fra genere maschile e femminile** nel mondo e che, di anno in anno, porta l'attenzione sulla condizione di **disparità in cui vivono le donne** di ogni Paese.

I criteri\* che definiscono il framework di indagine per rilevare il **gender gap** a livello globale sono:

- opportunità economica
- livello di istruzione
- presenza in politica
- salute e sussistenza

*l'Italia occupa la 76esima posizione su 156 paesi\*, che è data dai seguenti rank:*

- *Opportunità economiche: **117° posto** (n° 118 nel 2018)*
- *Istruzione: **55° posto** (n° 61 nel 2018)*
- *Salute: **118° posto** (n° 116 nel 2018)*
- *Politica: **44° posto** (n° 38 nel 2018)*

# GENDER EQUALITY e GENDER GAP – le disparità di genere

- Tasso di **occupazione femminile 49%** (media europea 63%)
- Solo il **27%** delle **cariche manageriali** è ricoperto da donne
- Indice di partecipazione economica e opportunità (WEF): **118° posto su 149 paesi**
- **Costo del divario: 15% del PIL** (dato stimato in base al confronto con la Svezia)
- **101 anni per colmare il GAP!**

# GENDER EQUALITY- sostenibilità di BUSINESS

**La presenza femminile nei team influenza positivamente l'andamento delle aziende creando benessere e potenziando il business.**

In sostanza – come confermano i risultati della **ricerca Sodexo 2011-2016** – la parità di genere nelle posizioni di leadership promuove gli interessi di tutti.

Basta che le quote rosa arrivino al 40% per vedere risultati immediati: **più fidelizzazione, più sicurezza e ricavi in aumento di 8 punti percentuali.**

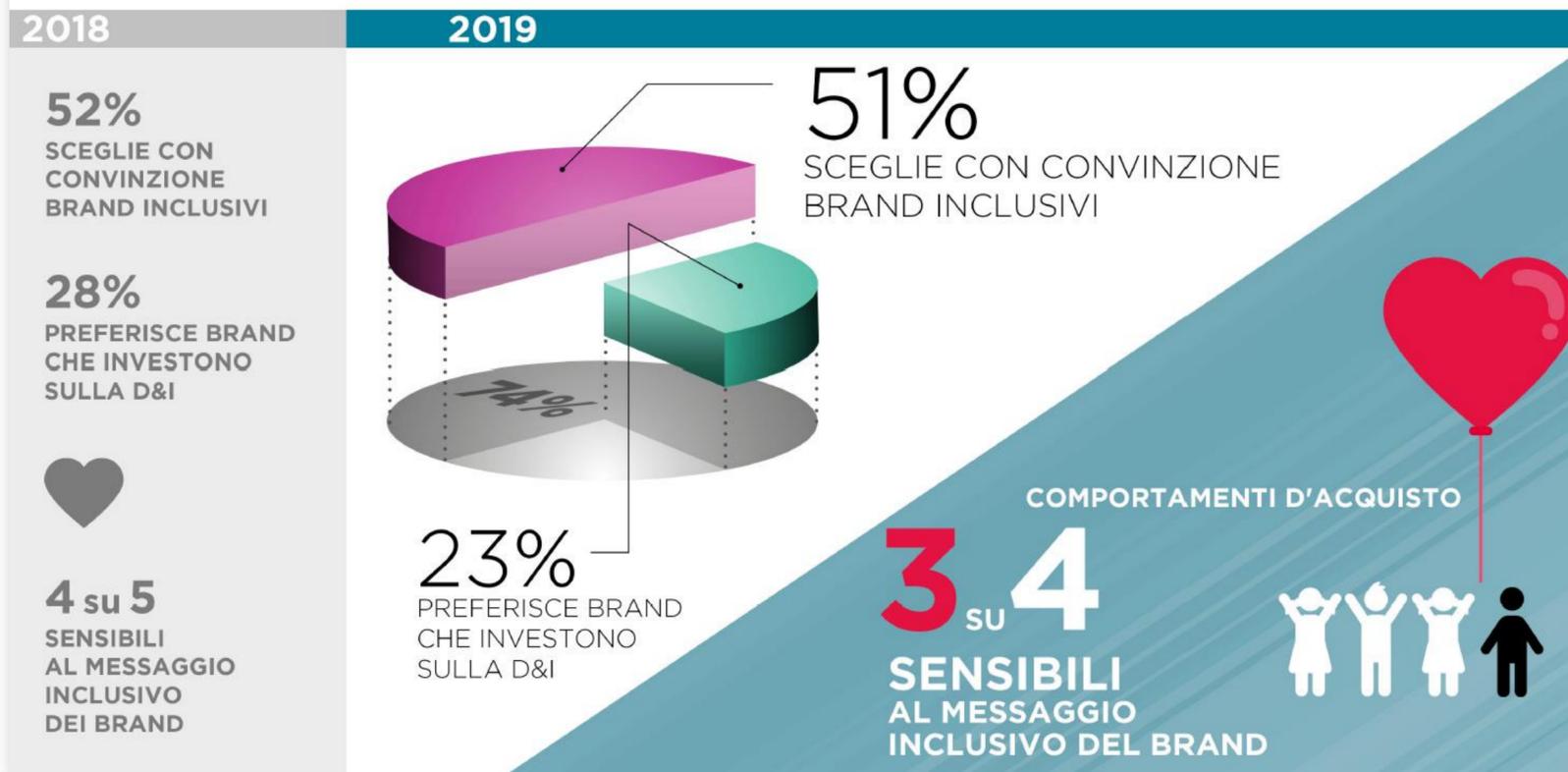
- miglior partecipazione e ingaggio (+12%) fidelizzazione dei clienti (+90%)
- employee retention (+8%)
- sicurezza (+12%)
- produttività (+8%)
- utili netti (+6%)
- vendite (+12%)
- spinta all'innovazione
- reputazione aziendale: migliori credibilità, reputazione e performance

