



#ValoreD4STEM

LE BUONE PRATICHE AZIENDALI PER SUPERARE
IL DIVARIO DI GENERE IN AMBITO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO

FEBBRAIO 2023

valore^D

SOMMARIO

Premessa	3
Contesto	8
▪ L'occupazione femminile in Italia	9
▪ Il futuro del lavoro	10
▪ Stereotipi e percorsi di studio in ambito STEM	11
▪ Donne STEM in azienda	13
▪ Best practices STEM	15
Indice delle buone pratiche	17
Aziende	19
Ringraziamenti	89



PREMESSA





CRISTIANA SCELZA

Presidente Valore D

Il mondo in cui viviamo è in continua evoluzione, il futuro del lavoro non riguarda più il domani ma il presente. Il progresso scientifico-tecnologico sta contribuendo a plasmare un nuovo modello di società e a rivoluzionare la conformazione originaria di molti settori lavorativi attraverso il richiamo alla sostenibilità, alla digitalizzazione e all'innovazione.

Le trasformazioni in atto sono un'occasione utile per ripensare non solo il nostro rapporto con la tecnologia, ma anche i nostri investimenti nel capitale umano: se vogliamo un cambiamento che duri nel tempo, dobbiamo fare in modo che tutte le risorse – nelle loro differenze – siano coinvolte e valorizzate.

Oggi è molto importante che le donne partecipino alla transizione digitale, sviluppino competenze in ambito STEM (acronimo inglese di Scienza, Tecnologia, Ingegneria, Matematica) e siano protagoniste del futuro. È nei settori più innovativi, infatti, che si concentreranno le maggiori opportunità di lavoro da qui ai prossimi anni. Perché tutto questo sia possibile, tuttavia, occorre intervenire sulle disuguaglianze ancora esistenti nel Paese.

Da tempo Valore D contribuisce a diffondere consapevolezza sui temi della diversità, dell'equità e dell'inclusione attraverso le sue numerose iniziative. Il progetto #ValoreD4STEM, in particolare, ha come obiettivo il superamento del divario di genere in ambito scientifico-tecnologico: si tratta di un piano d'azione ampio, finalizzato all'eliminazione degli stereotipi di genere presenti sin dall'infanzia e all'avvicinamento delle ragazze allo studio delle materie STEM, che è stato lanciato mediante una campagna di sensibilizzazione patrocinata da Pubblicità Progresso. È all'interno di questa cornice che oggi si colloca la raccolta di buone pratiche STEM provenienti dal network di Valore D, che vuol essere per le organizzazioni un'occasione unica di confronto e uno sprone per continuare a migliorarsi, mettendo in atto azioni concrete a supporto della presenza femminile in ambito STEM.

Come associazione crediamo che per ridurre il divario di genere nelle STEM sia necessario seguire una strategia basata su due capisaldi: da una parte, infatti, occorre agire nel lungo periodo per cambiare la cultura del Paese e innescare un circolo virtuoso, offrendo alle bambine nuovi modelli femminili a cui ispirarsi e indirizzando sempre più giovani ragazze verso la scelta di percorsi di studio tecnico-scientifici;

dall'altra, occorre intervenire nel breve termine per rimediare alla carenza di risorse STEM, valorizzando le professioniste che hanno già maturato esperienza in quest'ambito e prestando attenzione alla qualità del loro percorso una volta entrate in azienda. Solo in questo modo, infatti, è possibile evitare la dispersione del talento femminile STEM e arginarne l'attrition, che oggi è superiore sia a quella maschile che a quella femminile non STEM. Ma non è tutto: serve puntare l'attenzione anche sull'upskilling e reskilling delle donne, affinché sviluppino le competenze tecnologiche richieste dal mercato del lavoro e siano pronte a ricoprire nuovi ruoli – in particolar modo nel campo dei big data, dell'intelligenza artificiale, della robotica. Ancor di più, serve incoraggiare le aziende ad attingere a quel bacino – spesso trascurato – rappresentato dalle professioniste STEM che hanno abbandonato il mondo del lavoro.

Sono tutte sfide impegnative che, se raccolte, promettono di rendere il futuro più equo e sostenibile. Non esiste progresso, infatti, che non si alimenti dell'azione sinergica di donne e uomini.

Mi è molto cara, al riguardo, la testimonianza di Donatella Sciuto, prima Rettrice del Politecnico di Milano ed ex Consigliera di Valore D, che ha dedicato la sua passione per la scienza e la tecnologia alla ricerca universitaria, mostrando genuino interesse e sensibilità anche per il tema della valorizzazione delle differenze. A lei il ringraziamento per aver ispirato, con il suo esempio, generazioni di giovani STEM. Alle aziende, ai lettori e alle lettrici di questa raccolta l'invito a emulare i comportamenti virtuosi e a farsi, sin da oggi, promotori e promotrici del cambiamento di domani.



DONATELLA SCIUTO

Rettrice Politecnico di Milano

“Le due cose più importanti non compaiono nel bilancio di un’impresa: la sua reputazione e i suoi uomini.” Parole di Henry Ford. Uomini e donne, aggiungerei. Perché quello che al tempo di Ford non si percepiva, nella catena di montaggio, era il valore delle persone che sono il pilastro di ogni istituzione e l’origine di ogni cambiamento. Le aziende associate a Valore D lo sanno bene: riconoscono la ricchezza del capitale umano e sono consapevoli di come la reputazione sia difficile da guadagnare, ma altrettanto facile da perdere. Sanno che l’apprezzamento e la stima nei loro confronti, e vale per chiunque altro, nascono da comportamenti virtuosi, dalla condivisione di valori e di principi. Questa pubblicazione ne raccoglie alcuni e ne sottolinea l’importanza. Condivide buone pratiche con l’intenzione che queste producano un sano effetto moltiplicatore, quello che sta alla base dell’apprendimento sociale.

Non ci serve infatti risalire agli esperimenti di Bandura per capire come il comportamento e la sua replica siano alla base della conoscenza. “L’apprendimento è bidirezionale”, diceva il sociologo canadese, “apprendiamo dall’ambiente e l’ambiente apprende e cambia grazie alle nostre azioni.” E allora è fondamentale mettere in atto azioni virtuose se vogliamo modificare ciò che ci circonda; se vogliamo che le donne, oggi ancora poco rappresentate nel mondo del lavoro, possano affermarsi in contesti in cui sono state lungamente escluse; se vogliamo che osino in campi del sapere, come quelli della scienza e della tecnologia, che ancora alzano barriere di genere.

Molte cose sono cambiate in meglio con l’andare del tempo, è vero. Oggi in Italia abbiamo la prima donna a capo dell’esecutivo, in Europa la prima Presidente alla guida della Comunità, così come della Banca Centrale. Nel 2022 il Nobel per la Chimica a Carolyn Bertozzi ha portato a venticinque il numero di premi assegnati a donne nelle discipline scientifiche. Nei consigli di amministrazione delle società italiane quotate in borsa la presenza femminile ha superato, anche se di poco, il 40% indicato dalla normativa. Io stessa, dopo 160 anni di storia, sono stata eletta prima rettrice di un ateneo tecnico (a dire il vero, della prima università tecnica del paese), ancora a forte prevalenza maschile.

Per contro, però, ci sono realtà in cui le donne sono ancora fortemente discriminate (pensiamo alle proteste in Iran o al ritorno al passato in Afghanistan), sottostimate o relegate a ruoli più tradizionali. Nonostante molte di noi rappresentino, deliberatamente o involontariamente, dei modelli di comportamento, c’è ancora molto da fare affinché questi diventino numerosi, replicabili e soprattutto accessibili.

Dal mio osservatorio privilegiato, quello dell'accademia, vedo alternarsi generazioni di donne che sono sempre più consapevoli delle loro potenzialità. Ragazze che hanno voti mediamente più alti dei compagni e tassi di abbandono degli studi più bassi. Giovani che non temono il confronto e che non rispettano gli schemi. Tuttavia la determinazione o la capacità non sempre sono sufficienti se, una volta inserite nel mondo del lavoro, non trovano condizioni favorevoli. Dobbiamo fare in modo che ci sia un percorso condiviso che passa dai banchi di scuola, ai laboratori di ricerca, ai tavoli di lavoro, alle sale dei bottoni... Ben vengano quindi le borse di studio, i percorsi di upskilling e di reskilling, le misure di welfare: tutto ciò che può rendere le persone più consapevoli e attente, gli spazi di lavoro e di vita più inclusivi, la società più giusta.

Tutto ciò che può aumentare la nostra reputazione e la ricchezza delle nostre persone. Se atteggiamenti positivi vengono promossi all'interno delle nostre aule e delle nostre aziende a beneficiarne sarà l'intero tessuto sociale che è fatto di reti di relazioni: colleghi, famiglie e amici.

Le imprese sono le nuove fabbriche del sapere. Sono luoghi di cultura. Sono spazi di condivisione. Incentivare e promuovere policies che aiutino a gestire la diversità, a misurare la leadership, ad accrescere il talento, a rispettare la parità salariale, a conciliare la carriera con la vita privata non sono delle opzioni, ma delle necessità nella costruzione di un percorso che non è fatto solo di numeri, di disposizioni o di quote da rispettare, ma di esperienze, di principi e di impegni che vanno ben oltre la reputazione o l'immagine che vogliamo dare di noi stessi. Che sono invece alla base della nostra visione, del nostro modo di interpretare la realtà, della nostra voglia di costruire il futuro.



CONTESTO



1. L'OCCUPAZIONE FEMMINILE IN ITALIA

Nel corso del 2022 il mercato del lavoro italiano ha mostrato segnali di ripresa, con una crescita del tasso di occupazione femminile, nella fascia di età 15-64, di quasi due punti percentuali rispetto all'anno precedente: in base agli ultimi rilievi Istat, infatti, il dato è passato dal 49,4% del 2021 al 51,1% del terzo trimestre 2022. Tuttavia, forti squilibri e diseguaglianze caratterizzano ancora il mondo del lavoro: il divario di genere si attesta intorno al 18%, mentre il gap salariale, misurato sui salari lordi di lavoratori full time, è del 16.5% nel settore privato e del 4.1% nel pubblico (Eurostat, 2020).

Le donne, in particolare, sperimentano una condizione di grande instabilità lavorativa: sono rappresentate, infatti, solo nel 35% dei 764.870 contratti a tempo indeterminato attivati nella prima metà del 2022. A pesare sulla situazione femminile è anche la presenza di una doppia criticità, cosiddetta “debolezza rafforzata”, data dalla combinazione di forme contrattuali precarie e a tempo parziale, che per le donne costituiscono la forma tipica di ingresso nel mercato del lavoro: su tutti i contratti attivati nel primo semestre del 2022, il 49% è part-time (per gli uomini solo il 26,2%) (Inapp, Gender Policies Report, 2022).

Anche sul fronte dell'inattività, il divario di genere non arretra: le donne inattive (non occupate e non in cerca di occupazione) sono il 43,4%, mentre gli uomini solo il 25,3%. I carichi familiari rappresentano la ragione principale dell'inattività femminile – e l'ultima di quella maschile – specialmente nella fascia di età 25-34 (Inapp, Gender Policies Report, 2022).

L'occupazione femminile risulta concentrata soprattutto in determinati settori e in specifiche professioni: le donne sono impegnate principalmente in attività legate a una visione stereotipata dei ruoli e contraddistinte da retribuzioni meno elevate, minore qualificazione e scarse prospettive di carriera.

In particolare, il settore del lavoro domestico, che ad oggi conta circa 2 milioni di famiglie come datori di lavoro, registra al suo interno una netta prevalenza della componente femminile, di cui il 60% straniera, con un'età compresa tra i 45 e i 59 anni. Tale tipologia di lavoro, tuttavia, è segnata da un'ampia quota di sommerso (il 68,3% delle persone attive in quest'ambito, infatti, non ha alcun contratto e di conseguenza alcuna tutela) e di lavoro grigio (il 34,3% ha un contratto formalizzato, ma dichiara un numero di giornate di lavoro inferiori a quelle effettivamente prestate) (Inapp, Gender Policies Report, 2022).

Occorre dunque pensare al futuro del lavoro e incoraggiare la partecipazione femminile in quei settori meno tradizionali ma strategici per l'avvenire. In un mondo in costante evoluzione, il contributo delle ragazze e delle donne – soprattutto in campo scientifico-tecnologico – diventa determinante nel sostenere l'innovazione e il progresso sociale ed economico del Paese.

2. IL FUTURO DEL LAVORO

L'ambito STEM (acronimo inglese per Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica) è il settore in cui si concentreranno le maggiori sfide: basti pensare che l'84% dei datori di lavoro ha in programma la digitalizzazione dell'azienda e il 50% l'automazione di alcuni settori (WEF, Future of Jobs, 2020).

Nei prossimi anni si assisterà a una domanda crescente e trasversale di competenze digitali da parte delle imprese e della pubblica amministrazione che si stima corrispondere a circa 2,1-2,3 milioni di occupati tra il 2022 e il 2026 (Excelsior, Revisioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine 2022-2026, 2022).

Oltre agli specialisti e ai tecnici informatici – come ad esempio gli sviluppatori di software e gli analisti programmatori – nuovi profili acquisiranno sempre più rilevanza negli anni a venire: si tratta degli specialisti del cloud computing, dei big data, dell'Internet of Things, dell'intelligenza artificiale e della robotica – tutte figure operanti in settori attualmente caratterizzati da una ridotta presenza femminile. In Italia, infatti, la percentuale di donne nel campo del Cloud Computing è pari al 17%, in quello ingegneristico è del 19% e nell'intelligenza artificiale del 31% (WEF, Global Gender Gap Report, 2020).

Le aziende e le istituzioni dovranno quindi puntare sul reskilling e upskilling tecnologico, in particolare delle donne, affinché queste ultime non rimangano escluse dal mercato del lavoro ma siano protagoniste del cambiamento. Secondo l'EIGE, l'Istituto Europeo per la parità di genere, favorire la presenza femminile nelle STEM servirà ad assottigliare il gender gap negli ambiti in cui si apriranno maggiori opportunità lavorative, oltre che ad avere ricadute positive sull'economia, con una crescita del PIL europeo pro-capite del 2,2-3% nei prossimi 30 anni.

3. STEREOTIPI E PERCORSI DI STUDIO IN AMBITO STEM

Le discipline STEM sviluppano competenze molto richieste dal mercato del lavoro, ma sono ancora caratterizzate da diseguglianze di genere e influenzate da stereotipi e pregiudizi: nonostante le neuroscienze abbiano ampiamente smentito questo falso mito, la convinzione che le donne siano meno inclini agli studi tecnico-scientifici degli uomini continua ad essere fortemente radicata.

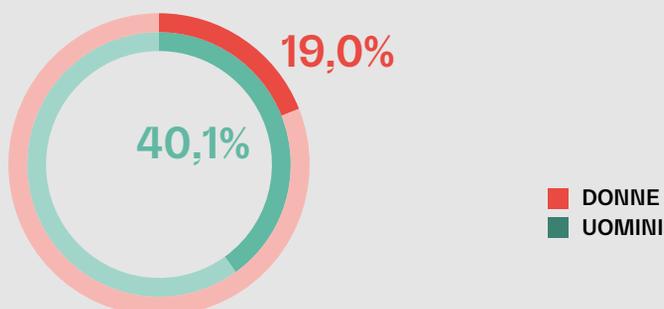
Secondo la ricerca *Drawing the Future* (Chambers et al.), già alla fine dei sei anni le bambine smettono di immaginare un futuro nelle scienze: i pregiudizi negativi di genitori, parenti e insegnanti vengono interiorizzati dalle più piccole, che finiscono per credere di non esser portate per le materie tecnico-scientifiche (è questa la cosiddetta profezia che si autorealizza o effetto Pigmalione).

La pressione esercitata dalle norme culturali e sociali è, dunque, tra le prime cause del gender gap nelle STEM (in base ai risultati del sondaggio PISA 2018, persino le top performer, cioè le ragazze più capaci e fiduciose, stentano a seguire una carriera in quest'ambito).

La scuola svolge un ruolo fondamentale nell'orientare le scelte di studio e professionali delle ragazze: l'indagine #ValoreD4STEM che ha coinvolto un campione di 7.481 donne STEM appartenenti a 61 aziende del network di Valore D, ha rilevato che oltre il 62% delle rispondenti aveva una predilezione per le materie STEM già sui banchi di scuola e che il 20% ha incontrato sulla sua strada un/una docente che l'ha fatta appassionare a queste materie (Valore D, #ValoreD4STEM, 2021).

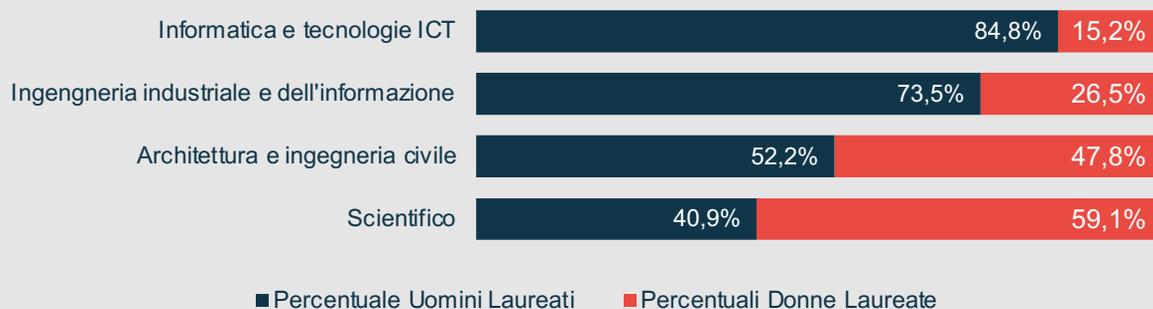
In ambito universitario, nonostante rappresentino oltre la metà dei laureati in Italia (59,4%) (AlmaLaurea, Profilo dei laureati 2021, 2022), le ragazze che scelgono un indirizzo di studi STEM sono ancora un numero esiguo: nel 2021 quelle che hanno conseguito il titolo universitario in una di queste materie sono state il 19,0% – contro il 40,1% dei ragazzi (Grafico 1) – e, se si guarda ai soli laureati in informatica e tecnologie ICT, la percentuale delle ragazze laureate è del 15,2% (Grafico 2).

