

DOSSIER *donne al vertice*

PARITÀ DI GENERE

Finanza, le donne lo sanno come si fa a comandare

di Chiara Merico

Ll mondo della finanza è ancora, almeno in Italia, considerato un club per soli uomini: nonostante i recenti progressi le donne al vertice sono ancora poche. Nelle grandi banche, calcola il *Sole 24Ore*, la percentuale di donne che ricoprono ruoli cosiddetti "C-level", cioè a diretto riporto dell'amministratore delegato, si mantiene su un risicato 15%, mentre nelle assicurazioni sale al 35%. Nonostante ciò, nel panorama della finanza italiana non mancano le società - dalle reti di consulenza finanziaria alle case di gestione del risparmio, fino alla stessa Borsa Italiana - in cui la presenza femminile in ruoli apicali è già una realtà.

Le regine di cuori del gestito

Secondo i dati Censis-Assogestioni il 40,3% degli italiani preferirebbe investire in un'azienda o in fondi di investimento guidati da donne, mentre il 39,9% sceglierebbe un consulente finanziario donna. Di conseguenza, anche nell'indu-

Nelle foto, dall'alto e da sinistra: Alessandra Manuli a.d. di Hedge Invest Sgr; Alma Foti v.p. Anasf; Claudia Segre presidente di Global Thinking Foundation; Gabriella Berglund country head Cornigest; Cristina Mazzurana managing d. Capital Group; Donatella Principe cmo Fidelity; Daniela Usai di Candriam; Loredana La Pace country head Goldman Sachs AM; Marta Testi Ceo di Elite; Germana Martano dg Anasf; Nevia Gregorini Bnp Paribas; Simona Merzagora managing d. NN IP; Stefania Paolo country head Bry M.; Cinzia Tagliabue a.d. Amundi; Teresa Calabrese Bnp-Paribas; Laura Nateri Lazard Funds; Paola Pietrafesa a.d. Allianz Bank FA

stria dell'asset management il numero di donne che ricoprono ruoli di responsabilità sta crescendo. «Oggi si vedono degli spiragli di una maggiore apertura alla diversità di genere per quanto concerne le posizioni di vertice anche nel settore finanziario, storicamente meno attento a valorizzare questo aspetto», commenta **Cinzia Tagliabue**, ad e dg di **Amundi** Sgr e deputy head of retail division di **Amundi**. «Credo che le donne abbiano una spiccata attitudine a creare contesti lavorativi che facilitano la collaborazione, l'innovazione e l'ascolto abbinando tutto ciò al pragmatismo e alla capacità di prendere decisioni tempestive, mettendo in primo piano la sostenibilità dei risultati dell'azienda e gli obiettivi collettivi e lasciando in secondo piano gli obiettivi personali». «Anche se i Capital Markets sono un settore con scarsa presenza di donne, soprattutto in posizioni di vertice, la rappresentanza femminile sta, per quanto lentamente, aumentando», conferma **Nevia Gregorini**, head of Exchange traded solutions di Bnp Paribas Corporate & Institutional Banking. In questo senso «la crisi del covid potrebbe avere un effetto 'make or break': se da un lato il peso della cura dei bambini e dell'homeschooling è ricaduto principalmente sulle donne, dall'altro la maggiore apertura verso lo smart working e il lavoro per obiettivi potrebbe diventare un trend di lungo periodo, favorendo l'incremento della presenza femminile». Fondamentale in questo senso è l'ambiente in cui si lavora. «Ho la fortuna di lavorare in un gruppo che valorizza il merito e le competenze

prima di tutto, e che si impegna attivamente per favorire la diversity e contrastare qualsiasi pregiudizio», racconta **Stefania Paolo**, country head per l'Italia di Bny Mellon Investment Management. Per la manager «il 'tetto di cristallo' nell'industria finanziaria esiste ancora, ma sono stati compiuti concreti progressi in favore della parità di genere, anche grazie agli sforzi di

head Italy di Goldman Sachs Asset Management.