# GENDER EQUALITY- sostenibilità di BUSINESS

Ha impatto sulla crescita e sulla reputazione

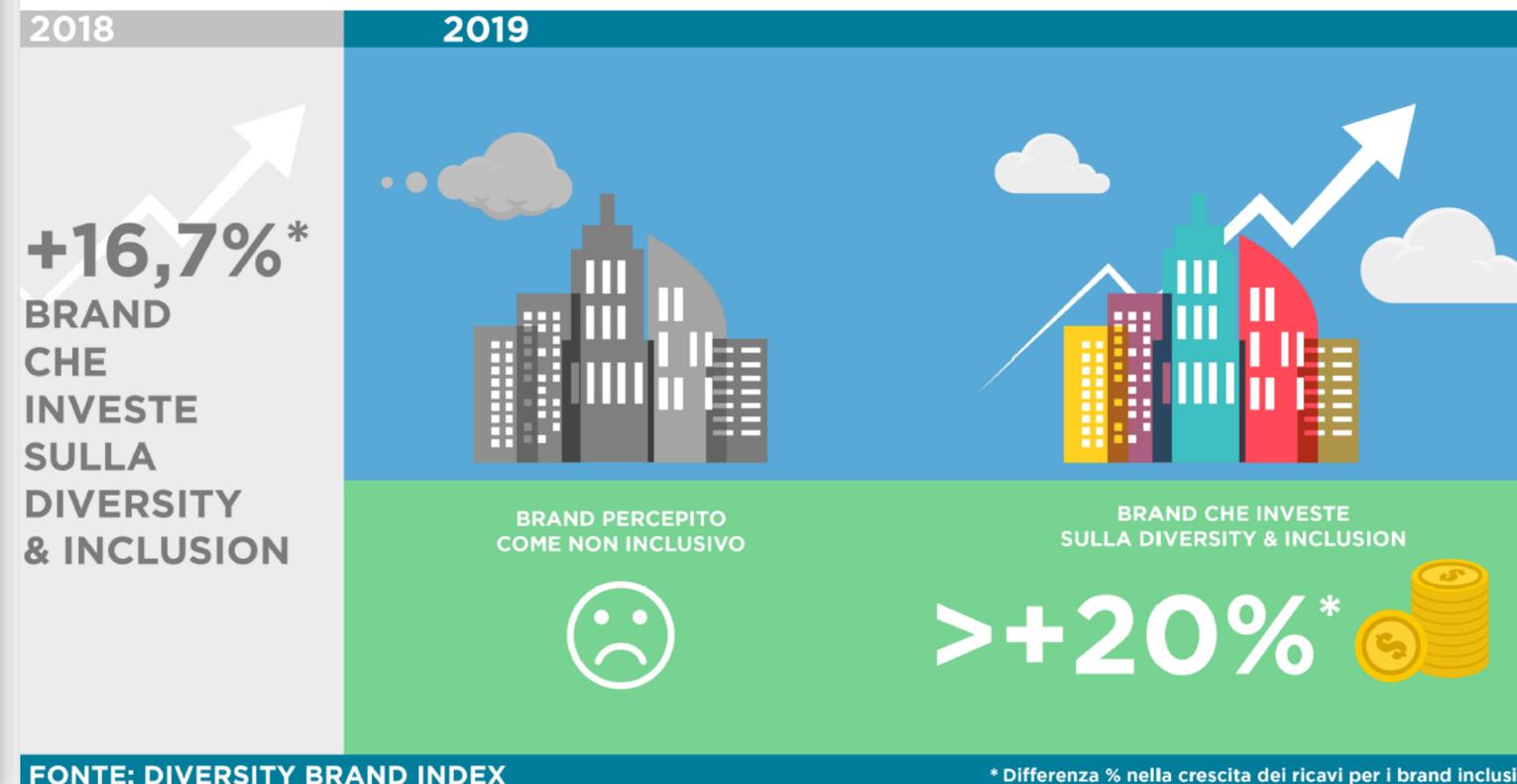
## D&I LE SCELTE D'ACQUISTO

GIVERSITY BRANDSUMMIT



## NET PROMOTER SCORE L'INCLUSIONE ACCELERA LA CRESCITA

GIVERSITY BRANDSUMMIT



51%  
dei consumatori sceglie brand inclusivi

+ 20% di ricavi  
per i brand inclusivi

«La creazione di una cultura della parità deve essere in cima alle **priorità aziendali**. Bisogna iniziare con l'approcciare la diversità non solo come la cosa giusta da fare, ma come **un'esigenza imprescindibile** alla stregua di qualunque altra priorità strategica. Quando si dà priorità a una cultura aziendale forte e paritaria, **tutti ne traggono vantaggio** e ne consegue una **maggiore innovazione e crescita per le organizzazioni**.»

**Julie Sweet, CEO di Accenture**



**E quindi se questi sono i vantaggi, cosa ostacola e rallenta la strada alla Gender Equality?**

# Stereotipi e Bias



5.201.07

# Cosa influenza il nostro modo di vedere



*il femminile*

EMOZIONI , SENTIMENTI, **CURA**,  
ABILITARE, CREARE  
**ASCOLTO, AIUTO, DISPONIBILITA'**

*Essere gentili, carine, garbate,  
accoglienti, fragili,  
chiedere aiuto*

=

DEBOLEZZA  
inferiorità

**MENO IMPORTANTE  
MARGINALE  
MINOR VALORE**

*il maschile*

RAZIONALITÀ, **CONTROLLO**,  
COMPETIZIONE, FREDDEZZA,  
**AUTORITÀ, AGGRESSIVITÀ, SFIDA**

*Essere duri, forti, non avere  
bisogno di niente e nessuno, non  
chiedere, non piangere*

=

FORZA  
Superiorità

**PIÙ IMPORTANTE  
GIUSTO MAGGIOR  
VALORE  
« NORMALE »**

# Stereotipi

- Quello che pensi che una persona, appartenente ad un determinato gruppo, sia e faccia.
- Sono credenze che impattano su come pensiamo, prodotte da cultura e società; **tendiamo a seguirli in automatico** anche se non ci crediamo fino in fondo, o non siamo veramente d'accordo.
- Gli stereotipi alimentano i PREGIUDIZI