**GRAFICO 1:
PERCENTUALE DI LAUREATI STEM SUL TOTALE DEI LAUREATI PER GENERE**



Fonte: Elaborazione Valore D su dati Almalaurea 2022, su laureati 2021

GRAFICO 2: PERCENTUALE DI LAUREATI STEM PER GRUPPO DISCIPLINARE E PER GENERE



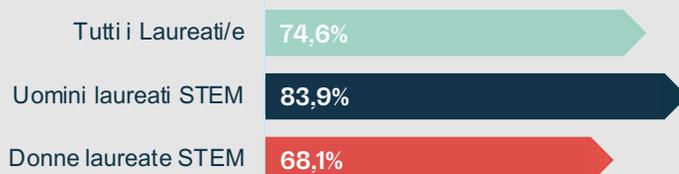
Fonte: Elaborazione Valore D su dati Almalaurea 2022, su laureati 2021

Per quanto riguarda il post-laurea, le persone provenienti da percorsi STEM evidenziano buone performance alla prova del mercato del lavoro, pur presentando differenze a livello di genere. A un anno dal conseguimento del titolo di secondo livello, il tasso di occupazione dei laureati STEM è pari, complessivamente, all'80,0% (74,7% donne e 83,9% uomini), un valore più elevato rispetto ai livelli occupazionali osservati sul complesso dei laureati di secondo livello (68,1%).

Anche a distanza di cinque anni, il dato occupazionale continua ad essere superiore alla media (87,7%) con una percentuale del 92,1%; il differenziale di genere, invece, è di 6,1 punti a favore degli uomini (88,6% donne e 94,7% uomini) (Grafico 3).

GRAFICO 3: TASSO DI OCCUPAZIONE

A 1 ANNO DALLA LAUREA DI II LIVELLO



A 5 ANNI DALLA LAUREA DI II LIVELLO



Fonte: Almalaurea, Rapporto 2022 Laureate e laureati: scelte, esperienze e realizzazioni professionali

Le persone laureate in discipline STEM possono contare su retribuzioni superiori rispetto alle altre lauree e, contemporaneamente, su un differenziale retributivo di genere più contenuto. A cinque anni dalla laurea, la retribuzione media è pari a 1.678 euro (+7,9% rispetto al complesso dei laureati) e il gap salariale intorno al 16,7% (gli uomini guadagnano 1.771 euro, le donne 1.526 euro) (Almalaurea, Laureate e laureati: scelte, esperienze e realizzazioni professionali, 2022).

4. DONNE STEM IN AZIENDA

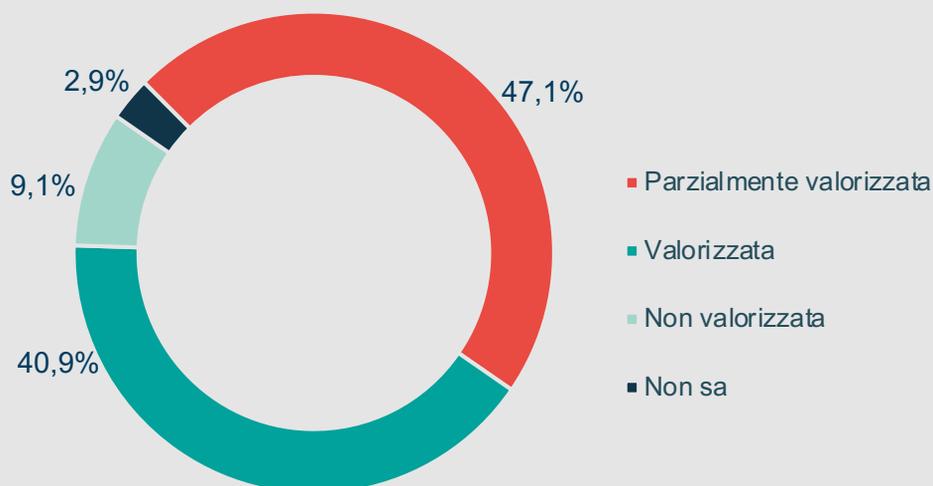
Oggi, la produttività, la crescita e la digitalizzazione del Paese dipendono molto dalle competenze STEM e dal modo in cui queste sono utilizzate. La mancanza di professionisti/e specializzati/e in queste discipline, tuttavia, è motivo di attuale preoccupazione per le aziende europee: in Italia, infatti, già il 44% delle aziende ha dichiarato di avere difficoltà a reperire candidati/e STEM (Deloitte, Rethink STE(A)M education, 2022).

Eppure, circa un 20% delle rispondenti all'indagine ValoreD4STEM, pur avendo un background formativo o professionale appartenente all'ambito STEM, al momento della compilazione non ricopriva un ruolo STEM: la scelta di allontanarsi dal lavoro in linea con il proprio percorso di studi era stata dettata in prevalenza dalla decisione di intraprendere una carriera in altri dipartimenti o nel management.

In merito alle progressioni di carriera, infatti, se è vero che in tutti i ruoli e i settori le donne vengono promosse a un ritmo più lento rispetto agli uomini (solo 86 donne promosse per ogni 100 uomini, a parità di livello), il divario risulta più accentuato per le donne che ricoprono un ruolo tecnico: ad accedere alla posizione di manager sono, infatti, solo 52 donne per ogni 100 uomini (McKinsey, Women in the workplace 2021). McKinsey ha evidenziato, al riguardo, che per le donne in ruoli tecnici le promozioni all'inizio della carriera, cruciali per favorire il loro avanzamento e ridurre l'attrition, si basano su tre condizioni sinergiche: fornire un accesso equo alle opportunità di skill building, implementare processi di promozione strutturati, facilitare le connessioni con manager, mentori e sponsor esperti (McKinsey, Repairing the broken rungs on the career ladder for women in technical roles, 2022).

Dall'indagine ValoreD4STEM è emerso inoltre che la maggior parte delle donne STEM in azienda non si sente interamente valorizzata nella propria professionalità (Grafico 4). A ritenere che l'azienda non le valorizzi o le valorizzi solo parzialmente sono soprattutto le donne over 40 e le donne con figli - una percezione ancora più evidente tra le impiegate.

**GRAFICO 4:
PERCENTUALE DI DONNE STEM CHE SI SENTONO VALORIZZATE IN AZIENDA**



Fonte: Valore D, #ValoreD4STEM, 2021

Le aziende possono quindi adoperarsi per individuare ed adottare ogni contromisura necessaria a prevenire l'elevato tasso di abbandono delle carriere in ambito STEM da parte delle donne e per creare altresì ambienti in cui il talento femminile STEM possa realizzarsi pienamente e prosperare.

Con l'aumento dell'adozione della tecnologia, il 50% di tutti i dipendenti avrà bisogno di riqualificarsi entro il 2025 (WEF, Future of Jobs, 2020), ma ad oggi solamente il 15% delle imprese italiane eroga formazione alle proprie risorse in ambito ICT - un dato di cinque punti percentuali al di sotto della media UE (Digital Economy and Society Index, 2022). Sarà fondamentale quindi che le aziende e le istituzioni puntino su reskilling e upskilling, in particolare delle donne, in modo da contribuire a superare il divario di genere e, parallelamente, a colmare lo skill mismatch.

Si stima che se i gap di competenze venissero chiusi entro il 2030, si aggiungerebbero circa 5 trilioni di dollari al PIL globale (WEF & PwC, Upskilling for Shared Prosperity, 2021). L'upskilling potrebbe favorire la transizione verso un'economia in cui il lavoro umano è sempre più integrato e aumentato - piuttosto che sostituito - dalle nuove tecnologie.

Il momento è propizio: oggi esiste, infatti, un'enorme opportunità di riconfigurare il mondo del lavoro e di intraprendere una rivoluzione delle competenze che potrebbe dare alle persone in tutto il mondo la capacità di partecipare pienamente al futuro del lavoro, qualunque esso sia.

5. BEST PRACTICES STEM

Questa raccolta di buone pratiche è una delle molteplici attività di #ValoreD4STEM, il progetto di Valore D per superare il divario di genere in ambito STEM, che ha avuto avvio con l'ascolto delle donne STEM provenienti dal network delle aziende di Valore D, ovvero le lavoratrici con un titolo di studio appartenente all'area STEM e/o le donne con un ruolo lavorativo in quest'ambito - un'indagine da cui è emersa una fotografia rappresentativa del mondo delle professioniste STEM nelle organizzazioni italiane.

Oggi il progetto torna a coinvolgere le aziende per favorire un circolo virtuoso: il documento ha, infatti, l'obiettivo di divulgare le iniziative delle aziende associate e di servire da riferimento e ispirazione per l'implementazione di nuove pratiche.

Le best practice raccolte sono state suddivise in quattro macro-aree:

1. iniziative volte a incoraggiare l'avvicinamento delle bambine e delle ragazze alle materie STEM;
2. iniziative di upskilling e reskilling STEM;
3. iniziative volte a promuovere lo sviluppo delle donne STEM e a massimizzarne la retention;
4. iniziative volte a favorire il reinserimento nel mondo del lavoro delle professioniste STEM.

Ove possibile, ciascuna best practice è stata corredata, oltre che di una breve descrizione e dell'indicazione dei principali obiettivi, anche dell'anno di introduzione, del target e dei Key Performance Indicators (KPI) utili per misurarne l'efficacia e i progressi.

La raccolta delle buone pratiche è iniziata nella primavera 2022 e si è conclusa a dicembre 2022. Ad oggi il documento si compone di 125 buone pratiche, provenienti da 33 aziende del network di Valore D appartenenti a 10 diversi settori economici.

33 AZIENDE
DEL NETWORK

10 SETTORI AZIENDALI
Energia-Oil&Gas; Prodotti Industriali; Bancario-Assicurativo;
Servizi professionali-Consulenza; IT; Telecomunicazioni; Digital;
Viaggi-Infrastrutture-Trasporti; Chimico-Farmaceutico-Healthcare; Università.

125 BUONE PRATICHE
RACCOLTE

DISTRIBUZIONE DELLE BUONE PRATICHE RACCOLTE PER MACRO-AREE

70% AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE **STEM**

16% SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE **STEM**

14% UPSKILLING E RESKILLING **STEM**

0% REINSERIMENTO PROFESSIONALE DELLE DONNE **STEM**

Dall'osservazione delle buone pratiche raccolte si evince che la maggior parte delle iniziative è orientata verso l'esterno e rivolta in particolare alle giovani generazioni, con l'obiettivo di incoraggiarle ad avvicinarsi alle materie STEM e ad acquisire le competenze più richieste dal mercato del lavoro. È però importante, per lo sviluppo delle aziende e del Paese, che le organizzazioni mettano in campo anche iniziative interne al fine di rispondere al dinamico contesto lavorativo e alla elevata richiesta di competenze tecniche e digitali. La valorizzazione e lo sviluppo delle risorse interne sono necessarie per creare una pipeline di persone STEM inclusiva dei generi e per evitare la dispersione del talento. Anche la formazione gioca un ruolo fondamentale: le iniziative di upskilling e reskilling, infatti, sono leve da utilizzare per stare al passo e riqualificare le persone in azienda. Infine, una grande possibilità è attingere al potenziale, al momento inesplorato, di professioniste STEM attualmente non inserite nel mercato del lavoro - una sfida che, almeno ad oggi, rimane ancora aperta in Italia.



INDICE DELLE BUONE PRATICHE



AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

A2A	20	●		
ABB	22	●		●
ACCENTURE	25	●	●	●
AMAZON	28	●		
AUTOSTRADE PER L'ITALIA	30	●		
AVANADE	31	●	●	
AVIO AERO	32	●	●	●
BOSCH	35	●		
ENEL	36	●	●	
ENGIE	40	●		
ENI	41	●		
EPTA	44	●		
EY	45	●		●
FASTWEB	46	●	●	●
FINCANTIERI	51	●	●	●
GENERALI ITALIA	53	●		
HERA	55	●		
IBM ITALIA	56	●		●
ILLIMITY	57	●	●	
INTESA SAN PAOLO	59	●		●
IREN	62	●	●	
NTT DATA	64			●

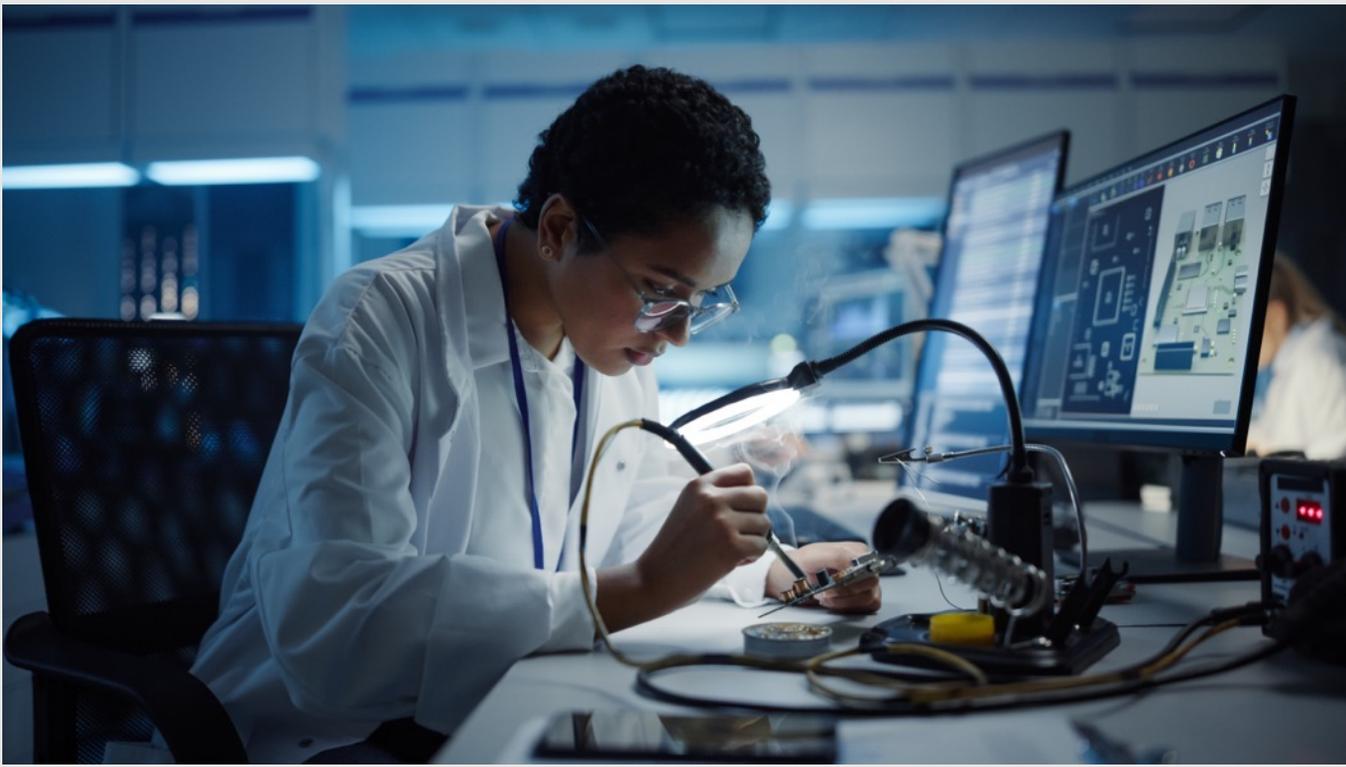
UPSKILLING E RESKILLING STEM

REINSERIMENTO PROFESSIONALE DELLE DONNE STEM

PHILIPS	65			●
PIRELLI	66	●		●
POLITECNICO DI MILANO	68	●		●
POSTE ITALIANE	73	●		●
PRYSMIAN	75			●
PWC	76	●		●
RINA	78	●		●
SNAM	80	●		●
SOGIN	83	●		●
VODAFONE	85	●		●
WINDTRE	87	●		



AZIENDE





AZIENDA A2A
SETTORE ENERGIA - OIL&GAS

DIPENDENTI 12.370
ETÀ MEDIA 44 ANNI

GENERE 18% DONNE – 82% UOMINI

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 17% DONNE – 83% UOMINI**
QUADRI: 26% DONNE – 74% UOMINI
IMPIEGATI: 33% DONNE – 67% UOMINI
OPERAI: 4% DONNE – 96% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

CAMPAGNA SOCIALE “CLASSE 2030”

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: generazione Z

PRINCIPALI OBIETTIVI: sensibilizzare le giovani generazioni sui temi della sostenibilità, tra i quali l'inclusione e l'accoglienza della diversità.

KPI: il podcast ha registrato 2.843 ascolti, il vidcast ha registrato 177.386 visualizzazioni (di cui 169.671 su Instagram e 7.715 su YouTube).

BREVE DESCRIZIONE: in collaborazione con Scuola Zoo, A2A ha realizzato 5 podcast dedicati ai/alle giovani che vogliono promuovere e sostenere la cultura dello sviluppo sostenibile. I contenuti del podcast riguardano la lotta al cambiamento climatico, l'innovazione e le infrastrutture, l'energia pulita accessibile, le città e le comunità sostenibili e la parità di genere. Le puntate sono dedicate ai temi della transizione energetica, dell'economia circolare, della diversità e inclusione, dell'innovazione e dell'educazione digitale.

Alcune puntate del podcast:

<https://open.spotify.com/episode/6rykDVpXAb2iKT9zEORAYn> (specifico sulla diversità)

<https://open.spotify.com/show/67LXEf2f14Lj3kE9RtJk2Z> (campagna completa)

ROLE MODEL

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di primo e secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: motivare e incoraggiare i/le giovani a seguire le proprie inclinazioni, con specifica attenzione alla formazione per le ragazze e alle materie STEM.

KPI: 1.677 studenti raggiunti nel biennio 2020-2022.

BREVE DESCRIZIONE: dal 2018, A2A aderisce al progetto Sistema Scuola Impresa promosso da ELIS finalizzato alla formazione dei/delle giovani, con specifica attenzione alle ragazze e alle materie STEM. La missione è ispirare, motivare e orientare i/le giovani alle competenze e ai mestieri del futuro, abbattendo gli stereotipi di genere.

I seguenti Inspirational Talk delle role model A2A sono una testimonianza e un esempio dell'iniziativa:

https://www.youtube.com/watch?v=Yv_4PJgL2lc&list=PLCvWKTIPzvrmySGvVjdG7g6JigHvNqojb&index=4

<https://www.youtube.com/watch?v=wWYVla7StRY>

INSPIRING GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: ragazze e ragazzi tra gli 11 e i 14 anni che frequentano le scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: avvicinare e ispirare le ragazze e i ragazzi alle tematiche STEM.

KPI: 3 role model di A2A sono state coinvolte nella realizzazione di testimonianze/video hub ispirativi.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto prevede degli incontri nelle scuole secondarie di primo grado di tutta Italia con role model volontarie, impegnate con passione e successo nei più diversi ruoli professionali, che con la loro testimonianza possono ispirare le ragazze e i ragazzi a non porsi limiti nella definizione del proprio percorso e ampliare i loro orizzonti nell'immaginare il proprio futuro.

Il seguente video è una testimonianza e un esempio dell'iniziativa:

<https://videohub.inspiring-girls.com/it/video/isola-giulia>



AZIENDA **ABB**
SETTORE **PRODOTTI INDUSTRIALI**

DIPENDENTI **5.273**
ETÀ MEDIA **41 ANNI**

GENERE **25% DONNE – 75% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 13% DONNE – 87% UOMINI**
QUADRI: 19% DONNE – 81% UOMINI
IMPIEGATI: 25% DONNE – 75% UOMINI
OPERAI: 25% DONNE – 75% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

EVENTI DI RECRUITING & EMPLOYER BRANDING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie e/o neolaureate STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: posizionare ABB come datore di lavoro inclusivo, raggiungere gli obiettivi di parità di genere, reclutare più donne STEM.