«In ogni caso ritengo che la presenza delle donne, così come la valorizzazione del loro ruolo e il riconoscimento dei loro meriti possano offrire un valido supporto per orientare in modo più efficiente la valutazione e l'assunzione dei rischi sui mercati». «Dirigere una società richiede grande impegno, forza e

CRESCERE LA PRESENZA FEMMINILE IN RUOLI APICALI E NEI "C-LEVEL" NEL SETTORE FINANZIARIO. LE MANAGER PIÙ IN VISTA SI RACCONTANO

grandi gruppi come il nostro». «Nel mondo della finanza è necessario abbattere gli stereotipi e promuovere la diversità per migliorare i processi decisionali e incrementare i risultati aziendali», nota **Daniela Usai**, head of retail Italy di Candriam. «Per ridurre il gender gap servono manager di società lungimiranti come Candriam, che incoraggiano i talenti femminili affidando loro ruoli di crescente responsabilità. Quanto più le donne ricopriranno ruoli apicali, tanto più potranno rappresentare dei modelli per le generazioni future. La mia carriera professionale è da sempre improntata alla costanza e alla determinazione: con la competenza e la grinta giusta si può arrivare ai vertici». Concorde **Cristina Mazzurana**, managing director di Capital Group in Italia: «È necessario imparare a prendere un responso negativo a una nostra richiesta non come una valutazione di merito sulla nostra persona, ma come una spinta a completare e migliorare la nostra conoscenza. Siamo noi per prime a dover credere di essere in grado di poter ricoprire certi ruoli».

Anche il percorso di **Gabriella Berglund**, country head Italia di Comgest, è esemplificativo: «Sono entrata in Comgest nel 2010; da 8 anni seguo il mercato italiano per la società e a settembre di quest'anno ho avuto il piacere di inaugurare la nuova sede italiana». «Sebbene persista ancora una visione della finanza come un mondo a predominanza maschile, ora emerge dell'evidenza non solo circa il numero crescente di donne che operano in questo settore, ma anche le posizioni di rilievo che oggi riescono a raggiungere. Donne preparate, intraprendenti, motivate, con una forte passione per il loro lavoro», sottolinea **Donatella Principe**, director market and distribution strategy di Fidelity International. «Tuttavia, noi donne tendiamo a isolarci e combattere da sole, mentre gli uomini tendono a fare gruppo. Dovremmo creare anche noi un po' di cameratismo, oltre a cercare il supporto e il confronto con altre donne». «Oggi la presenza delle donne in posizioni di leadership è in crescita nel mondo del risparmio gestito e nel settore finanziario in senso ampio: ne è la prova la recente nomina di **Jane Fraser** a ceo di Citigroup, seguita pochi giorni dopo da quella di **Stephanie Cohen** a co-head della divisione consumer and wealth management di Goldman Sachs», fa notare **Loredana La Pace**, country

tanta passione. Per una donna il tutto si complica ulteriormente a causa della necessità di conciliare la carriera con la vita familiare», evidenzia **Alessandra Manuli**, a.d. di Hedge Invest Sgr: «La nostra società è nata nel 2001: ero molto giovane, mi ero laureata appena da due anni, ma avevo una grandissima passione per gli investimenti. Dal 2008 in poi la situazione è diventata più complicata e l'impegno richiesto, anche emotivo, è cresciuto verticalmente. Ogni mattina mi chiedo se sia giusto dedicare tutte queste energie al lavoro, ma la passione è ancora forte come il primo giorno». «Lavoro

