



di Rosanna D'Antona

Leadership femminile nella comunicazione

Assegnate le Mele d'Oro del XIX Premio Bellisario

Che cos'hanno in comune una sindacalista, una manager, un'esperta di comunicazione e una ministra? Prima di tutto il fatto di essere donna e poi di aver assegnato al lavoro un ruolo determinante e importante della propria vita, facendo conciliare in un buon equilibrio professione e vita privata. Come ogni anno in questi giorni a Roma, presso l'Auditorium Parco della Musica, sono state assegnate le Mele d'Oro della XIX edizione del Premio Marisa Bellisario a 18 donne che si sono contraddistinte nel 2006 per la qualità dei risultati raggiunti nel proprio ambito di attività. Quest'anno il Premio assegnava un riconoscimento alle "Donne della comunicazione" e al loro impegno per il valore e la trasparenza. Difficile scegliere le migliori tra una rosa di eccellenti. Tuttavia hanno ottenuto il prestigioso riconoscimento: per la comunicazione aziendale Anna Adriani (Illycaffè), Maria Elena Caporaletti (Poste Italiane), Daniela Carosio (Ferrovie dello Stato), Giuliana Del Bufalo (Rai); per la pubblicità/comunicazione Roberta Lai (Radio 24 Il Sole 24 Ore), Milka Pogliani (McCann Worldgroup), Donatella Treu (Wolters Kluwer Italia), Daniela Viglione (AGI); per le istituzioni Gabriella Alemanno (Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato), Enrica Giorgetti (Farmindustria), Alessandra Perrazzelli (Intesa Sanpaolo).

A queste categorie base, come ogni anno, si sono aggiunti i premi speciali alle donne che hanno dimostrato impegno e risultati nel sociale e nello sviluppo: Renata Polverini, segretario generale Ugl, per aver raggiunto la leadership sindacale; Livia Turco, ministro della Salute, per aver rimesso il cittadino al centro del sistema salute; Giovanna Calvi (Fiat SpA), per la sua lunga carriera nel settore; Nicoletta Spagnoli (Luisa Spagnoli SpA), per il

suo impegno nel settore della moda; Suor Emilia Spada, dell'ordine delle "Suore di carità delle sante Bartolomea Capitanio e Vincenza Gerosa" comunemente chiamate "Suore di Maria Bambina" per il suo impegno nell'ambito religioso; Neriman Ülsever (Indesit Company) per aver saputo integrare culturalità ed etnie diverse nell'ambito aziendale; Alessandra Ghisleri (Euromedia Research), Germoglio d'Oro per la sezione Giovani.

A sostenere queste "nuove" protagoniste, anche quest'anno numerose autorità tra cui il ministro delle Comunicazioni Paolo Gentiloni, che ha sottolineato «come la comunicazione sia oggi parte integrante dello sviluppo del nostro Paese, specie se vuole confrontarsi con i temi dell'integrazione in un mondo che richiede di operare sempre più a livello globale». «Siamo certe che le donne, grazie alla loro preparazione, hanno tutti gli strumenti per competere. Per le imprese e per i professionisti, la globalizzazione dei mercati ha posto molti rischi, ma ha creato anche molte opportunità» ha aggiunto Lella Golfo, presidente della Fondazione Bellisario.

I dati della ricerca Censis, presentati nell'occasione, confermano un trend già in atto da anni, che vede la presenza delle donne in assoluta maggioranza e in continua crescita in questo settore: 72,2% nel 2007, con prospettive di sviluppo significative. Il dato flette ovviamente quando l'analisi viene fatta nei livelli dirigenziali o di comando. Sul piano qualitativo la ricerca sottolinea come, anche in questo ambito, la ricetta per il successo si basi su ingredienti quali: tenacia e determinazione, chiarezza verso l'obiettivo, formazione continua, intuito, etica e onestà intellettuale.

E proprio all'etica e alla trasparenza si è voluto assegnare un ruolo determinante nell'individuazione delle premiate 2007. Mai come in questo periodo la comunicazione ha assunto un significato chiave, quando nell'impresa o nelle istituzioni si pianifica lo sviluppo. Al "saper fare" (ovvero pianificare, guidare, competere) sempre più spesso viene associato il "saper comunicare" (ovvero condividere, motivare, incidere, attirare). È proprio su una buona comunicazione che si basa la reputazione di un'impresa e se i suoi valori sono condivisi dal vertice alla base, sono trasmessi correttamente e sono guidati da trasparenza e correttezza gli *intangibile assets* di un'impresa non possono che essere apprezzati e valorizzati dai suoi *stakeholders* e osservatori esterni. In questo campo crediamo che il contributo della visione femminile dia un grande valore aggiunto apportando concretezza, sensibilità e ricchezza in tutti quegli aspetti aziendali che costituiscono il suo patrimonio tangibile e intangibile. ■

Rosanna D'Antona è presidente D'Antona&Partners Strategie di comunicazione e responsabile per la Lombardia della Fondazione Marisa Bellisario.