KPI: 46% di donne assunte dal mondo universitario (tra i 19 e i 29 anni) nel primo semestre del 2022 – rispetto all’obiettivo del 50% di assunzioni di donne nel Gruppo ABB dal mondo Universitario entro il 2030.

BREVE DESCRIZIONE: ABB ha svolto vari eventi di recruiting ed employer branding come ad esempio: Virtual Job Meeting STEM GIRLS, Digital Career Days Empower Women, Empowering Young Women Almalaurea, eventi con SheTech.

WOMEN@ABB “SHE HAS A CONTROLLER TOO”

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse provenienti dai licei della provincia di Monza Brianza.

PRINCIPALI OBIETTIVI: ispirare le studentesse a intraprendere percorsi STEM, avvicinare le ragazze ad ABB, mostrare che anche chi non segue percorsi STEM può integrarsi in aziende come ABB.

KPI: 45 studentesse coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: evento organizzato dal team D&I Robotics. Durante l’incontro sono intervenuti rappresentanti di Assolombarda (STEAMiamoci), TheFabLab, Leonardo Leani (Division Manager Robotics & Discrete Automation) e alcune donne di Robotics per raccontare la D&I in ABB. L’incontro ha previsto un momento di training sulla Robotica e una visita allo showroom.

INTERVENTI PRESSO LE SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO E SECONDO GRADO

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di primo e secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare la Next Generation nel percorso di orientamento scolastico e nelle discipline STEM.

KPI: N/D

BREVE DESCRIZIONE: gli interventi nelle scuole si svolgono con regolarità annuale con gli istituti vicini ai percorsi professionali di ABB (es: ITS Meccatronica) e vicini alle sedi di Sesto San Giovanni, Bergamo, Dalmine, Genova e Frosinone. Gli interventi si svolgono in aula, con rappresentanti ABB, per sensibilizzare sulle opportunità professionali in ambiti STEM, ponendo attenzione ai bias di genere. Questi momenti sono interattivi e coinvolgono le studentesse e gli studenti con workshop esperienziali per toccare con mano le nuove tecnologie, includendo alcune testimonianze di donne che lavorano in ambiti STEM.

SUSTAINABLE TALENT PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse di ingegneria del 4° o 5° anno di università.

PRINCIPALI OBIETTIVI: rendere ABB attrattiva per le studentesse STEM, colmare il gap tra università e mondo del lavoro per studentesse al termine degli studi, avere una pipeline diversificata per genere.

KPI: 3 edizioni, circa 300 candidature ricevute, 29 studentesse STEM selezionate da tutta Italia, 12 persone assunte tramite stage e altri contratti.

BREVE DESCRIZIONE: programma di mentoring della durata di tre mesi, in cui le partecipanti prendono parte a incontri di orientamento e seguono un percorso di mentoring con colleghe donne di ABB.

CONOSCERE LE ECCELLENZE FEMMINILI DI ABB

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: 454 dipendenti (sia uomini che donne, sia blue collar che white collar).

PRINCIPALI OBIETTIVI: dare maggiore visibilità alle professionalità femminili e ispirare le giovani e neo entrate professioniste.

KPI: retention e crescita interna delle donne (ad oggi, 4 donne coinvolte nell'iniziativa, ne traggono maggiore visibilità internamente e ispirano le giovani professioniste).

BREVE DESCRIZIONE: con la collaborazione di HR e comunicazione interna, vengono intervistate le professioniste STEM del Business Motion. Le loro storie vengono successivamente condivise su un canale social interno, accessibile da tutti i dipendenti, e pubblicate sulla intranet aziendale. Attraverso il racconto del percorso professionale delle donne STEM in azienda, si vuole rendere maggiormente consapevole l'intera organizzazione delle eccellenze femminili presenti per valorizzarle e, allo stesso tempo, dare visibilità delle opportunità di carriera. L'iniziativa è in corso, finora sono state intervistate 4 colleghe, ma l'obiettivo è dare l'opportunità a tutte le professioniste STEM del Business Motion.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

YEP MENTORING PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE 2020

TARGET PRINCIPALE studentesse universitarie iscritte a facoltà economiche o STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI offrire alle nuove generazioni strumenti utili per orientare le proprie scelte accademiche e professionali, con un particolare focus sulle donne negli indirizzi STEM.

KPI 15 mentor Accenture, oltre 150 studentesse iscritte a facoltà economiche e STEM di atenei del Sud Italia.

BREVE DESCRIZIONE: il percorso di mentoring è organizzato da Fondazione Ortygia Business School per valorizzare il talento femminile e sostenere l'uguaglianza di genere. Le mentee sono affiancate ad altrettante manager delle aziende coinvolte nelle vesti di mentor, fra cui 15 mentor Accenture che hanno portato la loro esperienza di donne impegnate in carriere STEM e hanno portato un punto di vista privilegiato sulle professioni del futuro. Il programma prevede momenti di formazione in plenaria e incontri di mentoring one-to-one con cadenza mensile, oltre ad un evento finale di condivisione dell'esperienza.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

UPSKILLING ACADEMY

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: laureate non STEM

PRINCIPALI OBIETTIVI: fornire alle donne con formazione non STEM gli strumenti e le skill necessarie ad una carriera in ambito STEM.

KPI: Upskilling Academy in 5 anni ha coinvolto il 30% delle donne neolaureate assunte dalle Academy.

BREVE DESCRIZIONE: percorsi formativi mirati a formare le ragazze su aree tecniche, digital e soft skills, come per esempio: D-Training Bootcamp, Palestre Digitali, Code for Future, Orienting My Friend.

PALESTRE DIGITALI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2012

TARGET PRINCIPALE: giovani laureati/e in discipline umanistiche.

PRINCIPALI OBIETTIVI: aumentare la possibilità di occupazione di giovani laureati/e in discipline umanistiche provenienti da tutta Italia, formandoli alle professioni digitali più richieste dal mercato (Digital Marketing, Web Reputation management, SEM/SEO, Analytics, etc.).

KPI: oltre 1.300 studenti formati in 27 edizioni, fino a 200 ore per edizione; 155 aziende coinvolte; il 65% degli studenti ha trovato uno stage entro 6 mesi dalla fine del corso.

BREVE DESCRIZIONE: percorso formativo di 4 settimane che prevede: 1) 160 ore di formazione in aula erogate da professionisti di Accenture e di altre prestigiose aziende in collaborazione con docenti universitari, 2) 20 ore di rapid e-learning in inglese sui temi centrali del Digital Marketing, attraverso l'uso di una Piattaforma LMS che gestisce anche i report di fruizione, 3) 40 ore dedicate a Project Work ed esercitazioni in team per praticare i concetti appresi, 4) testimonianze del top management di realtà aziendali leader, attraverso l'esame di casi reali pro digitalizzazione.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

“BEING MYSELF”

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: donne che lavorano in Accenture.

PRINCIPALI OBIETTIVI: riflettere sul valore dell'autenticità e del lavoro come leva abilitante per la crescita personale e professionale e sull'importanza di credere in se stessi, nei propri progetti e nelle proprie ambizioni, con grande forza e umiltà.

KPI: un libro contenente 29 storie in cui le protagoniste sono donne con un background o che lavorano in ambito STEM e un podcast di 7 episodi sul talento femminile STEM.

BREVE DESCRIZIONE: nel libro “Being Myself” le autrici delle storie, raccontano la loro forza, determinazione e tenacia per superare pregiudizi e stigmi legati alla professione STEM per una donna, con grande semplicità e trasparenza. Il podcast “Il talento di cambiare” rappresenta un viaggio in sette tappe, proposto da Wired in collaborazione con Accenture, alla scoperta degli infiniti volti del talento al femminile in un formato pensato per ingaggiare i talenti e far loro comprendere le skill maggiormente ricercate in ambito recruiting. Per maggiori informazioni:

<https://www.accenture.com/it-it/about/company/being-myself>

INSIGHT – GLOBAL PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: donne senior manager ad alto potenziale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sviluppare competenze di leadership per le donne.

KPI: ogni anno circa 20 partecipanti per l'Italia.

BREVE DESCRIZIONE: Insight è il programma di punta per le donne senior manager, si allinea al DNA della leadership di Accenture, prettamente STEM per caratteristiche del business. Offre alle partecipanti l'opportunità di riflettere sulle loro aspirazioni di carriera e include un workshop virtuale esperienziale personalizzato. Il programma permette di mettersi in contatto con altri dirigenti di successo che possono essere role model per le manager nella loro crescita professionale.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

PROGETTO STEM SCUOLE DI ROVIGO

ANNO DI INTRODUZIONE 2021

TARGET PRINCIPALE studentesse delle scuole secondarie di secondo grado e i loro insegnanti.

PRINCIPALI OBIETTIVI aiutare le studentesse a sviluppare un approccio innovativo nei confronti della tecnologia per risolvere i problemi in modo creativo e aiutarle a scoprire gli elementi fondamentali della programmazione.

KPI circa 100 studentesse coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: progetto di sviluppo delle competenze digitali ideato da Amazon in collaborazione con Codemotion e la Consigliera di Parità della Provincia di Rovigo, Loredana Rosato. Circa 100 studentesse, provenienti da 6 scuole secondarie della provincia di Rovigo, insieme ai loro insegnanti, hanno partecipato a 4 laboratori interattivi online per scoprire il mondo del coding creativo e hanno sviluppato un prototipo di software funzionante. In contemporanea, è stato avviato un percorso di formazione rivolto ai docenti attraverso 3 webinar focalizzati sull'utilizzo della tecnologia e del coding nella didattica.

WOMEN IN ENGINEERING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: studentesse degli atenei Politecnico di Milano, Politecnico di Torino, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e Università degli Studi di Cagliari.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incentivare e aiutare le giovani donne meritevoli a intraprendere un percorso di studi e a soddisfare la propria ambizione di lavorare nel settore dell'innovazione e della tecnologia.

KPI: 4 studentesse.

BREVE DESCRIZIONE: nel 2021 Amazon ha annunciato la quarta edizione della borsa di studio "Amazon Women in Innovation". L'azienda ha supportato studentesse meritevoli iscritte a discipline STEM all'Università degli Studi di Cagliari, al Politecnico di Milano, al Politecnico di Torino e all'Università degli Studi di Roma 'Tor Vergata'. Oltre a supportare economicamente le studentesse, Amazon ha messo a disposizione una mentor, manager di Amazon, per aiutare a sviluppare competenze utili per il lavoro futuro come, ad esempio, le tecniche per creare un curriculum efficace o affrontare un colloquio di lavoro.

AWS GETIT

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle classi 2° delle scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: aiutare i ragazzi e le ragazze a sviluppare le proprie competenze digitali, superare gli stereotipi di genere e conoscere le opportunità professionali del mondo della tecnologia

KPI: 30 scuole in tutto il territorio nazionale.

BREVE DESCRIZIONE: Amazon Web Services (AWS) ha lanciato AWS GetIT per le scuole secondarie di primo grado in Italia per avviare i giovani studenti, in particolare le ragazze, al cloud computing e alle competenze digitali, ispirandoli a prendere in considerazione una carriera nella tecnologia. Il programma, che si svolge durante l'anno scolastico, insegna agli studenti e alle studentesse la tecnologia del cloud computing e li invita a lavorare insieme in piccoli team per progettare un'applicazione che risolva un problema reale affrontato dalla loro scuola o comunità.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

#ROADYOURFUTURE

ANNO DI INTRODUZIONE: dal 2020 al 2022

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado e colleghe middle manager con ruolo STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: favorire la conoscenza e la diffusione dei valori di Autostrade tra i giovani; sensibilizzare le studentesse nell'orientamento alle scelte di studio o lavoro; supportare la didattica scolastica con dei project work.

KPI: 400 studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado e 200 studenti e studentesse delle scuole secondarie di primo grado.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto ha coinvolto negli anni scolastici dal 2020 al 2022, 10 Maestri di Mestiere e 5 role model, che hanno incontrato e orientato ai Mestieri del Futuro circa 600 studenti e studentesse. Il confronto diretto con gli studenti e le studentesse ha l'intento di creare una sinergia con i territori e supportare i/le giovani nella formazione, attraverso nuove metodologie di apprendimento e di sensibilizzare le studentesse alle professioni STEM.

AZIENDA **AVANADE**
SETTORE **IT**



DIPENDENTI **1.825**
ETÀ MEDIA **N.D.**

GENERE **32,5% DONNE – 67,5% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 18% DONNE – 82% UOMINI**
QUADRI: 20% DONNE – 80% UOMINI
IMPIEGATI: 40% DONNE – 60% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

ACADEMY FOR GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2016

TARGET PRINCIPALE: neo laureate/ragazze e donne disoccupate con conoscenza base di almeno un linguaggio di programmazione (principalmente con background STEM, ma anche provenienti da studi umanistici).

PRINCIPALI OBIETTIVI: aumentare la percentuale di rappresentanza femminile nella forza lavoro, colmando il gap tecnico tra ragazze con differente background accademico.

KPI: 60 assunzioni all'anno.

BREVE DESCRIZIONE: l'Academy for girls è un percorso di formazione gratuito dedicato a neolaureate e disoccupate interessate a intraprendere una carriera nel settore ICT agevolando il loro inserimento all'interno dei nostri team. Si sviluppa in 4 mesi di formazione in aula ed esercitazioni pratiche, accompagnate da un'attività di training on the job di ulteriori 2 mesi. L'intero percorso è guidato da un gruppo di trainer e tutor in grado di fornire un supporto costante e un alto livello di competenza tecnica.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

ONE COIN TO JOIN

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: figure fino al livello di consultant.

PRINCIPALI OBIETTIVI: inserimento di donne nell'organizzazione, prevedendo fino ad un massimo di 6 mesi di formazione per renderle solide sulle tematiche tecniche.

KPI: 21 donne neoassunte formate on the job.

BREVE DESCRIZIONE: One Coin to Join è un programma nato con l'obiettivo di inserire profili femminili (fino al livello Consultant), sulla base del potenziale e non del fitting delle competenze richieste che vengono sviluppate successivamente attraverso una formazione specifica, sia teorica sia pratica, e di training on the job per un massimo di 6 mesi. La figura del Tutor supporta le donne nel loro inserimento sul progetto.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

SPONSOR PER EVENTO HACKHER

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie secondarie di secondo grado e donne in carriere STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: studentesse delle scuole secondarie secondarie di secondo grado e donne in carriere STEM.

KPI: 1 evento Hackathon all'anno, 100 diplomande per Hackathon

BREVE DESCRIZIONE: sponsorizzazione dell'evento Hackathon "Hackher", organizzato dall'Associazione Bridge the Gaptentosi nel 2021 a Torino e nel 2022 a Milano. L'evento consiste in una giornata in cui le diplomande si avvicinano alle tecnologie informatiche tramite una challenge e in cui hanno l'opportunità di conoscere donne in carriere STEM.

Per maggiori informazioni: <https://www.hackher.it/>

STEM DAY

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle università STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incrementare il numero di donne in ruoli STEM, posizionarsi come datore di lavoro attrattivo per le donne STEM ed incrementare il numero di application di donne alle posizioni aperte.

KPI: 1 STEM Day a Torino, replicabile anche negli altri siti aziendali.

BREVE DESCRIZIONE: invito rivolto agli studenti e alle studentesse delle principali università tecniche di Torino, che sono ospiti in stabilimento, dove vengono effettuate le presentazioni da parte delle role model. Gli studenti e le studentesse hanno anche la possibilità di parlare con il team Talent Acquisition ed i tecnici per capire di più quali sono i ruoli disponibili in Avio Aero.

MASTER UNIVERSITARIO DI II LIVELLO “HUMANAIZE: LE SCIENZE UMANE E SOCIALI PER L’INTELLIGENZA ARTIFICIALE”

ANNO DI INTRODUZIONE: anno accademico 2022/2023

TARGET PRINCIPALE: chiunque abbia conseguito una laurea magistrale in scienze umanistiche e sociali e abbia un’età inferiore a 30 anni.

PRINCIPALI OBIETTIVI: orientare la specializzazione dei laureati in discipline umanistiche verso settori e funzioni in cui l’applicazione di competenze digitali e AI richiede una forte matrice di skill derivanti dalle scienze umane e sociali. Favorire le pari opportunità nei ruoli professionali STEM.

KPI: 1 master sponsorizzato da Avio Aero.

BREVE DESCRIZIONE: il Master HumanAlze, promosso dall’Associazione STEM by Women, adotta un approccio interdisciplinare con una struttura modulare che consente, da un lato, l’apprendimento di conoscenze di base sulle varie tecnologie abilitanti, l’innovazione digitale in molteplici ambiti di applicazione e, in particolare, quelle di intelligenza artificiale e, dall’altro, lo sviluppo delle hard e soft skills necessarie per creare figure in grado di interagire alla pari con specialisti come sviluppatori e progettisti, comprendere le problematiche in gioco e intervenire sulle scelte progettuali e strategiche aziendali. Role model, esperte ed esperti del mondo STEM e AI e professioniste e professionisti delle imprese, intervengono a supporto della docenza universitaria con business case e attività laboratoriali, a completamento della formazione didattica in aula.

SOCI FONDATORI DELL’ASSOCIAZIONE STEM BY WOMEN

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di primo e di secondo grado e professioniste STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incrementare il numero di laureate STEM, facilitare la carriera ed il reinserimento delle professioniste STEM..

KPI: una presidente dell’associazione dipendente di Avio Aero.

BREVE DESCRIZIONE: l’associazione di aziende, organizzazioni e persone è nata per favorire gli studi e le carriere femminili in area STEM cercando così di abbattere il pregiudizio secondo il quale le materie STEM sono “cose da uomini”, attraverso attività di sensibilizzazione, di ricerca, di formazione e di sviluppo di competenze STEM, tutte finalizzate alla valorizzazione del ruolo delle donne nell’ambito delle professioni ad alto contenuto scientifico e tecnologico. Per maggiori informazioni:

<https://stembywomen.com/>

TECHNICAL TRAINING PATH – TTR – ENGINEERING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2013

TARGET PRINCIPALE: donne in area Engineering (Livello CCNL – B1).

PRINCIPALI OBIETTIVI: accelerare lo sviluppo delle competenze tecniche in ambito Engineering per creare opportunità di crescita nel ruolo di Control Title Holder (CTH), ossia super esperto di conoscenze in precisi ambiti tecnologici del mondo Avio Aero. Il programma coinvolge sia uomini che donne ma l'obiettivo negli ultimi anni, in particolare, è incrementare sensibilmente la partecipazione femminile.

KPI: presenza femminile raggiunta dell'11%.