nel settore finanziario da oltre 25 anni e nel tempo ho costruito un percorso guidato dalla voglia di imparare, di crescere e di contribuire a cambiare le cose, cercando allo stesso tempo di conciliare la vita familiare perché fare carriera e avere una famiglia si può. Gli uomini lo fanno sempre», racconta **Laura Nateri**, managing director e country head Italia di Lazard Fund Managers. «Il confronto con i nostri colleghi è un'opportunità per imparare da chi siede nella stanza dei bottoni, una sfida perché farsi avanti in un mondo che parla una lingua diversa spesso richiede un dispiego di energie non indifferente». «Uno dei compiti più ardui ma al tempo stesso coinvolgenti del ruolo di manager è legato allo sviluppo e alle performance del team», evidenzia **Simona Merzagora**, managing director di NN Investment Partners. «In questi anni ho avuto la possibilità di creare un ambiente lavorativo agile, veloce, flessibile. Un team dove c'è il chiaro riconoscimento delle competenze e dei punti di forza sui quali investire per creare valore».

Onda rosa a Piazza Affari

Anche Piazza Affari punta da tempo sulla valorizzazione delle professionalità di sesso femminile: Borsa Italiana ha infatti avviato un progetto in questo senso che è culminato per esempio nella recente nomina di **Marta Testi** a ceo di Elite, il programma che sostiene la crescita delle imprese nazionali ad alto potenziale. Tra le altre manager ricordiamo **Barbara Lunghi**, che siede nel board di Borsa Italiana ed è responsabile dei mercati primari; **Marina Famiglietti**, HR managing director, nel board di Monte Titoli; **Valentina Sidoti**, head of global buy-side & market analysis and regulation, nel board di MTS e Monte Titoli e infine **Cristina De Haag**, head of legal Italy, chairman nel Board di Bit Market Services. «È per me un onore essere alla guida di un team di persone ambiziose che negli ultimi otto anni hanno trasformato Elite da un'idea a un ecosistema internazionale con al centro un chiaro obiettivo: rendere i capitali privati accessibili a chi fa impresa», racconta la ceo di Elite Marta Testi. «Elite è una realtà che premia il talento senza alcuna distinzione di genere e che promuove da sempre i diversi punti di vista di ciascuno».

DOSSIER *donne al vertice***Consulenza finanziaria al femminile**

Il mondo della consulenza finanziaria si sta tingendo sempre più di rosa, anche se al momento le donne sono solo poco più di un quinto degli iscritti all'albo dei cf abilitati all'offerta fuori sede. Nel 2019 la percentuale era del 21,6%, in lieve crescita rispetto al 21,4% del 2018, per un totale di 11.493 iscritte. Le donne sono arrivate anche ai vertici dell'associazione di categoria, l'Anasf. «La professione del cf è cambiata moltissimo: la formazione è fondamentale, oltre che obbligatoria, e le doti personali e umane nell'approccio con la clientela sono qualità indispensabili», spiega **Alma Foti**, vicepresidente dell'associazione. «Proprio per questo ritengo che le donne possano e debbano avere uno spazio sempre più grande in questo ambiente. L'empatia, la capacità di entrare in sintonia con le persone, la lettura del non detto e l'abilità a formulare le domande giuste appartengono senz'altro al mondo femminile. La donna è poi un'ottima promotrice di sé stessa». Inoltre, quella della consulenza «è una professione bellissima, per il rapporto che si crea con i clienti e per la possibilità che dà di gestire la giornata, organizzandola anche in funzione della propria famiglia». Eppure «Noi donne rappresentiamo soltanto un 20% circa del settore e questa percentuale è ancora più bassa se consideriamo i ruoli manageriali. La promozione di modelli femminili nel mondo della finanza è davvero carente: riservare uno spazio maggiore alla componente donna nel marketing migliorerebbe la situazione». «Di strada ne è stata fatta tanta, ma certo c'è ancora tanto da miglio-