# Pregiudizi

- Sono i **sentimenti**, i **giudizi** che abbiamo **rispetto a persone che appartengono a determinati gruppi**, siano essi a favore o a sfavore
- Quando pensiamo che una persona mi piace/non piace, è giusta/ sbagliata, pericolosa/non pericolosa etc... per il solo fatto che appartiene ad un determinato gruppo ad esempio etnico, un paese, un genere o un orientamento sessuale o politico etc etc etc
- I pregiudizi sono alla base della **DISCRIMINAZIONE**

# Discriminazione

- E' quando, partendo da stereotipi e pregiudizi, una persona appartenente ad un determinato gruppo viene **trattata diversamente** ossia non le vengono date le stesse opportunità o vengono date maggiori possibilità

# Stereotipi e bias (di genere)

Nascono per:

- INTERPRETARE: semplificare la realtà in cui viviamo
- PREVEDERE: sapere cosa attenderci da persone e situazioni
- VALUTARE: sapere come comportarci

Impattano su:

- Pensieri, emozioni e soprattutto sulle scelte e i processi decisionali

Sono dannosi **QUANDO/SE** sono inconsapevoli e:

- Creano divario di genere e diseguaglianze in tutti gli ambiti sociali
- Conducono alla discriminazione, al sessismo, alla molestia sessuale
- Mantengono inalterati i rapporti di potere
- Contribuiscono all'assenza di una dimensione di genere nella ricerca

# Come ridurre pregiudizi e stereotipi

- **Sviluppare CONSAPEVOLEZZA** ossia la capacità di intercettarli, riconoscerli in noi e nell'ambiente che ci circonda
- **fermarsi, riflettere, porsi domande** mettendo in discussione quanto sta accadendo
- **prevenire** il processo deduttivo che ne deriverebbe da un pensiero stereotipato modificando l'azione automatica verso un'**azione o decisione più consapevole.**

# L'adesione al Goal 5

Case history aziendale



# Il brief di ingaggio

- comprendere la **cultura aziendale in tema di Gender Equality**, distinguendo i fatti i reali dalle opinioni che alimentano la costruzione del percepito
- individuare **l'orizzonte di cambiamento culturale desiderato** e su questa base **definire gli obiettivi** da raggiungere attraverso un piano di lavoro strutturato da implementare nei giusti tempi
- **definire ed implementare un piano dettagliato di trasformazione** che ...
  - abbia l'obiettivo di colmare l'eventuale gap individuato nella fase di analisi
  - tenga in considerazione la possibile scalabilità presso le consociate all'estero
  - sia in grado di impattare tangibilmente sulla cultura creando i comportamenti necessari per supportarne sostenibilità ed evoluzione nel tempo

# Il percorso implementato

## FASE 1 – ASCOLTO



Comprendere la cultura aziendale e individuare direzione del cambiamento desiderato

**Analisi del sentiment** aziendale relativamente al tema della Gender Equality e **identificazione** delle **aree** prioritarie di lavoro

## FASE 2 - CO-DESIGN



Avviare il processo di cambiamento

**co-creazione** di proposte per dare impulso alla G.E. e creazione di un **nucleo ispirante** di contaminazione culturale e comportamentale per favorire il cambiamento

## FASE 3 – IMPLEMENTAZIONE

Completare il piano di orientamento dei comportamenti

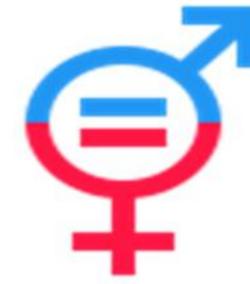
**Implementazione physical/digital** del piano di trasformazione culturale nella popolazione in scope ed eventuale estensione del progetto a consociate estere