BREVE DESCRIZIONE: il TTR è un percorso che permette la crescita di competenze chiave della propria area professionale. Si basa sulla costruzione individuale di un piano che prevede un mentor Aviation, un programma di training tecnico e una continua raccolta di feedback dalla comunità dei CTH. La durata del programma è di 2 anni circa, gli incontri con il mentor avvengono su base mensile, la discussione sui progressi con il proprio manager avviene ogni trimestre e l'incontro con il vertice della propria piramide di conoscenza, una volta l'anno.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

CULTIVATE PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: giovani donne in area Engineering – livello CCNL – B2 – da impiegatizio a quadro.

PRINCIPALI OBIETTIVI: facilitare lo sviluppo della leadership nelle donne che operano all'interno dell'area Engineering in ambito globale. L'iniziativa è stata realizzata in risposta ai diversi valori registrati tra uomini e donne sui temi di carriera e retention.

KPI: % di retention – crescita professionale/personale – promotion.

BREVE DESCRIZIONE: il programma Cultivate crea una comunità che offre opportunità di mentorship e di confronto con i leader, al fine di acquisire esperienze e competenze manageriali ed imparare ad interagire con tutti i livelli aziendali. Fornisce inoltre strumenti e modelli di comportamento per agevolare l'avanzamento delle partecipanti ai livelli successivi della loro carriera manageriale, allargando anche il network della complessa organizzazione General Electric. La durata del programma è di 9 mesi, gli incontri avvengono su base mensile, in piccoli gruppi per agevolare l'interazione. I coordinatori sono donne e uomini senior leader.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

GIRLS@BOSCH

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2019/2020

TARGET PRINCIPALE: bambine frequentanti la classe 5° delle scuole primarie e una classe in PCTO di un istituto tecnico ad indirizzo meccanico/meccatronico/informatico come tutor.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sperimentare la programmazione a blocchi ed avvicinarsi alle discipline informatiche.

KPI: N.D.

BREVE DESCRIZIONE: Bosch TEC, la scuola di formazione del Gruppo Bosch in Italia, progetta e organizza laboratori di robotica per bambine dell'ultimo anno delle scuole primarie guidate da studenti del 4° anno di istituti tecnici ad indirizzo meccanico, meccatronico e informatico in Alternanza Scuola Lavoro, con l'obiettivo di stimolare la diffusione della cultura STEM e contribuire all'eliminazione degli stereotipi e dei pregiudizi di genere, attraverso un percorso che alimenti nelle bambine la passione per le materie scientifiche, imparando a programmare una scheda Arduino per il funzionamento di sensori.

LABORATORI DI CODING E ROBOTICA A SCUOLA

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: laureati/e o diplomati/e universitari/e di tutte le discipline, che esercitano o hanno intenzione di esercitare la professione di educatore/trice.

PRINCIPALI OBIETTIVI: fornire basi di progettazione, conduzione e valutazione della didattica laboratoriale. Fornire basi logiche e teoriche sulla programmazione e in particolare quella robotica. Fornire le basi per sviluppare l'interesse per le tematiche STEM nelle bambine che si avvicinano allo studio di queste materie.

KPI: N.D.

BREVE DESCRIZIONE: il corso, frutto di una collaborazione tra Bosch e il Robotics Lab Laboratorio di Robotica per le Scienze Cognitive e Sociali dell'Università Milano Bicocca, propone di contribuire alla formazione in itinere di insegnanti ed educatori/trici che già lavorano o che si apprestano a lavorare in contesti di apprendimento scolastico ed extra-scolastico e che desiderino "specializzarsi" sull'uso delle tecnologie robotiche per la didattica (coding e programmazione di robot educativi). Il corso prevede l'acquisizione delle conoscenze minime di robotica educativa e di programmazione con Arduino.



AZIENDA **ENEL**
SETTORE **ENERGIA – OIL&GAS**

DIPENDENTI **30.276** ITALIA **66.279** MONDO (40 PAESI)
ETÀ MEDIA **44 ANNI**

GENERE **23% DONNE – 77% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 24% DONNE – 76% UOMINI**
QUADRI: 31% DONNE – 69% UOMINI
IMPIEGATI: 29% DONNE – 71% UOMINI
OPERAI: 2% DONNE – 98% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

TECH TALK

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado. Figlie e figli dei dipendenti ENEL in Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sensibilizzare i giovani circa l'importanza delle competenze STEM per le professioni del futuro.

KPI: alle prime due edizioni hanno partecipato circa 1.800 persone tra studenti, studentesse e insegnanti da scuole di tutto il territorio nazionale (l'iniziativa è stata estesa anche ai figli e alle figlie dei dipendenti in Italia).

BREVE DESCRIZIONE: ciclo di incontri digitali con, come protagoniste, esponenti femminili del mondo della scienza, della cultura e dell'imprenditoria di rilievo nazionale e internazionale rivolto a studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado. Hanno partecipato Raffaella Ida Rumiati (Neuroscienziata e coordinatrice del PhD Università SISSA), Floriana Filomena Ferrara (Corporate Social Responsibility Direttore IBM Italy e IBM Master Inventor), Ersilia Vaudo Scarpetta (Chief Diversity Officer dell'Agenzia Spaziale Europea - ESA), Francesca Gabrielli (CEO Assist Digital).

FORCELLA E BRINDISI BRILLA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse della scuola secondaria di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: offrire ai ragazzi e alle ragazze che vivono in aree con forte disagio scolastico l'opportunità di misurarsi con materie STEM in una modalità non scolastica e tradizionale fatta di gioco e scoperta.

KPI: coinvolti circa 80 ragazzi tra i 10 e i 13 anni.

BREVE DESCRIZIONE: campi estivi di 5 giorni nei quartieri di Forcella (Napoli, 2020) e Paradiso (Brindisi, 2021). Nel 2020 l'esperienza è stata arricchita dall'incontro con Samantha Cristoforetti e Ersilia Vaudo Scarpetta.

SCHOOL4LIFE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse degli istituti tecnici ad alto tasso di abbandono scolastico in Italia. Nel 2022 l'iniziativa è indirizzata anche alle scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: Principali obiettivi: 1) prevenire l'abbandono scolastico e combattere la povertà educativa soprattutto negli istituti tecnici ed in particolari aree geografiche anche impattate dalla transizione energetica. 2) orientare e motivare i ragazzi ai mestieri del futuro a supporto della transizione energetica e accrescere l'interesse per le discipline STEM.

KPI: 800 studenti coinvolti, partecipanti alla prima edizione.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto, in partnership con ELIS, rientra nei percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento (PCTO). La prima edizione ha coinvolto 96 dipendenti di diverse Business Line che hanno progettato e gestito workshop (su life skills, digital trend, diversity & inclusion, sostenibilità e innovazione), project work ed interventi di orientamento (rivolti questi ultimi anche alle scuole secondarie di primo grado).

ENEL STEM GIRLZ POWER TOUR

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie neolaureate, laureande e laureate.

PRINCIPALI OBIETTIVI: talent attraction e recruiting.

KPI: circa 500 iscrizioni alla piattaforma.

BREVE DESCRIZIONE: il format prevede la diffusione di contenuti Enel, offerte di lavoro e webinar formativi.

BACK TO SCHOOL

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado e donne con laurea STEM e in ruoli tecnici all'interno di un perimetro globale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: 1) rafforzare l'empowerment delle donne coinvolte che, in qualità di role model, sono fonte di ispirazione per i giovani ma, al tempo stesso, acquisiscono maggiore consapevolezza su se stesse e sul proprio percorso di crescita.

2) sensibilizzare i giovani circa l'importanza delle competenze STEM per le professioni del futuro e abbattere gli stereotipi di genere ancora presenti in questo ambito.

KPI: fino a dicembre 2022 sono state coinvolte quasi 2.000 studentesse a livello globale (di cui oltre 800 in Italia).

BREVE DESCRIZIONE: il format fa leva sulla passione, sulla competenza e sulla generosità delle colleghe che decidono di tornare nelle scuole secondarie di secondo grado per raccontare il proprio percorso professionale in Enel e condividere le opportunità lavorative legate a percorsi di studio in ambito STEM.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

RE-GENERATION

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: tutti i colleghi over 50 in possesso almeno del diploma di scuola secondaria superiore.

PRINCIPALI OBIETTIVI: promuovere lo sviluppo di programmi di upskilling e reskilling, volti sia allo sviluppo di competenze professionali esistenti che alla creazione di nuovi profili lavorativi per sostenere la transizione energetica.

KPI: la prima edizione ha visto il coinvolgimento di 1.000 dipendenti.

BREVE DESCRIZIONE: l'iniziativa è aperta a tutti i dipendenti, comprese le donne STEM, ed è condotta in partnership con UniNettuno. Vengono offerti gratuitamente corsi universitari online brevi che si basano sul concetto dello "Short Learning Program" (durata variabile 6-12 settimane) e che danno diritto a crediti formativi che potranno essere utilizzati nel caso in cui si decida di frequentare un corso di laurea successivamente. I corsi propongono temi diversi sulle diverse sfaccettature del digitale (es. marketing digitale, e-commerce, Big Data, tecnologie web di tipo avanzato).

COURSERA4ALL

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: tutti i dipendenti Enel nel mondo.

PRINCIPALI OBIETTIVI: promuovere lo sviluppo di programmi di upskilling e reskilling, volti sia allo sviluppo di competenze professionali esistenti che alla creazione di nuovi profili lavorativi per sostenere la transizione energetica.

KPI: oltre 300 iscrizioni in Italia nel 2020, 500 nel 2021 e 200 nel 2022.

BREVE DESCRIZIONE: il programma - nato in collaborazione con Coursera – ha messo a disposizione una piattaforma globale di apprendimento attraverso un catalogo ampio, in cui vengono proposti temi come il Deep Learning, Practical Time Series Analysis, Machine Learning Specialization, Data Manipulation at Scale, Systems and Algorithms e Digital Signal Processing. I corsi sono disponibili sulla piattaforma di e-learning.



AZIENDA **ENGIE**
SETTORE **ENERGIA – OIL&GAS**

DIPENDENTI **3.333**
ETÀ MEDIA **45 ANNI**

GENERE **25% DONNE – 75% UOMINI**

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 19% DONNE – 81% UOMINI**
QUADRI: 27% DONNE – 73% UOMINI
IMPIEGATI: 40% DONNE – 60% UOMINI
OPERAI: 0% DONNE – 100% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

INSPIRING MODELS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di primo e di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sensibilizzare sul tema del gender gap nelle facoltà universitarie e nelle carriere STEM. Presentare le opportunità di carriera delle materie STEM e, durante l'iniziativa rivolta ai figli e alle figlie dei dipendenti, presentare i programmi universitari e le best practice di quattro importanti università italiane: Politecnico di Milano, Università di Milano Bicocca, Università La Sapienza, Università Roma 3.

KPI: 17 role model, 23 incontri negli anni 2021/2022, più di 880 studenti coinvolti.

BREVE DESCRIZIONE: l'iniziativa, che si iscrive all'interno del progetto Sistema Scuola Impresa di ELIS, consiste nell'offrire agli studenti e alle studentesse delle scuole secondarie di primo e di secondo grado testimonianze di successo riportate da role model STEM femminili aziendali. Le role model affrontano il tema dei bias di genere legati alle discipline STEM e delle attitudini e inclinazioni personali condividendo le proprie storie, a partire dall'età dei ragazzi e delle ragazze che incontrano in aula, fino a presentare il loro ruolo in azienda. L'iniziativa è replicata anche internamente per i figli e le figlie dei dipendenti.



AZIENDA **ENI**
SETTORE **ENERGIA – OIL&GAS**

DIPENDENTI **20.632**
ETÀ MEDIA **46 ANNI**

GENERE **25% DONNE – 75% UOMINI**

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 19% DONNE – 81% UOMINI**
QUADRI: 30% DONNE – 65% UOMINI
IMPIEGATI: 29% DONNE – 71% UOMINI
OPERAI: 3% DONNE – 97% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

THINK ABOUT TOMORROW

ANNO DI INTRODUZIONE: 2013

TARGET PRINCIPALE: studentesse e studenti iscritti al quarto e quinto anno di scuola secondaria di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: offrire un'overview dei percorsi universitari.

KPI: 177 istituti scolastici coinvolti, 120 partecipanti ai webinar live, 200 accessi alla piattaforma e-learning associata.

BREVE DESCRIZIONE: un programma di incontri di orientamento per studentesse e studenti delle scuole secondarie di secondo grado, aperto anche ai dipendenti e ai loro familiari, sia con webinar online che attraverso una piattaforma digitale ed interattiva per l'e-learning. L'obiettivo è di aiutare a superare gli stereotipi di genere, stimolando l'interesse verso le discipline STEM, sensibilizzando l'audience sulle tematiche gender equality e fornendo strumenti di analisi del contesto e dati a supporto.

AMBASSADOR PROGRAMME

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse; professionisti e professioniste di talento.

PRINCIPALI OBIETTIVI: rappresentare Eni esternamente ed internamente all'azienda e aumentare l'attraction di potenziali candidate e candidati.

KPI: partecipazione a circa 50/60 eventi e iniziative di comunicazione nel corso dell'anno.

BREVE DESCRIZIONE: l'iniziativa consiste nel promuovere, divulgare e presidiare temi strategici e essenziali per Eni (mission, strategy, HR, comunicazione e social network, etc) attraverso la partecipazione ad eventi e sui social media di Ambassador ovvero colleghi e colleghe di talento provenienti da diverse Business Units con seniority e background formativi diversificati opportunamente formati.

ENISCUOLA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2006

TARGET PRINCIPALE: tutti gli studenti e le studentesse.

PRINCIPALI OBIETTIVI: la piattaforma è nata per formare ragazze e ragazzi sul mondo dell'energia e dell'ambiente, puntando sulla didattica digitale.

KPI: più di 1 milione di utenti l'anno in Italia e all'estero.

BREVE DESCRIZIONE: l'iniziativa informa, attraverso una piattaforma online, sui temi dell'energia e dell'ambiente in modo attuale, coinvolge le classi nella creazione di lezioni digitali sull'arte, materie scientifiche e per l'apprendimento delle lingue.

ROLE MODELLING (INTERNO ED ESTERNO)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: colleghe appassionate, motivate e volenterose di raccontare la loro storia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: attraction per l'esterno, engagement, sviluppo e enjoyment/motivazione per le colleghe stesse.

KPI: 143 role model; 176 interventi dal 2017, di cui 88 online da marzo 2020; 334 classi e 7.817 ragazze e ragazzi incontrate/i; 14 le regioni coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: le competenze delle persone sono la più efficace leva della parità e dell'inclusione. L'esperienza, la storia personale e la carriera delle colleghe che ricoprono ruoli tecnico-scientifici in Eni testimoniano la concreta possibilità di realizzazione professionale al femminile in questi ambiti ancora considerati tipicamente maschili. Sono circa 150 le role model che, con le loro storie, sono ambasciatrici di Eni e un esempio di vita e carriera, sia all'interno che all'esterno della società.

PROGETTO CO.ME – “CO.ME.SE FOR SELF EMPOWERMENT”

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET: si rivolge alle ragazze e ai ragazzi delle scuole secondarie di secondo grado, indipendentemente dal loro indirizzo.

PRINCIPALI OBIETTIVI: appassionare le donne alla ricerca, alla cultura scientifica e all’impegno civile, orientare le ragazze a studi e professioni in ambito STEM; investire su scuola e formazione come pilastri della sostenibilità; valorizzare il ruolo delle millennials nella sharing economy; proporre modelli positivi di donne che sanno conciliare stile di vita, professione e valori.

KPI: 10 classi; 250 studenti e studentesse coinvolti/e nelle attività e protagonisti/e del progetto; 3.000 persone raggiunte con 30 eventi di comunità nel 2020. Nel 2021 è stato esteso a tutto il territorio nazionale.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto CO.ME (COde&FraME) è stato lanciato da Fondazione Mondo Digitale ed Eni a Milano, nel 2021 è stato allargato il raggio d’azione e cambiato il nome del progetto in “CO.ME.SE for Self Empowerment”. Il percorso di formazione prevede attività di coding, fabbing e reframing e nel 2021 sono stati aggiunti due nuovi moduli: Energy Fact Check (webinar interattivi sulle tecniche di fact checking applicate alle notizie scientifiche e tecnologiche, con focus sull’energia) e Mini Joule (percorso di orientamento all’imprenditoria sulla transizione energetica). Nei laboratori e durante gli incontri le role model conducono i più giovani alla scoperta di ambiti e profili professionali emergenti, con un focus specifico sull’impatto che le tecnologie hanno sull’intera catena di valore della produzione energetica.



AZIENDA EPTA
SETTORE PRODOTTI INDUSTRIALI

DIPENDENTI 1.853
ETÀ MEDIA 44 ANNI

GENERE 25% DONNE – 75% UOMINI
GENERE E INQUADRAMENTO DIRIGENTI: 20% DONNE – 80% UOMINI
QUADRI: 30% DONNE – 70% UOMINI
IMPIEGATI: 32% DONNE – 68% UOMINI
OPERAI: 22% DONNE – 78% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

INTERVISTE A COLLEGHE EPTA STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: tutta la popolazione aziendale femminile STEM

PRINCIPALI OBIETTIVI: stimolare le donne, di qualsiasi età, a proiettarsi in queste discipline sia nello studio che nel lavoro. Promozione di una cultura inclusiva.

KPI: N.D.

BREVE DESCRIZIONE: interviste a donne dell'organizzazione che per background e ruolo ricoperto in Epta sono riconducibili al mondo STEM. Condivisione sui nostri social per promuovere, stimolare e incoraggiare le donne (di qualsiasi età) ad avvicinarsi alle discipline tecniche senza paura di non farcela o di non esserne capaci.

FUTURO, INNOVAZIONE E IMPRENDITORIALITÀ

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: giovani studenti e studentesse dei territori dove opera Epta.

PRINCIPALI OBIETTIVI: creare un ponte tra istruzione e vita aziendale.

KPI: oltre 100 studenti/esse coinvolti/e.

BREVE DESCRIZIONE: il programma modulare svolto in collaborazione con un ente esterno e le scuole del territorio denominato "Futuro, innovazione e imprenditorialità" prevede lezioni frontali e workshop con gli studenti e le studentesse, alternati ad attività online e testimonianze di Epta, esercizi e video d'ispirazione e motivazionali. Il piano didattico tratta materie quali lean manufacturing, automazione, tecnologie e industria 4.0.



AZIENDA EY
SETTORE SERVIZI PROFESSIONALI

DIPENDENTI 6.519
ETÀ MEDIA 32 ANNI

GENERE 48% DONNE – 52% UOMINI
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 33% DONNE – 67% UOMINI**
QUADRI: 46% DONNE – 54% UOMINI
IMPIEGATI: 54% DONNE – 46% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

YEP - YOUNG WOMEN EMPOWERMENT PROGRAM CON FONDAZIONE ORTYGIA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse del primo o del secondo anno dei corsi di laurea magistrale nelle facoltà STEM ed economiche delle principali università del Sud Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: formare le studentesse nelle competenze del futuro per migliorare l'inclusione di genere e la valorizzazione dei talenti femminili nel Sud Italia.