SONO LONTANI I TEMPI IN CUI A UNA CONSULENTE DIEDERO IN PREMIO UN OROLOGIO DA UOMO

rare, soprattutto in contesti ritenuti per convenzione e cultura tipicamente maschili come quello della finanza», nota **Germana Martano**, direttore generale dell'Anasf. «Ciò che è cambiato oggi è la consapevolezza: le donne si sentono più sicure di loro stesse, anche nel proporsi per posizioni ai vertici, e questo, nonostante a volte si scontri con la cultura italiana ancora poco avvezza alla parità di genere, rappresenta una svolta importante». Gli esempi non mancano: «A presiedere oggi il Comitato per l'educazione finanziaria del Mef è una donna, **Annamaria Lusardi**; e a dirigere il Financial Times, per la prima volta in 131 anni, è arrivata **Roula Khalaf**. I tempi sono certamente più maturi rispetto a quando decenni fa la consulente finanziaria **Laura Arconti**, socia Anasf e scomparsa lo scorso anno, venne premiata per i suoi risultati con un orologio da uomo». Per Martano «le tematiche di genere sono legate a quelle sociali: mettere le donne nelle condizioni di poter svolgere con serenità il proprio ruolo deve essere uno degli scopi di una politica che prenda in carico il tema del welfare.». «Mi riconosco in alcune caratteristiche emergenti di leadership come l'ascolto e l'empatia, oggi molto ricercate e peculiari delle donne», nota **Paola Pietrafesa**, ad e dg di Allianz Bank Financial Advisors. «Dimostriamo anche un maggiore senso della protezione del bene, un driver che mi ha guidata nelle scelte per i nostri clienti, dipen-

denti e consulenti. In Allianz Bank FA abbiamo investito molto per fare emergere le donne in ruoli apicali: già tre anni fa abbiamo istituito una commissione femminile all'interno dell'Accademia della nostra rete». «Al di là del genere, credo che la passione con cui si vive questa professione sia l'elemento fondamentale, così come la formazione ne è la discriminante», racconta **Teresa Calabrese**, recruiting manager e team manager di BNL-BNP Paribas Life Banker. «Quando ho iniziato questo mestiere le consulenti finanziarie erano una rarità: nel 1998, alla nascita dei comitati territoriali dell'Anasf, sono stata l'unica donna in Sicilia a farne parte, mentre altre colleghe iniziavano a farsi spazio in un settore fino ad allora predominio maschile. Eravamo delle pioniere. E sempre nel 1998 venne istituita la commissione Pari opportunità, della quale ero componente per il Sud: allora eravamo appena il 10% della categoria». Oggi il quadro è cambiato. «Grazie alla preparazione professionale molte colleghe come me hanno scelto carriere manageriali e si sono affermate in ruoli apicali lavorando con determinazione, rigore, programmazione, efficienza e sensibilità, un atteggiamento che riscontro anche in colleghi maschi. Ne ho la prova anche quando faccio formazione, ancor di più ora che Bnl-Bnp Paribas Life Banker mi ha dato la possibilità di portare la mia esperienza nel nostro master in consulenza patrimoniale», sottolinea Calabrese. «In Anasf contribuirò attivamente a valorizzare i rapporti con le università e per una proposta formativa sempre più distintiva, che guardi alla qualità e alla cultura finanziaria. Si è bravi consulenti finanziari e patrimoniali se si fa bene e con passione il proprio lavoro, che si sia uomo o donna». L'educazione alla finanza è al centro dall'attività di **Claudia Segre**, presidente di Global Thinking Foundation. «Quando ho iniziato a lavorare nel settore nel 1986, la diffusione degli stereotipi era palpabile», racconta. «Negli ultimi dieci anni l'affermazione femminile in ambito finanziario è molto cambiata, prima di tutto per la legge sulle quote rosa e poi per il cambiamento portato dalle nuove generazioni, svincolate da una mentalità conservatrice e maggiormente determinate a far valere i propri diritti». Per Segre «l'empowerment di genere è un'arma vincente perché ha senso per tutti e non è altro che la realizzazione di una società inclusiva ed equa».