# Diritti e Opportunità

L'impatto delle nuove tecnologie  
sull'uguaglianza di genere

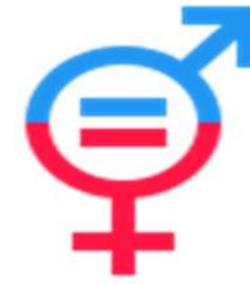


# Il Gender gap oggi



- **Art. 1 Dichiarazione universale dei diritti umani**
- “Tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti.”
- Dai dati del **Global Gender Gap Report** del World Economic Forum del marzo 2021, emerge l'urgente necessità di nuovi strumenti e prospettive per gestire il divario di genere
- la pandemia ha allungato i tempi per raggiungere la parità di genere a livello globale (stimati 135,6 anni contro i 99,5 anni precedenti)
- la rappresentanza politica femminile, ovvero la presenza delle donne ai tavoli decisionali dove si creano le leggi è del 22% a livello globale

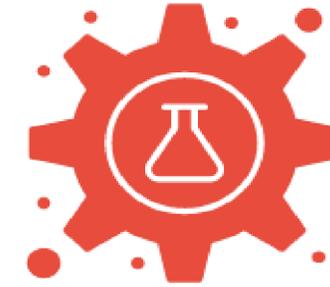
# Il Gender gap oggi



- Negli ultimi decenni qualche progresso con:
- introduzione di norme sulla parità di trattamento
- l'integrazione della dimensione di genere in tutte le altre politiche (gender mainstreaming)
- misure specifiche a favore delle donne.
- Obiettivi concreti per il futuro:
- Parità di retribuzione
- Equilibrio vita professionale e vita privata
- Servizi di assistenza

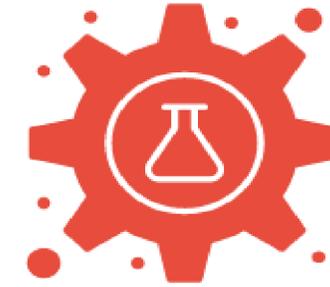


# Nuove tecnologie ed educazione



- Da un lato l'importanza della promozione e del sostegno all'educazione delle donne alle nuove tecnologie
- Sostenerle aumentando l'accesso delle ragazze e delle donne alle abilità e alle competenze digitali, alle opportunità di istruzione STI e STEM, per garantire la parità di genere nei campi emergenti come, ad esempio, le nanotecnologie, e l'intelligenza artificiale (ad es. solo il 22 % dei programmatori che si occupano di intelligenza artificiale è rappresentato da donne)

# Nuove tecnologie ed educazione



- Fornire l'accesso all'istruzione in questi ambiti in particolare modo in certe aree più arretrate dove la condizione femminile è maggiormente svantaggiata
- Rivedere i sistemi di istruzione STEM da una prospettiva di genere
- Colmare il divario digitale di genere, promuovere l'alfabetizzazione digitale universale

# Nuove tecnologie al servizio della gender equality

- Le nuove tecnologie possono fornire interessanti opportunità per diminuire il divario tra i generi
- Ad esempio...
- L'utilizzo e l'analisi dei dati
- Lo smartworking
- Programmi di sostegno che utilizzino le nuove tecnologie



# Nuove tecnologie e gender equality...qualche rischio

- Uso etico dell'IA libero da pregiudizi e stereotipi di genere
- Attenzione ai gender bias! i pregiudizi, più o meno consapevoli, insiti nella programmazione e nell'utilizzo delle nuove tecnologie possono non solo mantenere ma addirittura amplificare i divari di genere con effetti discriminatori di difficile previsione.
- Porre la dovuta attenzione anche all'intersezionalità: discriminazione fondate su più caratteristiche personali
- E' importante la consapevolezza della questione, pensare e costruire sin dall'inizio dei sistemi quanto più fair, equilibrati utilizzando data set corretti e verificati
- Difficoltà nel provare questo genere di discriminazioni





**Domande  
Commenti  
Proposte**



# Grazie per l'attenzione

Al prossimo appuntamento:

## Health, Well Being and Demography

Il diritto alla salute, la visione sistemica e il valore di ripensare in modo inclusivo il paziente e la malattia.

con **Manuela Monti e Roberto Vogliolo**