KPI: coinvolgimento di 30 ragazze e 30 professioniste EY.

BREVE DESCRIZIONE: programma di formazione, tutoraggio e project work che ha coinvolto, in due edizioni, un totale di 30 professionisti di EY che hanno affiancato 30 ragazze universitarie, nel periodo da marzo 2021 a giugno 2022. Il programma prevede momenti di formazione in plenaria e incontri di mentoring one-to-one con cadenza mensile, oltre a un evento finale di condivisione dell'esperienza.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

WOMEN IN TECH

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: tutte le dipendenti donne (tutti i profili, tra cui quelli STEM) e laureande e laureate sia STEM che con profili per inserirle su progetti tech.

PRINCIPALI OBIETTIVI: attrarre le donne in EY, sia profili STEM che non, da inserire su progetti tech, favorire il mentoring e l'attraction grazie alle mentor donne.

KPI: 3 giornate di mentoring per 10/15 ragazze provenienti da tutta Italia.

BREVE DESCRIZIONE: il programma prevede un percorso di circa 2/3 mesi utile a reclutare laureande e laureate donna, sia profili STEM che provenienti da altri corsi di laurea, raccontando all'esterno il lavoro che fa EY nel mondo tech. Il target è di circa 10/15 ragazze provenienti da tutta Italia che si sfidano in diverse challenge con studentesse provenienti da altri paesi (lo stesso percorso viene fatto anche in altri Paesi da EY). Le mentor di riferimento sono donne manager e senior manager appartenenti al mondo tech di EY. Le professioniste orientano le colleghe più giovani e le supportano nell'affrontare le diverse challenge internazionali.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

INSPIRING GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incoraggiare i ragazzi e le ragazze a seguire le proprie aspirazioni liberi/e da stereotipi di genere.

KPI: dal 2019, 50 role model coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto, promosso in Italia da Valore D, prevede degli incontri nelle scuole secondarie di primo grado di tutta Italia con role model volontarie impegnate con passione e successo nei più diversi ruoli professionali, che con la loro testimonianza possano ispirare le ragazze a non porsi limiti nella definizione del proprio percorso e ampliare gli orizzonti di ragazze e ragazzi nell'immaginare il proprio futuro.

Per maggiori informazioni: <https://www.inspiring-girls.it/>

PRIMAVERA DELLE PARI OPPORTUNITÀ SCUOLE COMUNALI MILANO (PRIMARIA E SECONDARIA)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: classi 4° e 5° della scuola primaria e classi 1° delle scuole secondarie di primo grado, colleghe STEM coinvolte come role model.

PRINCIPALI OBIETTIVI: creare nelle bambine e nei bambini la consapevolezza che non esistono professioni maschili o femminili, incoraggiandoli a liberarsi dagli stereotipi e a perseguire le loro aspirazioni e le loro ambizioni.

KPI: 8 role model.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto prevede l'intervento di donne professioniste volontarie, provenienti da settori professionali diversi che raccontano la propria esperienza, offrendo nuovi modelli a cui ispirarsi e stimolando curiosità ed attenzione verso professionalità spesso non conosciute o sottovalutate. Il progetto prevede un'ora di incontro e racconto della propria esperienza professionale con le classi 4° e 5° della scuola primaria e nelle classi 1° delle scuole secondarie di primo grado.

HACKHER

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: 200 studentesse delle scuole secondarie di secondo grado (tra Milano e Roma).

PRINCIPALI OBIETTIVI: avvicinare le studentesse delle scuole secondarie di secondo grado alle materie STEM attraverso il learning by doing.

KPI: 200 studentesse coinvolte e 7 colleghe Fastweb come mentori o in giuria.

BREVE DESCRIZIONE: il 18 maggio a Milano e l'11 novembre a Roma Fastweb ha aderito come sponsor e supporter al progetto di Hackathon denominato Hackher. 100 studentesse delle scuole secondarie di secondo grado, sotto la supervisione di coach esperti, hanno avuto la possibilità di mettersi alla prova in gruppi, ideando soluzioni tecnologiche a favore della parità di genere, sperimentando il learning by doing, dalla fase iniziale di briefing fino alla scelta e realizzazione delle grafiche dei mockup, acquisendo competenze legate alla scelta di materiali, strumenti e tecnologie con cui ideare e realizzare un progetto.

INGENIO AL FEMMINILE

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: giovani neolaureate in materie ingegneristiche.

PRINCIPALI OBIETTIVI: riconoscere il contributo femminile nel campo dell'innovazione tecnologica e sostenibile.

KPI: 11 ragazze brillanti neolaureate in discipline ingegneristiche con tesi di laurea dedicate al tema della sostenibilità.

BREVE DESCRIZIONE: premio destinato a brillanti giovani neolaureate in materie ingegneristiche, che abbiano discusso una tesi di laurea con focus sulla sostenibilità. Scopo dell'iniziativa è quello di riconoscere il contributo femminile nel campo dell'innovazione tecnologica e sostenibile, in coerenza con l'obiettivo n.5 dell'Agenda ONU 2030: la parità di genere. Parallelamente le ragazze partecipanti hanno la possibilità di conoscere le varie aziende sostenitrici.

Per maggiori informazioni:

<https://www.fastweb.it/corporate/media/news-e-iniziative/fastweb-per-le-giovani-laureate-stem-con-ingenio-al-femminile/>

https://www.instagram.com/p/CUNUTqiNhSd/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse in materie ingegneristiche.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sostenere il percorso formativo in ambito STEM di una studentessa del corso di laurea di Ingegneria triennale.

KPI: una studentessa in ingegneria.

BREVE DESCRIZIONE: Fastweb è partner di Girls@PoliMi a sostegno delle studentesse STEM e si impegna a sostenere il percorso formativo in ambito STEM di una studentessa attraverso il finanziamento di una borsa di studio. A beneficiare della borsa è una studentessa che decide di iscriversi ad uno dei corsi di laurea dell'ateneo nell'anno accademico 2022/2023 e rispetta determinati requisiti di merito.

Per maggiori informazioni: <https://www.fastweb.it/corporate/media/comunicati-stampa/fastweb-a-fianco-del-politecnico-di-milano-con-girls-polimi-per-il-talento-femminile/>

UPSKILLING E RESKILLING STEM

99 E LODE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: laureande e laureate in materie STEM e materie umanistiche.

PRINCIPALI OBIETTIVI: dare alle donne l'opportunità di specializzarsi sulle professioni del futuro.

KPI: 99 donne laureate per edizione (297 per 3 edizioni).

BREVE DESCRIZIONE: iniziativa introdotta nel 2020 in collaborazione con Cariplo Factory e Io Donna, arrivata alla terza edizione nel 2022. Prevede un campus innovativo con lezioni teoriche alternate a workshop pratici. Il percorso formativo è arricchito da momenti di condivisione e scambio di esperienze con diverse role model tra cui colleghe Fastweb. I corsi prevedono una full immersion sulle competenze digitali più richieste dal mercato del lavoro: Cyber-Security, Data Analyst e UX/UI Designer. Nel progetto sono state coinvolte 99 tra le migliori laureate tra i 22 e i 27 anni con un background accademico variegato.

Per maggiori informazioni: <https://www.fastweb.it/corporate/media/news-e-iniziative/al-via-la-terza-edizione-di-99elode-il-progetto-promosso-da-io-donna-con-fastweb-digital-academy-e-cariplo-factory/>

CORSI FASTWEB DIGITAL ACADEMY

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: tutto il pubblico inclusa la popolazione aziendale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: accelerare l'incontro tra i giovani e il mondo del lavoro tramite percorsi di formazione specialistica sulle nuove competenze digitali e l'upskilling dei lavoratori.

KPI: durante il periodo 2019-2022 sono state erogate 29.300 ore di formazione digitale alle donne.

BREVE DESCRIZIONE: Fastweb Digital Academy è la scuola per le professioni digitali. Ha l'obiettivo di accelerare l'incontro tra i giovani e il mondo del lavoro tramite percorsi di formazione specialistica sulle nuove competenze digitali e l'upskilling dei lavoratori, delle partite IVA e delle piccole imprese. Una parte del corso formativo è dedicato e riservato a giovani con disabilità o svantaggiati.

Per maggiori informazioni: <https://www.fastwebdigital.academy/>

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

MENTORING STEM ORIENTED

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: professioniste Fastweb con ruolo STEM coinvolte come mentor o come mentee internamente ed esternamente.

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare studentesse e giovani professioniste nella pianificazione del loro percorso di carriera universitaria e nel mondo del lavoro.

KPI: 50 mentor e mentee.

BREVE DESCRIZIONE: oltre ai percorsi di mentoring interni, le nostre colleghe partecipano come mentor in varie iniziative presso enti universitari o associazioni di Young Professional, sempre con l'intento di accompagnare lo sviluppo e l'orientamento professionale di chi si avvicina al lavoro nel mondo STEM. Un esempio è il coinvolgimento nel progetto YEP.

Per maggiori informazioni: https://www.fondazionebellisario.org/impresa_yep-il-mentoring-per-il-futuro-delle-studentesse-universitarie-stem-del-sud-italia/

HEREVOLUTION

ANNO DI INTRODUZIONE: 8 marzo 2022

TARGET PRINCIPALE: pubblico.

PRINCIPALI OBIETTIVI: ispirare il pubblico esterno all'avvicinarsi a materie STEM e dare visibilità a colleghe che occupano ruoli STEM.

KPI: 3 colleghe protagoniste del docufilm, 116 colleghi partecipanti, 430 visualizzazioni interne.

BREVE DESCRIZIONE: le colleghe Fastweb si sono raccontate in un evento pubblico in diretta streaming e in un docufilm legato alle materie STEM.

Per maggiori informazioni: <https://www.fastweb.it/corporate/media/news-e-iniziative/women-empowerment-fastweb-presenta-il-webinar-herevolution/>.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

SISTEMA SCUOLA IMPRESA ELIS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse del 2° e del 3° anno di scuole secondarie di primo grado e del 4° e del 5° anno di scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: orientare gli studenti alle professioni del futuro con un'attenzione specifica alle ragazze e al loro accesso alle professioni STEM, molto richieste dai settori a prevalenza maschile.

KPI: circa 130 studenti e studentesse coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: orientare gli studenti e le studentesse degli ultimi anni delle scuole secondarie di primo e secondo grado spiegando loro le possibilità concrete che il mercato del lavoro offre e aiutandoli a comprendere meglio gli scenari futuri che li attendono al momento dell'ingresso nel mondo del lavoro. L'attività di orientamento si concretizza attraverso il rapporto diretto con le role model e mira ad aprire uno sguardo sul futuro, ispirando e orientando gli studenti e le studentesse affinché siano pronti a diventare i professionisti e le professioniste del domani.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

ITEACH

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: tutta la popolazione aziendale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: favorire lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze professionali digitali necessarie nel processo di Digital Transformation.

KPI: circa 2.000 colleghi e colleghe coinvolti.

BREVE DESCRIZIONE: favorire lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze professionali già esistenti e quello di nuove professionalità in materia di competenze digitali nonché diffondere la cultura della trasformazione digitale all'interno del Gruppo al fine di abilitare e accelerare il processo di Digital Transformation.

PROGETTO TALENT

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: professional con almeno 2 anni di anzianità aziendale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: creare una pipeline di talenti, con particolare attenzione a donne STEM, al fine di accelerare lo sviluppo dei leader del futuro.

KPI: circa 120 colleghi e colleghe coinvolti.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto rivolto ai/alle giovani di talento, con particolare attenzione alle donne STEM, prevede lo sviluppo di un percorso professionale con due step di carriera nel breve e medio termine e azioni di job rotation, anche internazionale, una formazione specifica che insiste sia su competenze tecniche STEM che di leadership inclusiva, oltre alla partecipazione ad un programma biennale di mentoring.



AZIENDA **GENERALI ITALIA**
SETTORE **ASSICURAZIONI**

DIPENDENTI **5.707**
ETÀ MEDIA **48 ANNI**

GENERE **49% DONNE 51% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **N.D.**

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

GENERALI4GIRLS IN STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: studentesse (esterne all'azienda).

PRINCIPALI OBIETTIVI: promuovere una maggior presenza femminile nelle carriere STEM.

KPI: 168 borse erogate dal 2018, 60 eventi organizzati (12 masterclass/anno) per un totale di circa 3.000 partecipanti e circa 1.500 cv raccolti.

BREVE DESCRIZIONE: Generali4Girls in STEM è un programma che prevede una serie di iniziative volte a promuovere la presenza femminile nelle carriere STEM (ambito scientifico, tecnologico, ingegneristico e matematico) e, più in generale, a sostenere l'occupazione femminile indirizzando le ragazze verso le professionalità oggi più richieste dal mercato del lavoro: da borse di studio, a workshop e momenti d'orientamento, a offerta di percorsi formativi sulle competenze più innovative.

GO GENERALI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: giovani di 18-30 anni (idealmente, ma aperto a tutti i candidati).

PRINCIPALI OBIETTIVI: sviluppare una strategia di attraction innovativa, ingaggiare i/le giovani che si stanno avvicinando al mondo del lavoro e sensibilizzarli sui percorsi e sulle competenze oggi più richieste, favorire l'abbattimento dei pregiudizi di genere rispetto alle professionalità emergenti e favorire l'avvicinamento alle nuove professioni.

KPI: 7.818 giovani iscritti/e, offerti 70 percorsi formativi gratuiti, più di 100 eventi e 13 challenge, 600 premi riscattati dagli utenti utilizzando oltre 300.000 coins guadagnati partecipando alle diverse attività offerte.

BREVE DESCRIZIONE: ecosistema digitale con una user experience innovativa, lanciato da Generali Italia, dove i/le giovani possono candidarsi a nuove opportunità di lavoro, ma anche conoscere meglio il mondo del lavoro ed il contenuto delle professionalità emergenti per prepararsi meglio ad affrontare il proprio futuro professionale. Attraverso workshop, opportunità di confronto con role model, eventi e occasioni di confronto con persone dell'azienda, i/le giovani possono scoprire le competenze più richieste dal mercato, utilizzare strumenti a loro disposizione, misurare le proprie skill e potenziarle seguendo più di 70 corsi di formazione gratuiti e certificati a loro disposizione.

IT SKILL INCUBATOR

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: studentesse neolaureate entro i 30 anni.

PRINCIPALI OBIETTIVI: compensare la carenza di profili femminili con competenze IT.

KPI: oltre 300 candidature ricevute, 50 coinvolte nell'iter completo di selezione, 15 ragazze selezionate e coinvolte nel percorso formativo, 6 assunte a tempo indeterminato in azienda.

BREVE DESCRIZIONE: Generali ha organizzato un percorso di sviluppo competenze per Java developer, rivolto a ragazze con motivazione e attitudine per intraprendere un'esperienza lavorativa in Generali nell'ambito della digital factory. Sono state coinvolte 15 studentesse con background non informatico (per lo più economico-statistico) per un percorso composto da formazione in aula e on the job sulla programmazione Java, in collaborazione con Randstad e docenti interni. Al termine del percorso le ragazze sono state inserite nella digital factory di Generali Italia.

WOMEN4TECH

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse/professioniste in ambito STEM e IT.

PRINCIPALI OBIETTIVI: Principali obiettivi: ingaggiare studentesse e professioniste STEM su temi di innovazione e digital transformation nell'attuale mondo del lavoro e in Generali. L'obiettivo è offrire opportunità di carriera al femminile curando, nelle assunzioni dal mercato, il rispetto del gender balance.

KPI: oltre 200 partecipanti agli eventi 2020-2022.

BREVE DESCRIZIONE: evento di networking Women4Tech per sostenere l'importanza delle figure femminili nel mondo Tech. Le partecipanti hanno potuto ascoltare le testimonianze di speaker d'eccellenza ed esempi di managerialità femminili, da specialisti/e del software, manager di grandi aziende, fino ad imprenditori/imprenditrici che stanno rivoluzionando il mondo del business in chiave innovativa e sempre più digitale, referenti delle più importanti community a livello nazionale, impegnate nell'empowerment femminile. È stata l'occasione anche per far conoscere il contesto di innovazione e forte trasformazione di Generali Italia.



AZIENDA HERA
SETTORE ENERGIA – OIL&GAS

DIPENDENTI 9.200
ETÀ MEDIA 47 ANNI

GENERE 27% DONNE 73% UOMINI
GENERE E INQUADRAMENTO DIRIGENTI: 22% DONNE – 78% UOMINI
QUADRI: 33% DONNE – 67% UOMINI
IMPIEGATI: 41% DONNE – 59% UOMINI
OPERAI: 3% DONNE – 97% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

INSPIRING GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: donne quadri e dirigenti coinvolte come role model.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sensibilizzare i giovani alle tematiche STEM.

KPI: 6 istituti scolastici coinvolti; 16 role model coinvolte.

BREVE DESCRIZIONE: l'iniziativa prevede la formazione per le role model interne aziendali, prevalentemente STEM, e la condivisione della loro esperienza formativa e professionale all'interno delle aule (scuole secondarie di primo grado - classi 2°).

HERAORIENTA - ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO E AL LAVORO PER I FIGLI DEI DIPENDENTI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2014

TARGET PRINCIPALE: figli e figlie di tutti i/le dipendenti (con età compatibili).

PRINCIPALI OBIETTIVI: dare supporto nella scelta del percorso universitario e nella scelta della posizione professionale.

KPI: in media annualmente 30 partecipanti all'anno per l'orientamento universitario e 50 partecipanti per l'orientamento al lavoro.

BREVE DESCRIZIONE: l'orientamento universitario prevede il confronto tra relatori del Gruppo che illustrano i vari ambiti e le diverse possibilità di crescita, rappresentanti del mondo accademico e professionisti esterni nell'ambito della ricerca di personale.

L'orientamento al mondo del lavoro vuole fornire elementi utili per muoversi nel mondo del lavoro, per scrivere al meglio il proprio curriculum e prepararsi ad un colloquio. Un particolare focus è dedicato alle tematiche STEM e alla scelta di un percorso tecnico-scientifico.



AZIENDA **IBM ITALIA**
SETTORE **IT**

DIPENDENTI **2.480**
ETÀ MEDIA **44 ANNI**

GENERE **35% DONNE 65% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **N.D.**

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

PROGETTO NERD?

ANNO DI INTRODUZIONE: 2012

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: diffondere la passione per l'informatica e le competenze digitali; incoraggiare le studentesse a intraprendere percorsi universitari nell'ambito delle discipline STEM.

KPI: dal 2012 hanno partecipato più di 17.000 ragazze di 1.250 scuole secondarie di secondo grado di tutto il territorio italiano. Sono stati registrati aumenti considerevoli di iscrizioni di ragazze nelle facoltà STEM delle università italiane coinvolte, da un minimo del 15% a punte di eccellenza del 35%.

BREVE DESCRIZIONE: Il Progetto NERD? (Non È Roba per Donne?) nasce da una collaborazione tra IBM Italia e il Dipartimento di Informatica dell'Università la Sapienza di Roma. Con la partecipazione gratuita a incontri formativi e laboratori online, le ragazze imparano in modo semplice, veloce e divertente a progettare e programmare app, sotto la supervisione di volontarie IBM, molte delle quali WIT (Women in Technology). Il progetto si prefigge di mostrare come l'informatica sia una disciplina creativa, interdisciplinare, sociale, e basata sul problem solving, attività nella quale le donne eccellono, facendo sperimentare in prima persona alle ragazze cosa significa lavorare nell'informatica.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

ELEVATE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2016

TARGET PRINCIPALE: selezione di 50 colleghe all'anno, in prevalenza in ambito STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare e sviluppare i talenti al femminile per accrescere la pipeline di leadership in tutte le divisioni dell'azienda.

KPI: la wave 2020-2021 di Elevate ha visto più del 40% delle partecipanti selezionate ottenere un avanzamento di carriera, sia in termini di passaggio di banda che in termini di aumento salariale.

BREVE DESCRIZIONE: programma di 24 mesi disegnato specificamente per accelerare la crescita professionale delle colleghe attraverso: education, exposure, experiences. La parte di learning è un ingrediente importante del percorso e si svolge attraverso tappe di approfondimento sulle tematiche di leadership, diversity & inclusion e personal branding.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

ILLIMITHER

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: giovani tra i 20 e i 35 anni.

PRINCIPALI OBIETTIVI: avvicinare le nuove generazioni ad intraprendere percorsi in materie STEM.

KPI: 17 eventi, 400.000 views e 330 uscite stampa con una community di 10.500 giovani.

BREVE DESCRIZIONE: un piano di contenuti editoriali disegnato per ispirare e respirare innovazione, per costruire le competenze utili ad abilitare una nuova generazione di donne al mondo del lavoro e della trasformazione digitale, scardinando gli stereotipi e includendo con forza il loro talento, contributo e visione.

Per maggiori informazioni: <https://www.illimity.com/it/newsroom/illimither>

ELIS PER LE SCUOLE – IN COLLABORAZIONE CON CONSORZIO ELIS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle classi 3° della scuola secondaria di primo grado e 4° della scuola secondaria di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: orientare ad intraprendere percorsi educativi in materie STEM.

KPI: 5 classi 3° della scuola secondaria di primo grado, 1 classe 4° e 1 classe 5° della scuola secondaria di secondo grado, 5 illimiters coinvolti, nella 1° edizione.

BREVE DESCRIZIONE: due incontri da 1 ora per raccontare a studenti e studentesse delle classi le professioni STEM in azienda e i percorsi scolastici e universitari inerenti alle materie STEM tramite testimonianze degli illimiters.

YEP MENTORING PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse di facoltà economiche o STEM del Sud Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: valorizzare il talento femminile e sostenere l'uguaglianza di genere.

KPI: 15 mentor illimiters e 15 studentesse iscritte a facoltà economiche e STEM di atenei del Sud Italia.

BREVE DESCRIZIONE: le studentesse e le donne mentor sono coinvolte in un percorso di mentorship della durata di 6 mesi che prevede momenti di formazione in plenaria e incontri di mentoring one-to-one con cadenza mensile, oltre ad un evento finale di condivisione dell'esperienza.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

QUOTE SHETECH E YOUNG WOMEN NETWORK

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: tutti i dipendenti (sia uomini che donne).

PRINCIPALI OBIETTIVI: fornire l'opportunità ai/alle dipendenti di entrare a far parte di network di professioniste, curiose e appassionate del digitale, della tecnologia e del mondo STEM, migliorare le proprie skills con i corsi di formazione e partecipare a tutti gli eventi, workshop e webinar organizzati dalle associazioni.

KPI: 30 dipendenti all'anno.

BREVE DESCRIZIONE: illimity mette a disposizione dei dipendenti 15 quote di iscrizione a SheTech e 15 quote di iscrizione a YWN con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo della leadership femminile e la crescita professionale nell'ambito delle materie STEM attraverso attività di networking, empowerment e formazione.

AZIENDA INTESA SAN PAOLO
SETTORE BANCARIO

INTESA  SANPAOLO

DIPENDENTI 75.000 ITALIA 22.000 MONDO
ETÀ MEDIA 47 ANNI DONNE 49 ANNI UOMINI

GENERE 53% DONNE 47% UOMINI

GENERE E INQUADRAMENTO DIRIGENTI: 27% DONNE – 73% UOMINI
QUADRI: 39% DONNE – 61% UOMINI
IMPIEGATI: 63% DONNE – 37% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

SPONSORIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE ATTIVA AL PROGRAMMA INSPIRINGIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: ragazze e ragazzi delle scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: contribuire a diffondere presso i giovani un orientamento educativo scervo da ogni stereotipo portando la testimonianza delle colleghe role model che hanno anche un ruolo STEM.

KPI: 70 interventi nell'anno scolastico 2022/23.

BREVE DESCRIZIONE: interventi da parte delle role model del Gruppo rivolti a ragazze e ragazzi delle scuole secondarie di primo grado, per contribuire a superare gli stereotipi di genere che possono ostacolare sogni e ambizioni in età scolare.

Per maggiori informazioni: <https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2021/03/uguaglianza-di-genere-in-italia-inspiring-girls>

YEP MENTORING PROGRAM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie di facoltà economiche e STEM del Sud Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: offrire alle studentesse strumenti utili a riconoscere i propri punti di forza e le proprie inclinazioni, incoraggiandole a essere ambiziose nella pianificazione del proprio futuro.

KPI: 123 studentesse mentee affiancate ad altrettante middle manager del Gruppo Intesa Sanpaolo nelle vesti di mentor.

BREVE DESCRIZIONE: le mentor, ambasciatrici dei valori dell'inclusione, mettono a disposizione non solo la loro professionalità e competenza ma soprattutto passione ed entusiasmo per supportare le studentesse a focalizzare il proprio obiettivo professionale e a orientarsi nel mondo del lavoro.

Per maggiori informazioni:

<https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2021/11/yep-young-women-empowerment-program-3-edizione>

ADESIONE AL PROGRAMMA GIRLS@POLIMI ED EROGAZIONE BORSE DI STUDIO STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie del Politecnico di Milano.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incentivare le ragazze a percorsi di studi STEM (i profili STEM saranno tra quelli maggiormente ricercati da molte aziende nei prossimi anni tra cui Intesa Sanpaolo).

KPI: 14 borse di studio erogate/in corso di erogazione (6 per lauree triennali e 8 per lauree magistrali).

BREVE DESCRIZIONE: erogazione di borse di studio per avvicinare le giovani studentesse ai corsi di laurea STEM – iniziativa sviluppata in partnership fra il Gruppo Intesa Sanpaolo e il Politecnico di Milano.

Per maggiori informazioni:

<https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2020/12/borse-di-studio-polimi-per-ridurre-gender-gap>

EROGAZIONE BORSE DI STUDIO STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie del Sud Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incentivare le donne a intraprendere percorsi di studi STEM che preparano a ricoprire i ruoli maggiormente ricercati nel mercato del lavoro.

KPI: 5 borse di studio erogate nel 2022 (corsi di laurea triennali).

BREVE DESCRIZIONE: erogazione di borse di studio per avvicinare le giovani studentesse ai corsi di laurea STEM – iniziativa sviluppata in partnership fra il Gruppo Intesa Sanpaolo e 5 università del Sud Italia.

Per maggiori informazioni: <https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2021/10/borse-studio-stem-femminile-sud>

PARTNERSHIP CON ALTA SCUOLA POLITECNICA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse dei corsi di laurea magistrale in Ingegneria, Architettura e Design del Politecnico di Milano e Torino.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sostegno all'inclusione e allo studio e formazione di giovani talenti.

KPI: 10 borse di studio di cui 4 destinate a studentesse.

BREVE DESCRIZIONE: Intesa Sanpaolo mette a disposizione dei/delle corsisti/e dieci borse di studio e la sua expertise aziendale con l'attivazione di seminari specialistici e tirocini.

Per maggiori informazioni: <https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2021/10/sostegno-formazione-in-alta-scuola-politecnica-asp>

SOSTEGNO INIZIATIVA UNIPD4AFGHANISTAN

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie afghane iscritte all'Università di Padova.

PRINCIPALI OBIETTIVI: accompagnare le studentesse afghane nel percorso di laurea magistrale in discipline STEM.

KPI: 3 borse di studio.

BREVE DESCRIZIONE: erogazione di borse di studio per accompagnare le giovani studentesse afghane nei percorsi di laurea magistrale STEM.

Per maggiori informazioni: <https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2021/12/unipd4afghanistan-borse-studio-studentesse-afghane>

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

PERCORSO DI DIGITAL SHADOWING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: donne dipendenti di Intesa.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sviluppare il talento femminile.

KPI: circa 80 dipendenti donne con forte prevalenza di professionalità STEM.

BREVE DESCRIZIONE: affiancamento di donne professional a manager, anche in modalità digitale, durante lo svolgimento delle proprie attività professionali con l'obiettivo di rinforzare le soft skill manageriali.



AZIENDA **IREN**
SETTORE **MULTIUTILITY**

DIPENDENTI **9.055**
ETÀ MEDIA **48 ANNI**

GENERE **25% DONNE - 75% UOMINI**

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 19% DONNE – 81% UOMINI**
QUADRI: 23% DONNE – 77% UOMINI
IMPIEGATI: 39% DONNE – 61% UOMINI
OPERAI: 14% DONNE – 86% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

ROLE MODEL

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di primo e secondo grado; manager donne con ruolo STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: ispirare e orientare gli studenti e le studentesse verso le proprie aspirazioni attraverso le testimonianze delle role model.

KPI: 346 studenti e studentesse incontrati/e durante gli Inspirational Talks.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto Role Model, realizzato in collaborazione con ELIS, si pone come obiettivo quello di orientare gli studenti e le studentesse delle scuole secondarie di primo e secondo grado a seguire le proprie aspirazioni, attraverso le testimonianze delle role model scelte tra le persone dell'azienda che sono state opportunamente formate a raccontarsi e relazionarsi con i giovani, con particolare riferimento alla sensibilizzazione delle ragazze nei confronti delle materie STEM.

IREN4DIGITAL

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: tutta la popolazione aziendale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: contribuire alla realizzazione del Piano Industriale rispetto al tema della digitalizzazione, promuovere la cultura digitale e consentire a tutte le persone del Gruppo di partecipare attivamente alla trasformazione digitale.

KPI: circa 400 trasformatori/trici individuati all'interno del Gruppo sono stati formati e coinvolti per supportare i/le colleghi/e al cambiamento.

BREVE DESCRIZIONE: le fasi del progetto sono state le seguenti:

- 1) Sono state mappate le competenze digitali e il digital mindset attraverso l'invio di un questionario a tutti/e i/le dipendenti.
- 2) È stata erogata la formazione di base in e-learning per creare un linguaggio comune a tutti/e.
- 3) Sono stati individuati circa 400 colleghi/e per rilanciare i progetti innovativi portati avanti dall'azienda e favorire la diffusione della cultura digitale.

I trasformatori/trici sono persone disponibili e con passione per la tecnologia che possono risolvere in prima persona le difficoltà riscontrate dai colleghi/e.

IREN INNOVATION LAB

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: tutta la popolazione aziendale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: far sì che l'innovazione diventi sistemica e capace di generare un cambiamento positivo all'interno del Gruppo, ma anche per i territori e le comunità in cui il Gruppo opera.

KPI: 20 gruppi hanno preso parte alla prima edizione della Call4Ideas del Gruppo Iren, con 86 partecipanti da tutte le sedi. Sono 14 i partecipanti alla prima edizione del Laboratorio di Idee.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto di Open Innovation, si articola su due iniziative:

- 1) Call4ideas: tramite la piattaforma Iren Innovation Lab i/le colleghi/e del Gruppo possono presentare le proprie idee innovative su temi specifici. Le idee valutate come più conformi agli obiettivi di Iren verranno affiancate da un team di risorse interne con competenze specifiche ed accompagnate in un percorso di validazione, formazione e pre-accelerazione.
- 2) Laboratorio di Idee: gruppo di lavoro multidisciplinare che potrà approfondire e studiare sfide su temi tecnologici strategici e di frontiera.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

“NTT DONNA”, SUCCESSIVAMENTE CONFLUITA NEL PROGRAMMA INTERNAZIONALE NTT DATA “WIN” (WOMEN INSPIRE NTT DATA)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2015

TARGET PRINCIPALE: tutte le donne in azienda.

PRINCIPALI OBIETTIVI: favorire l'occupazione femminile, ridurre il gender gap soprattutto in ambito STEM, accrescere la consapevolezza delle donne in azienda, operare affinché seguano le loro aspirazioni, agevolare il work-life balance, supportare la leadership femminile.

KPI: nel primo anno 100 assunte e 15 nominate manager. Della popolazione aziendale, vengono monitorati mensilmente il numero di donne (ora 30%), manager (25%) e in posizioni dirigenziali (16,4%), l'età e lo stato generazionale (54% millennials e centennials) e il divario salariale.

BREVE DESCRIZIONE: nell'ambito di NTT Donna, nel 2017 è stato firmato il Manifesto per l'occupazione femminile e la riduzione del gender gap con il Ministro delle Pari Opportunità. Nel 2018 l'iniziativa è diventata globale con NTT DATA WIN, che supporta la carriera delle donne con programmi di mentoring e il coinvolgimento di role model, iniziative in scuole e università per avvicinare le ragazze alle STEM, condivisione di storie delle nostre donne sui social NTT DATA. Il Manifesto Road to 2023 stabilisce di avere nell'organico l'80% tra donne e giovani e il 30% dei ruoli dirigenziali ricoperto da personale femminile. Nel 2021 hanno preso il via un programma di formazione continua, virtuale e per tutti su pregiudizi impliciti e empowerment femminile e i Diversity Days, giornate mensili di incontri per i/le dipendenti su temi legati a D&I.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

CERTIFICAZIONI STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: middle manager con ruolo STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: formazione tecnica e ottenimento delle certificazioni.

KPI: 83 partecipanti ai corsi STEM.

BREVE DESCRIZIONE: nell'anno 2021, alcuni/e colleghi/e hanno partecipato alle seguenti certificazioni, con l'obiettivo di accrescere le loro competenze in ambito STEM:

- Corsi Oracle - 63 partecipanti, suddivisi su tre livelli di corso
- Corso Microsoft Hyper V - 12 partecipanti
- VMWARE VSPHERE - 11 partecipanti
- DevOps - 9 partecipanti

Il feedback è stato molto positivo, sia in termini di organizzazione dei corsi, sia in termini di contenuto.

AZIENDA PIRELLI
SETTORE PRODOTTI INDUSTRIALI

DIPENDENTI 3.215
ETÀ MEDIA 45 ANNI

GENERE 18% DONNE - 82% UOMINI

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 16% DONNE – 84% UOMINI**
QUADRI: 32% DONNE – 68% UOMINI
IMPIEGATI: 35% DONNE – 65% UOMINI
OPERAI: 4% DONNE – 96% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

PIRELLI WOMEN AWARDS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse dell'Università Bocconi.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sostenere gli studi di studentesse meritevoli, con particolare focus alle discipline STEM.

KPI: nell'anno accademico 2021/2022 il fondo ha sostenuto gli studi universitari di 3 studentesse.

BREVE DESCRIZIONE: costituzione di un fondo di sostegno alle studentesse intitolato Pirelli Women Awards. Il contributo "Pirelli Women Awards" sarà destinato a concedere esoneri parziali e/o totali dal pagamento delle tasse e contributi universitari alle studentesse che sono ammesse ai corsi di: (i) Accounting, Financial Management and Control; (ii) Finance; (iii) Data Science and Business Analytics; (iv) Marketing Management; (v) Economia e Legislazione d'Impresa; e (vi) Economics and Management of Innovation and Technology, con riferimento agli anni accademici 2021/2022 e 2022/2023.

CO-FINANZIAMENTO DI BORSE DI DOTTORATO FOCALIZZATE SUI MATERIALI ECOLOGICI E INNOVATIVI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: dottorandi e dottorande in discipline STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sostenere gli studi in discipline STEM, con l'obiettivo di colmare le disuguaglianze di genere e a sostegno della partecipazione di donne e giovani.

KPI: co-finanziamento di 14 borse di dottorato presso 11 diverse università italiane.

BREVE DESCRIZIONE: tra le varie iniziative PNRR, il Decreto Ministeriale n.352 del 09-04-2022 del Ministero dell'Università e della Ricerca (mur.gov.it), ha favorito il co-finanziamento di borse di Dottorato da parte delle imprese. Nell'ambito di questa iniziativa, Pirelli ha cofinanziato 14 borse di dottorato su tematiche soprattutto relative alla scienza dei materiali e una sul tema "noise", con 11 diverse Università tra cui: Politecnico di Bari, Politecnico di Milano, Università degli Studi di Bari, Università degli Studi di Milano, Università degli Studi Milano – Bicocca, Università degli Studi di Napoli Federico II, Università degli studi di Salerno.

STEM GIRLS (CAREER DAY)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: neolaureate con background STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: recruiting di neolaureate con background STEM.

KPI: 10 studentesse coinvolte nell'assessment.

BREVE DESCRIZIONE: partecipazione all'evento Career Day STEM Girls organizzato da Employerland, aperto a tutte le studentesse iscritte alle facoltà STEM di tutte le università di Italia. Durante l'evento, tenutosi il 15 aprile 2021, 10 studentesse di facoltà STEM hanno partecipato ad un assessment virtuale con Pirelli.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

DIGITAL TRANSFORMATION

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: tutta la popolazione Commerciale, R&D, Manufacturing.

PRINCIPALI OBIETTIVI: fornire degli strumenti per affrontare i grandi cambiamenti dei processi lavorativi in corso in queste unità, grazie all'introduzione di tecnologie nuove.

KPI: è stato coinvolto circa il 40% della popolazione globale di Pirelli dei white collars.

BREVE DESCRIZIONE: programmi di formazione massivi che coinvolgono, in wave successive in Italia e nel mondo, tutte la popolazione Commerciale, R&D, Manufacturing, in concomitanza con l'introduzione di specifiche innovazioni digitali che implicano cambiamenti nel modo di lavorare e nelle competenze delle persone.

DIPENDENTI 1.614 **CORPO DOCENTE**
1.288 **PTA (PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO)**
45.226 **STUDENTI/STUDENTESSE**
1.515 **DOTTORANDI/E DI RICERCA**
846 **ASSEGNISTI/E**

ETÀ MEDIA **DOCENTI: 49 ANNI DONNE 50 ANNI UOMINI**
PTA: 48 ANNI DONNE 47 ANNI UOMINI

GENERE **DOCENTI: 30% DONNE - 70% UOMINI**
PTA: 61% DONNE - 39% UOMINI
STUDENTI/STUDENTESSE: 35% DONNE - 65% UOMINI
DOTTORANDI/E: 33% DONNE - 67% UOMINI
ASSEGNISTI/E: 38% DONNE - 62% UOMINI

GENERE E INQUADRAMENTO **ORDINARI/E: 24% DONNE - 76% UOMINI**
ASSOCIATI/E: 31% DONNE - 69% UOMINI
PTA DIRIGENTI: 37% DONNE - 63% UOMINI
PTA CAT. EP: 40% DONNE - 60% UOMINI
PTA CAT. D: 58% DONNE - 42% UOMINI
PTA CAT. C: 67% DONNE - 33% UOMINI
PTA CAT. B: 61% DONNE - 39% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

GIRLS@POLIMI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019/2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di secondo grado (che hanno superato il test d'ingresso a ingegneria durante il 4° o 5° anno).

PRINCIPALI OBIETTIVI: aumentare del 20% il numero di corsi di studio in equilibrio di genere ampliando la presenza di studentesse nei corsi di studio di Ingegneria con minor presenza femminile.

KPI: 30 borse bandite da 14 donatori aziendali diversi, più un donatore privato.

BREVE DESCRIZIONE: Girls@Polimi è l'iniziativa che prevede l'erogazione di borse di studio del valore di 24.000€ l'una (8.000€ all'anno), finanziate da aziende e dall'Ateneo stesso, a studentesse che scelgono di studiare Ingegneria al Politecnico di Milano. Nell'anno accademico 2022/2023 le 15 borse disponibili sono state destinate alle studentesse che si sono iscritte ai corsi di Ingegneria Aerospaziale, dell'Automazione, Elettrica, Elettronica, Informatica, Meccanica, della Produzione Industriale.

Per maggiori informazioni: <https://www.polimi.it/landingpages/girlspolimi/>

STEM4FUTURE

ANNO DI INTRODUZIONE: anno accademico 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse del 5° anno delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: aumentare del 20% il numero di corsi di studio in equilibrio di genere ampliando la presenza di studentesse nei corsi di studio di Ingegneria con minor presenza femminile.

KPI: 20 studentesse.

BREVE DESCRIZIONE: STEM4Future è l'iniziativa che ha previsto per l'anno accademico 2021/2022 l'erogazione di 20 borse di studio del valore di 7.000€ l'una, finanziate dall'Ateneo, a studentesse che hanno scelto di immatricolarsi a Ingegneria Aerospaziale, Ingegneria dell'Automazione, Ingegneria Elettrica.

TECHAMP@POLIMI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: far conoscere ai ragazzi e alle ragazze delle scuole secondarie di secondo grado le basi scientifiche di alcuni tra i temi tecnologici più importanti degli anni futuri, sia a fini di orientamento universitario che di cittadinanza digitale

KPI: complessivamente circa 450 studenti e studentesse coinvolti/e.

BREVE DESCRIZIONE: Techcamp è una scuola estiva erogata dai docenti del Politecnico di Milano che propone percorsi di approfondimento teorico e sperimentale su temi tecnologici di particolare attualità come robotica, veicoli autonomi e coding. L'ateneo e i partner mettono a disposizione borse di studio per la fruizione del camp. Per maggiori informazioni: <https://techcamp.polimi.it/>

CODING GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: far conoscere ai ragazzi e alle ragazze delle scuole secondarie di secondo grado alcuni tra i temi tecnologici più importanti degli anni futuri, sia a fini di orientamento universitario che di cittadinanza digitale, in particolare in ambito informatico.

KPI: 10 tutor (studenti e studentesse PoliMi) coinvolti nelle attività nelle scuole.

BREVE DESCRIZIONE: Coding Girls è un'iniziativa nazionale promossa da Fondazione Mondo Digitale a cui il Politecnico partecipa selezionando tra i propri studenti dei tutor per le classi delle scuole secondarie di secondo grado che aderiscono al progetto, e che ricevono una breve formazione su temi di coding e intelligenza artificiale in sessioni semestrali, che terminano con la realizzazione di un progetto (es. creazione di una app).

ENGINEERING POLIMI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse scuole secondarie di secondo grado/tutti i dipendenti/audience esterna

PRINCIPALI OBIETTIVI: raccontare le donne ingegnere: studentesse, ricercatrici e alumnae, per veicolare una diversa rappresentazione delle donne in questi ruoli.

KPI: 22 interviste realizzate.

BREVE DESCRIZIONE: progetto comunicativo composto da video lancio e interviste complete realizzate a protagoniste dell'ingegneria del Politecnico di Milano e poi diffuse sui principali canali social di ateneo.

Per maggiori informazioni: <https://www.poliorientami.polimi.it/engineering/>

IL POLITECNICO DELLE DONNE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse; tutti i dipendenti/audience esterna.

PRINCIPALI OBIETTIVI: raccontare le donne politecniche.

KPI: 11 testimonial coinvolte; le interviste hanno totalizzato oltre 9.000 visualizzazioni su YouTube.

BREVE DESCRIZIONE: progetto comunicativo composto da video lancio e interviste complete realizzate a protagoniste delle tre anime accademiche (ingegneria, architettura e design) e del personale tecnico amministrativo del Politecnico di Milano e poi diffuse sui principali canali social di ateneo.

Per maggiori informazioni:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL_06oobzMEus8vuOcQO1gGqIMu34D-Kvf

CANTIERE PARITÀ DI GENERE (SDG5)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: comunità politecnica.

PRINCIPALI OBIETTIVI: perseguire gli obiettivi declinati dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile (SDGs) e in particolare dal goal di sviluppo sostenibile - SDG5: Parità di Genere.

KPI: realizzazione entro il 2023 di 3 azioni identificate da un gruppo di lavoro interno, con l'obiettivo di migliorare la parità di genere.

BREVE DESCRIZIONE: nel corso del 2022 è stato avviato un progetto interdipartimentale e interdisciplinare per lo sviluppo di obiettivi specifici legati all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile e in particolare il goal n.5: Parità di Genere. Nel corso del 2023 verranno realizzate 3 azioni, con un focus particolare all'orientamento delle ragazze verso le materie STEM e al loro empowerment durante la carriera accademica.

FESTIVAL DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE E FESTIVAL DELL'INGEGNERIA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse e studenti, tutti i dipendenti/audience esterna.

PRINCIPALI OBIETTIVI: proporre attività divulgative/formative in occasione del Festival dell'Ingegneria e del Festival dello Sviluppo Sostenibile, con contenuti legati in particolare alla parità di genere (es. laboratorio sugli stereotipi di genere).

KPI: 3 laboratori realizzati, con partecipazione di 80 bambini e bambine.

BREVE DESCRIZIONE: le attività laboratoriali hanno affrontato il tema del gender gap in ambito STEM tramite l'approccio del Design della Comunicazione. Bambini e bambine dai 7 ai 10 anni sono coinvolti in un'attività laboratoriale creativa che li porta a immaginare scenari inclusivi e paritari, al fine di riflettere su uguaglianze e disuguaglianze di genere.

POLIHERO

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse e dottorande dell'ateneo.

PRINCIPALI OBIETTIVI: contrastare le disparità di genere attraverso la diffusione di iniziative e attività di divulgazione.

KPI: consolidamento dello statuto ai fini del riconoscimento di associazione e raggiungimento di 30 iscritte.

BREVE DESCRIZIONE: PoliHero è l'associazione studentesca del Politecnico di Milano nata in collaborazione con la unit Pari Opportunità, impegnata nella diffusione di iniziative sul tema della parità di genere e nelle azioni di networking tra studentesse e dottorande del Politecnico di Milano.

Per maggiori informazioni: <https://linktr.ee/poli.her.o>

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

MENTORING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse del Politecnico di Milano.

PRINCIPALI OBIETTIVI: ingaggiare aziende e studentesse in processi di condivisione di un focus sulle professioni STEM al femminile.

KPI: circa 190 studentesse coinvolte nei diversi percorsi attivati.

BREVE DESCRIZIONE: cicli di incontri con professionisti/e aziendali organizzati dal career service per fornire alle studentesse migliori strumenti legati all'ingresso nel mondo del lavoro.

EMPOWERING WOMEN@POLIMI

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse del Politecnico di Milano.

PRINCIPALI OBIETTIVI: fornire strumenti di consapevolezza ed empowerment alle studentesse del Politecnico di Milano.

KPI: oltre 100 studentesse coinvolte dall'avvio dell'iniziativa, 3 edizioni all'anno.

BREVE DESCRIZIONE: cicli seminariali organizzati con associazioni esterne (Valore D – SheTech) su temi di comunicazione di sé, coraggio, consapevolezza, empowerment al femminile, destinati alle studentesse del Politecnico di Milano.

CONTRIBUTO DI RICERCA POST-CONGEDO PARENTALE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: ricercatrici di tipo B (tenure track); professoresse associate

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare l'attività di ricerca al rientro da congedi parentali (maternità obbligatoria; congedi parentali da parte del padre di almeno un mese continuativo).

KPI: 25 contributi da 15.000 euro l'uno già erogati.

BREVE DESCRIZIONE: nell'ambito delle azioni del piano strategico POP è stato erogato, a partire dal 2018, un supporto economico per le ricercatrici al momento della ripresa della propria attività professionale dopo la maternità, con l'assegnazione di un budget di ricerca personale di 15.000 € al rientro dal periodo di congedo; il budget è assegnato automaticamente a tutte le donne aventi diritto.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

ASILO NIDO

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: figli e figlie di dipendenti di età compresa tra 3 e 36 mesi che frequentano gli asili nido aziendali PosteBimbi.

PRINCIPALI OBIETTIVI: potenziare le funzioni e le componenti del pensiero scientifico.

KPI: 121 bambini e bambine.

BREVE DESCRIZIONE: le attività STEM svolte all'interno dei nidi hanno l'obiettivo di potenziare le funzioni e le componenti del pensiero scientifico e allenano la mente a costruire nessi causali tra gli eventi, accompagnando i bambini nell'"osservare" la realtà che li circonda, scoprire i cambiamenti che in essa avvengono, riflettere su chi e su cosa genera il cambiamento. All'interno dei nidi in ogni sezione ci sono degli spazi allestiti per ospitare laboratori STEM. Nell'ambito del progetto educativo si svolgono delle piccole sperimentazioni di alcuni fenomeni, trasformazioni semplici che fanno leva sulla innata curiosità dei bambini e delle bambine e sul loro porsi domande e cercare risposte.

STEAMCAMP

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: figli e figlie di dipendenti di età compresa tra gli 11 e i 16 anni.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sostenere le giovani generazioni per sperimentare l'innovazione e le competenze distintive per i mestieri del futuro.

KPI: nel 2021 sono stati coinvolti circa 50 ragazzi e ragazze.

BREVE DESCRIZIONE: esperienza di apprendimento e gioco che porta i ragazzi e le ragazze a confrontarsi con nuovi modelli innovativi che vanno dal coding, all'intelligenza artificiale, alla gamification, alla robotica e tanto altro. Percorso laboratoriale volto a sviluppare la capacità di creare nuovi mondi, progettare giochi, immaginare storie, esplorare nuove realtà in cui l'unico confine è la creatività.

SCHOOL4LIFE 2.0

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studenti delle scuole secondarie di secondo grado (classi 3° e 4°) e delle scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: contrastare l'abbandono scolastico e sostenere la qualità educativa attraverso un'alleanza tra scuola e impresa.

KPI: 14 scuole e 531 studenti e studentesse, 16 role model, 5 mentor.

BREVE DESCRIZIONE: coinvolgimento delle scuole secondarie di primo grado (classi 2°) e delle scuole secondarie di secondo grado (Licei e ITIS, classi 3°) per favorire l'orientamento dei giovani ai mestieri del futuro e alle materie STEM. Durante gli incontri è stato sviluppato un ambiente di apprendimento basato sul principio del learning by doing ed è stata stimolata la comprensione e la consapevolezza degli studenti e delle studentesse sugli SDGs dell'Agenda ONU 2030.

NEXT GENERATION

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: figli e figlie di dipendenti frequentanti le scuole secondarie di secondo grado (classi 3° e 4°) e gli studenti e le studentesse delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: rafforzare il rapporto tra scuola e mondo del lavoro per generare un'integrazione di valore in coerenza con il proprio posizionamento sociale e di mercato.

KPI: nel 2021 sono stati coinvolti circa 25 ragazzi e ragazze.

BREVE DESCRIZIONE: preparare i ragazzi e le ragazze ad affrontare i mestieri del futuro anche attraverso la conoscenza e la sperimentazione di competenze nevralgiche, quali le soft skills e l'approccio innovativo da mettere in campo attraverso percorsi laboratoriali STEM.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

VALORIZZAZIONE COMPETENZE STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: donne con lauree STEM/impiegate in ruoli/aree STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: valorizzare le diversità professionali attraverso il racconto delle loro storie e l'affiancamento di altre donne con competenze STEM.

KPI: coinvolgimento di 5 colleghe STEM come role model; attività di collaborazione presso le principali università; 2 campagne di sensibilizzazione entro il 2023; 10 edizioni nell'ambito delle iniziative per le giovani generazioni entro il 2023; 50% di role model ingaggiate entro il 2023.

BREVE DESCRIZIONE: analisi della situazione delle carriere STEM in Poste e delle lauree STEM; identificazione delle role model in ambito STEM per iniziative interne ed esterne; investimento nella valorizzazione interna delle competenze e dei ruoli STEM e nella promozione di modelli culturali di riferimento in ottica plurale e di gender equality, anche attraverso le role model.

UPSKILLING E RESKILLING STEM

WOMEN IN LEADERSHIP PROGRAM (WLP)

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: donne nel P4 (High, Moderate, Acknowledge Potential).

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare la crescita e lo sviluppo di talenti femminili.

KPI: 30 donne ogni anno.

BREVE DESCRIZIONE: il corso promosso dalla Business School in collaborazione con la SDA Bocconi, vuole supportare i talenti femminili nel P4 con l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza dei propri punti di forza, in relazione ai piani di carriera, sviluppando e supportando la Leadership al femminile.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

WOMEN IN STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: nuovi dipendenti e dipendenti interni.

PRINCIPALI OBIETTIVI: promuovere assunzioni dall'esterno, lo sviluppo professionale continuo e l'accompagnamento nel percorso di carriera, anche dedicato ad una porzione di popolazione interna, sempre al femminile e in funzioni STEM.

KPI: 75/100 posizioni a livello globale.

BREVE DESCRIZIONE: con il lancio dell'iniziativa "Side by Side" è stato annunciato l'impegno in ambito diversità e inclusione. Il percorso si basa su attività quotidiane e piani a lungo termine: sono stati definiti i target da raggiungere entro il 2030, in ambito di sostenibilità sociale, con l'obiettivo di coinvolgere oltre 500 dipendenti in un programma interamente dedicato alle STEM. Il programma STEM include iniziative di sviluppo in tema di leadership, tecnico e di business management. I training, così come le altre iniziative tra cui il networking, sono svolte e gestite internamente o con la collaborazione di partner esterni provenienti dal mondo accademico e non solo.



AZIENDA PwC

**SETTORE SERVIZI PROFESSIONALI DI REVISIONE, ADVISORY,
CONSULENZA LEGALE E FISCALE**

DIPENDENTI 7.214

ETÀ MEDIA 32 ANNI

GENERE 43% DONNE - 57% UOMINI

GENERE E INQUADRAMENTO N.D.

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

ATTRACTION VERSO CARRIERE STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2019

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie di tutte le lauree magistrali a livello nazionale.

PRINCIPALI OBIETTIVI: avvicinare le studentesse universitarie alle carriere STEM; rafforzare la presenza femminile con competenze STEM in PwC.

KPI: da metà 2019, 5 eventi STEM specificamente rivolti alle donne, in collaborazione con 5 prestigiosi atenei e con enti terzi che operano coinvolgendo università di tutto il territorio nazionale.

BREVE DESCRIZIONE: progetto di employer branding che prevede eventi, principalmente online, strutturati in una prima parte di testimonianza da parte di role model donne PwC, rispetto alla loro esperienza professionale e alle tipologie di progetti gestiti in PwC, e una seconda parte in cui viene spiegato l'iter di selezione. È stato attivato un canale di confronto diretto affinché le partecipanti possano raccogliere elementi utili ad immaginare concretamente un percorso di carriera in ambito STEM nei servizi di consulenza.

DIGITAL UPSKILLING

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: tutte le persone di PwC.

PRINCIPALI OBIETTIVI: migliorare le competenze delle persone di PwC in area data analytics (programma Alteryx e Tableau), Robotic Process Automation (programma UiPath) e Artificial Intelligence, migliorando la capacità di riconoscere le nuove opportunità fornite dalla tecnologia, e supportare i clienti nei processi di upskilling digitale.

KPI: oltre 4200 professioniste/i di PwC formate/i, di cui il 42% donne. Il 58% delle persone di PwC ha partecipato al programma.

BREVE DESCRIZIONE: programma di upskilling rivolto a tutta la popolazione che prevede: 1) Digital awareness session per creare awareness di data analytics e processi decisionali basati sui dati, nozioni base di Data Cleansing e Data Merge & Blend, sviluppo su capacità di data visualization e storyboarding, overview di IPA (Intelligent Process Automation) e RPA (Robotic Process Automation); 2) Digital academies con formazione di base e use case applicativi, con focus sullo sviluppo di idee; 3) Digital accelerators con formazione avanzata per il 2% della popolazione (che guida la trasformazione); 4) Digital lab, community e piattaforma per valutare ed implementare nuovi asset e soluzioni digitali, quantificandone i benefici.



AZIENDA **RINA**
SETTORE **SERVIZI PROFESSIONALI**

DIPENDENTI **2.552**
ETÀ MEDIA **43 ANNI**

GENERE **37% DONNE - 63% UOMINI**

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 15% DONNE – 85% UOMINI**
QUADRI: 23% DONNE – 77% UOMINI
IMPIEGATI: 42% DONNE – 58% UOMINI
OPERAI: 0% DONNE – 100% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

W.E. GREEN

ANNO DI INTRODUZIONE: 2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse e studenti delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sensibilizzare i giovani sulla valorizzazione femminile nella società, in particolare nell'ambito delle materie STEM, con un focus sulla decarbonizzazione e la produzione "green".

KPI: 89 studentesse e studenti partecipanti.

BREVE DESCRIZIONE: W.E. Green è stato sviluppato in collaborazione con il liceo scientifico G.D. Cassini di Genova. Il progetto intende promuovere il riconoscimento e la valorizzazione delle diversità, con particolare riferimento alle donne che operano in ambito tecnico-scientifico.

RINA ha messo alcuni dei suoi migliori professionisti a disposizione di studenti e studentesse del liceo Cassini, i quali hanno sviluppato un progetto di sostenibilità ambientale. I gruppi di studenti e studentesse che hanno presentato i tre progetti vincitori sono stati poi premiati all'interno della sede RINA di Genova.

WEBINAR "IL FUTURO DELLE DONNE STEM IN RINA"

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: partecipanti alla Digital Recruiting Week.

PRINCIPALI OBIETTIVI: presentare la strategia D&I di RINA con focus sull'esperienza di una collega che opera nell'ambito STEM in azienda.

KPI: 172 visualizzazioni del video.

BREVE DESCRIZIONE: in occasione della Digital Recruiting Week STEM organizzata da Start Hub Consulting, è stato creato il webinar "Il futuro delle donne STEM in RINA", attraverso il quale Silvia Semenza, Corporate People Experience Director, ha potuto raccontare ai partecipanti la strategia di RINA dedicata alla valorizzazione e alla crescita delle donne STEM in azienda. Marzia Basso, una collega che opera in questo ambito, ha inoltre condiviso la sua testimonianza. La registrazione del webinar è disponibile a questo link: <https://www.youtube.com/watch?v=AzhSfm-uhcM>

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

WOMEN IN STEM AT RINA

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: donne con ruolo STEM in azienda.

PRINCIPALI OBIETTIVI: celebrare il loro ruolo delle donne STEM che lavorano nella nostra azienda e permettere loro di condividere la loro esperienza, in occasione della giornata internazionale delle donne STEM.

KPI: 3 colleghe coinvolte nella realizzazione dell'iniziativa.

BREVE DESCRIZIONE: in occasione della giornata internazionale delle donne STEM, RINA ha voluto celebrare le donne che ricoprono ruoli STEM all'interno della realtà aziendale. Sono state scelte tre professioniste STEM per condividere le proprie impressioni, storie ed esperienze. L'obiettivo è stato raccontare il vissuto delle colleghe per contribuire alla sensibilizzazione sull'importanza del riconoscimento del ruolo che le donne giocano nella scienza. È stato condiviso il video sia attraverso i canali interni che esterni di RINA.

LinkedIn: https://www.linkedin.com/posts/rina_women-in-stem-at-rina-activity-6765622948603736065-MJQ6?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Apyk1Vx0Xeg>



AZIENDA SNAM
SETTORE ENERGIA – OIL&GAS

DIPENDENTI 3.430
ETÀ MEDIA 44 ANNI

GENERE 17% DONNE - 84% UOMINI
GENERE E INQUADRAMENTO DIRIGENTI: 21% DONNE – 79% UOMINI
QUADRI: 22% DONNE – 78% UOMINI
IMPIEGATI: 22% DONNE – 78% UOMINI
OPERAI: 0% DONNE – 100% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

BORSE DI STUDIO POLITECNICO

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie.

PRINCIPALI OBIETTIVI: incentivare lo studio delle materie STEM da parte delle giovani donne offrendo loro un ponte concreto tra università e azienda.

KPI: 3 borse di studio al Politecnico di Milano e 6 al Politecnico di Bari.

BREVE DESCRIZIONE: erogazione di borse di studio alle studentesse più meritevoli di ingegneria del Politecnico di Milano e del Politecnico di Bari.

YOUNG ENERGY

ANNO DI INTRODUZIONE: 2017

TARGET PRINCIPALE: studentesse degli istituti tecnici.

PRINCIPALI OBIETTIVI: aumentare il numero di donne che scelgono percorsi universitari in ambito scientifico.

KPI: nell'anno scolastico 2021/22 circa 340 studenti in 6 regioni italiane.

BREVE DESCRIZIONE: Young Energy è un percorso di alternanza scuola-lavoro per sviluppare le competenze trasversali e favorire l'orientamento, realizzato in collaborazione con ELIS. In questa occasione SNAM racconta l'azienda e le opportunità al suo interno, incentivando le ragazze e i ragazzi a scegliere percorsi di studi STEM.

YEP

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie del Sud Italia.

PRINCIPALI OBIETTIVI: avvicinare le studentesse al mondo del lavoro costruendo un ponte tra università e azienda.

KPI: 11 mentor, 11 studentesse. Nel 2022 sono 5 mentor e 5 mentee.

BREVE DESCRIZIONE: insieme ad Ortygia Business School è stato avviato un progetto di mentoring dedicato alle studentesse del Sud Italia, le quali sono affiancate e supportate dalle mentor di Snam.

TUTORING STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2021/2022

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: rafforzare le loro competenze in materie STEM, come matematica, geometria e fisica.

KPI: 168 beneficiarie provenienti dai contesti di Milano, Cagliari, Bari e Palermo, per le quali in un anno sono state realizzate circa 1.500 ore di tutoring individuale.

BREVE DESCRIZIONE: tutoring STEM per le ragazze delle secondarie di primo grado. È stato attivato, all'interno del programma di volontariato di competenza aziendale, un progetto di doposcuola sulle materie STEM per ragazze.

INSPIRINGIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2019/2020

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole primarie e secondarie di primo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: diffondere tra le ragazze la consapevolezza del proprio talento liberandole dagli stereotipi di genere che spesso contribuiscono a limitare le loro ambizioni anche in ambito STEM.

KPI: 70 role model coinvolte nelle scuole di tutto il territorio, 3 video realizzati per la piattaforma Video Hub e 1 video per la campagna #nonèdamaschio.

BREVE DESCRIZIONE: il progetto prevede che donne volontarie, provenienti da settori e professioni diverse, condividano la propria esperienza professionale e di vita con i ragazzi e le ragazze delle scuole primarie e secondarie di primo grado, creando così un collegamento concreto tra scuola e mondo del lavoro.

LICEO PER LA TRANSIZIONE ECOLOGICA E DIGITALE (LICEO TRED)

ANNO DI INTRODUZIONE: anno scolastico 2022/2023

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado.

PRINCIPALI OBIETTIVI: sviluppare le competenze del futuro e vivere da protagonisti la transizione ecologica e digitale.

KPI: nel primo anno sono stati coinvolti 27 istituti scolastici distribuiti in tutta Italia.

BREVE DESCRIZIONE: Liceo TRED integra le conoscenze umanistiche e scientifiche dei licei italiani tradizionali con un focus dedicato alle materie STEM. Si tratta infatti di un liceo sperimentale, promosso da ELIS e Snam in collaborazione con il Ministero dell'istruzione, di nuova concezione nel metodo e nei contenuti, sviluppato su quattro anni, che permette di conseguire la maturità Scientifica delle Scienze Applicate.

Per maggiori informazioni: https://www.snam.it/it/sostenibilita/responsabilita_verso_tutti/liceo_tred.html

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

EMPLOYEE RESOURCE GROUP STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: tutti i dipendenti.

PRINCIPALI OBIETTIVI: generare opportunità di networking e aiutare le prossime generazioni ad avvicinarsi alle materie STEM con il fine di creare una pipeline equilibrata di nuovi talenti nel settore dell'energia.

KPI: 82 dipendenti coinvolti.

BREVE DESCRIZIONE: ERG STEM è una community in cui i dipendenti possono mettere a frutto i propri talenti per migliorare, innovare e contribuire al proprio successo professionale.



AZIENDA **SOGIN**
SETTORE **ENERGIA – OIL&GAS**

DIPENDENTI **858**
ETÀ MEDIA **47 ANNI**

GENERE **29% DONNE - 71% UOMINI**

GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 5% DONNE – 95% UOMINI**
QUADRI: 31% DONNE – 69% UOMINI
IMPIEGATI: 34% DONNE – 66% UOMINI
OPERAI: 4% DONNE – 96% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

PARTECIPAZIONE ALL'INIZIATIVA INSPIRINGIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse delle scuole secondarie di primo grado; tutte le donne STEM in azienda (per studio o ruolo).

PRINCIPALI OBIETTIVI: abbattere gli stereotipi di genere nella scelta degli studi e delle carriere STEM.

KPI: coinvolte 6 role model, appartenenti a disparati livelli organizzativi.

BREVE DESCRIZIONE: è stata lanciata una vera e propria “Call for Role Model” interna per portare le role model in varie aule delle scuole secondarie di primo grado. Sono state fornite alcune video-testimonianze pubblicate sull'HUB di InspirinGirls e sono stati/e invitati/e i/le dipendenti a far vedere questa iniziativa ai/alle propri/e figli/e e nipoti pubblicando i video nella intranet di Sogin.

SVILUPPO E RETENTION DELLE DONNE STEM

VALORIZZAZIONE COMPETENZE STEM IN RUOLI TOP E MIDDLE

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: risorse femminili con laurea STEM che operano in settori tecnici dell'area Disattivazione Centrali ed Impianti con inquadramento a livello di quadro e con esperienza pluriennale nella gestione di progetti.

PRINCIPALI OBIETTIVI: coinvolgere le risorse di genere femminile nei ruoli tecnici direzionali di sito (almeno 1 per sito come ruolo direzionale o di vice direzione di impianto).

KPI: in 5 siti (su un totale di 9) il ruolo di Direzione di impianto o di suo sostituto è ricoperto da donne.

BREVE DESCRIZIONE: valorizzazione delle competenze STEM in ruoli di top e middle management: nel 2021, le donne che ricoprono responsabilità fino al secondo livello dell'organigramma sono il 32,7% (si consideri che in Sogin la presenza femminile sulla popolazione totale è poco più del 29%).

CRESCITA E SVILUPPO DELLE DONNE STEM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2018

TARGET PRINCIPALE: tutte le donne di Sogin, con particolare attenzione a quelle STEM.

PRINCIPALI OBIETTIVI: monitorare le carriere, i percorsi di crescita e di incentivazione delle donne soprattutto nei settori tecnici verso ruoli middle e top.

KPI: nel 2021 un terzo delle risorse coinvolte in assessment per la crescita verso ruoli apicali tecnici è costituito dal genere femminile.

BREVE DESCRIZIONE: il settore in cui opera l'azienda è storicamente caratterizzato da un forte squilibrio di genere; per tale motivo negli ultimi anni l'azienda pone particolare attenzione nel favorire l'accesso a percorsi di crescita al genere femminile in generale e, in particolare, a coloro che hanno un titolo di studio STEM, per assicurare una corretta proporzione di genere nella scelta della platea degli assessment per l'accesso ai ruoli apicali o di responsabilità.



AZIENDA **VODAFONE**
SETTORE **TELECOMUNICAZIONI**

DIPENDENTI **5.702**
ETÀ MEDIA **39% MAGGIORE DI 50 ANNI**
58% TRA I 31 E I 50 ANNI
3% MENO DI 30 ANNI

GENERE **48% DONNE - 52% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 36% DONNE – 64% UOMINI**
QUADRI: 42% DONNE – 58% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

NEXT-LAND

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: studenti e studentesse delle scuole secondarie di primo grado dei quartieri torinesi di Aurora, Barriera di Milano e Lucento.

PRINCIPALI OBIETTIVI: potenziare la percezione positiva delle materie STEM e supportare lo sviluppo delle loro competenze soprattutto per le studentesse e per gli studenti più svantaggiati.

KPI: durante il biennio 2020-2021 di sperimentazione, sono stati coinvolti 1.000 studenti e studentesse e 80 docenti di 6 scuole.

BREVE DESCRIZIONE: Next-Land è un percorso biennale sulle materie STEM che ha coinvolto studenti e studentesse con laboratori e approfondimenti dove le arti e le scienze sono vissute in prima persona, con un approccio esperienziale. È un progetto di sperimentazione di una didattica innovativa, che applica la metodologia STEAM, e diffusa attraverso lo svolgimento nei musei, nelle università, nelle aziende, negli spazi aperti, oltre che in digitale.

Per maggiori informazioni: <https://www.vodafone.it/nw/vodafone-italia/fondazione-vodafone-italia/attivita/progetti/Next-Land.html>

DIGITAL ACADEMY

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: tutti i dipendenti.

PRINCIPALI OBIETTIVI: 1) Dare gli strumenti per sviluppare le competenze tecniche, commerciali e manageriali necessarie per affrontare le sfide del futuro e accompagnare le esigenze evolutive dell'azienda; 2) Accelerare sulle competenze digitali; 3) Avviare un piano straordinario di reskilling e formazione; 4) Coinvolgere tutti i manager di Vodafone Italia per promuovere un modello di leadership ancora più inclusivo, basato sulla fiducia e l'empowerment delle persone.

KPI: coinvolti tutti i 6.000 dipendenti.

BREVE DESCRIZIONE: è un luogo aperto all'innovazione e all'apprendimento, concepito per far evolvere le persone che fanno parte di Vodafone attraverso la creazione e la condivisione delle competenze del futuro. La Digital Academy è nata per attrarre e sviluppare un mindset digitale che guiderà il business di Vodafone. Per realizzare questo progetto di formazione e innovazione sono state messe al centro le persone, lo sviluppo delle competenze digitali e delle soft skills. La Digital Academy è rivolta a tutti/e i/le dipendenti e le faculty interne sono organizzate in funzione della direzione di appartenenza.

Per maggiori informazioni: <https://www.vodafone.it/nw/vodafone-italia/chi-siamo/digital-academy.html>

LV8

ANNO DI INTRODUZIONE: 2020

TARGET PRINCIPALE: giovani, in particolare NEET (acronimo di Not in Education, Employment or Training).

PRINCIPALI OBIETTIVI: offrire competenze digitali certificate.

KPI: 4500 Open Badges rilasciati, 625 giocatori hanno risposto a un sondaggio di autovalutazione in gioco sulla loro esperienza di apprendimento e il 94% dichiara di sentirsi più confidente con le competenze digitali (dati a metà novembre 2022).

BREVE DESCRIZIONE: creato da Fondazione Vodafone, LV8 è un learning game, disponibile gratuitamente come app, nato per coinvolgere i/le giovani in percorsi di formazione digitale per apprendere le basi dell'uso di Google e dei suoi applicativi Google Workspace, di Canva, per creare grafiche e post, di Search Engine Optimization (SEO) e di Social Media Strategy, un'introduzione ai Content Management System (CMS) e al coding in linguaggio html, e varie altre competenze definite all'interno del DigComp 2.1, il quadro di riferimento europeo delle competenze digitali. LV8 è strutturato in 8 livelli a difficoltà crescente, che danno il nome all'app e che - una volta superati - consentono il rilascio di Open Badge, certificazioni digitali su blockchain delle competenze acquisite inseribili nel curriculum.

Per maggiori informazioni: <https://www.vodafone.it/nw/vodafone-italia/fondazione-vodafone-italia/attivita/progetti/gioca-a-lv8.html>



AZIENDA **WINDTRE**
SETTORE **TELECOMUNICAZIONI**

DIPENDENTI **6.500**
ETÀ MEDIA **47 ANNI**

GENERE **49% DONNE – 51% UOMINI**
GENERE E INQUADRAMENTO **DIRIGENTI: 28% DONNE – 72% UOMINI**
QUADRI: 25% DONNE – 75% UOMINI
IMPIEGATI: 49% DONNE – 51% UOMINI

AVVICINAMENTO DELLE GIOVANI ALLE STEM

DATA GIRLS

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie non STEM (LUISS Guido Carli).

PRINCIPALI OBIETTIVI: supportare studenti e studentesse dei master Luiss Business School interessati/e alle tematiche STEM a cogliere le opportunità offerte dal mondo digitale e dalla gestione dei dati.

KPI: N.D.

BREVE DESCRIZIONE: WINDTRE è stata partner di Luiss Business School nel progetto “Data Girls”, un percorso formativo rivolto alle studentesse, ma aperto anche agli studenti, dei master Luiss Business School. Data Girls è parte del progetto Grow (Growing Real Opportunities for Women) rivolto a supportare le giovani donne interessate a cogliere tutte le opportunità offerte dalla gestione dei dati e dalla digital transformation per promuovere e favorire l’occupazione femminile in ambito STEM.

TECHNOLOGY OPERATION GROWING CAMP

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: laureate e laureati triennali in Ingegneria, Matematica e Fisica.

PRINCIPALI OBIETTIVI: costruire un ponte tra università e mondo del lavoro attraverso la formazione di figure professionali in grado di supportare l'innovazione tecnologica e progettare l'automazione dei processi in ambito "Operazioni", sia dal punto di vista manutentivo che preventivo.

KPI: in 5 siti (su un totale di 9) il ruolo di Direzione di impianto o di suo sostituto è ricoperto da donne.

BREVE DESCRIZIONE: il percorso, in collaborazione con l’Università di Napoli Federico II e con l’Università La Sapienza di Roma, prevede 6 masterclass, condotte da una faculty interna di manager WINDTRE, che trattano i temi: intelligenza artificiale, automazione dei processi, transizione al cloud e modellazione DevOps. Particolare attenzione è posta all'ottimizzazione dei processi core operations, anche attraverso il supporto di nuovi strumenti digitali (tra cui Process Automation e Artificial Intelligence Machine Learning). Il percorso formativo offre opportunità professionali e riconoscimenti di merito attraverso l'inserimento in WINDTRE con contratto a tempo indeterminato.

IO TALENTUM

ANNO DI INTRODUZIONE: 2021

TARGET PRINCIPALE: ricercatrici e ricercatori internazionali.

PRINCIPALI OBIETTIVI: creare integrazione e sinergia tra mondo accademico e industriale sui temi dell'innovazione, sostenere la formazione sul "campo" dei/delle giovani ricercatori e ricercatrici.

KPI: 1 ricercatrice verrà ospitata nel 2023.

BREVE DESCRIZIONE: WINDTRE partecipa ad "ITNE, Marie Sklodowska- Curie action", ospitando una dottoranda a partire da gennaio 2023. Il programma di formazione è dedicato ai/alle giovani ricercatori e ricercatrici internazionali sui temi di innovazione ed è sostenuto dalla Commissione Europea.

TESTIMONIANZE E ROLE MODEL

ANNO DI INTRODUZIONE: ogni anno da sempre, con ancora maggiore focus e assiduità dal 2020.

TARGET PRINCIPALE: studentesse universitarie.

PRINCIPALI OBIETTIVI: orientare alle professioni del futuro in ambito STEM, dando visibilità ogni volta ad una professional diversa.

KPI: N.D.

BREVE DESCRIZIONE: attraverso incontri organizzati con le università vengono coinvolte, come role model di WINDTRE, professional in ambito STEM (Technology, Big Data, Data Science, Data Engineer, Automation), che portano la loro esperienza alle studentesse. A seconda dell'evento vengono coinvolte le figure professionali più vicine per interesse e ispirazione al target delle università dando visibilità a professional diverse (come data scientist, data engineer, softapp developer, direttrice del technology, direttrice risorse umane, social media manager, brand communication manager, direttrici sustainability, marketing manager e product owner).



RINGRAZIAMENTI



VALORE D RINGRAZIA TUTTE LE AZIENDE CHE HANNO PARTECIPATO E CONTRIBUITO ALLA RACCOLTA:





valored.it

