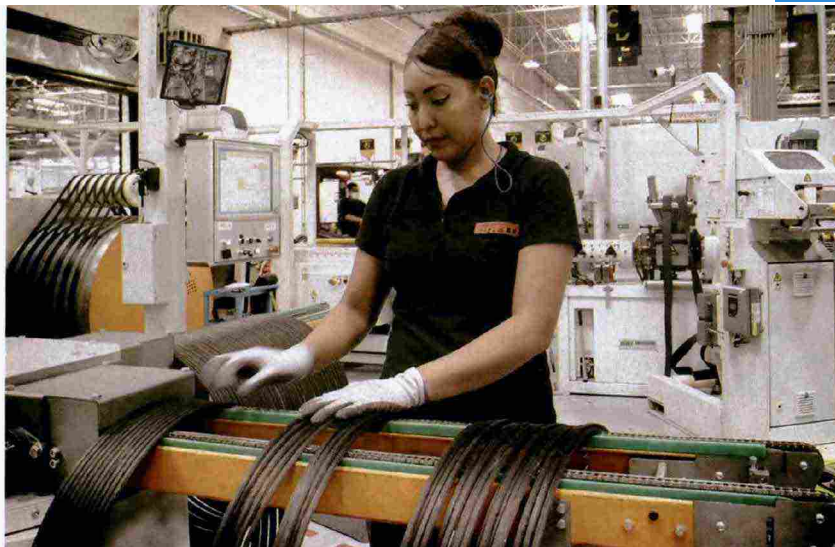


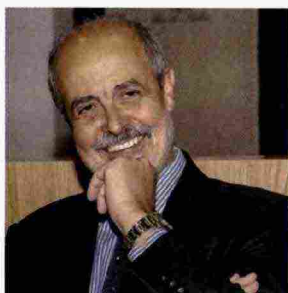
GRAZIA TRASFORMAZIONI



# L'INCLUSIONE CI FA BENE

UGUAGLIANZA DI GENERE, CARRIERA,  
GENITORIALITÀ CONDIVISA. IL DIRETTORE  
DELLA FONDAZIONE PIRELLI, ANTONIO CALABRÒ,  
SPIEGA PERCHÉ OGGI UNA GRANDE AZIENDA  
PUNTA SEMPRE SUL TALENTO FEMMINILE

di LETIZIA MAGNANI



ANTONIO CALABRÒ,  
SENIOR VICE PRESIDENT  
PIRELLI PER LA CULTURA  
E DIRETTORE DELLA  
FONDAZIONE PIRELLI. IN  
ALTO, DA SINISTRA:  
UN'OPERAIA DI PIRELLI  
NEL 1939 A MILANO; UNA  
DIPENDENTE DEI GIORNI  
NOSTRI NELL'IMPIANTO DI  
SILAO, MESSICO.

**L**a violenza sulle donne è un problema sociale che riguarda tutte e tutti. *Grazia* organizza un evento speciale a Milano proprio in occasione della Giornata per l'eliminazione della violenza contro le donne, con il sostegno di partner istituzionali, fra cui Pirelli. Antonio Calabrò, Senior Vice President Pirelli per la Cultura e Direttore della Fondazione Pirelli, Presidente di **Museimpresa** e di Fondazione Assolombarda, spiega i valori dell'alleanza con *Grazia*.

**Come mai Pirelli ha deciso di sostenere questo importante evento?**

«L'impresa è un soggetto economico, ma anche un attore sociale responsabile, impegnato a promuovere una relazione forte tra diritti e doveri come asse portante sia delle libertà democratiche sia dello sviluppo sostenibile. La violenza contro le donne, così come le discriminazioni di genere e di ogni altro tipo, sono una grave alterazione dei valori civili di una comunità. Da combattere. E da cercare di affrontare anche con percorsi educativi e iniziative sociali e culturali. Come questa, che siamo fieri di sostenere».

**Far parlare gli uomini sul tema aiuta a fermare la violenza?**

«Una scelta fondamentale. Violenze e discriminazioni contro le donne sono una drammatica ferita personale e sociale, di cui farsi carico, tutti quanti. Con una responsabilità che riguarda moltissimo proprio noi uomini, con un'educazione che va promossa con insistenza e perseveranza con i nostri bambini, i nostri ragazzi: un'educazione al rispetto, al valore della persona. Una scelta da continuare a portare avanti anche nei luoghi di lavoro, come

**«LO SGUARDO  
FEMMINILE OFFRE  
UNA VERA E  
PROPRIA  
“INTELLIGENZA DEL  
CUORE” CHE  
MIGLIORA NON  
SOLO LE  
PERFORMANCE,  
MA ANCHE LA  
CAPACITÀ  
DI ESSERE  
IN SINTONIA CON  
I CAMBIAMENTI  
SOCIALI  
ED ECONOMICI»**

in Pirelli, nei nostri uffici e nelle nostre fabbriche».

**Quanto è importante il tema del bilanciamento di genere per una realtà internazionale come Pirelli?**

«Un'impresa è una comunità attiva e intraprendente, al cui centro stanno le donne e gli uomini che ne fanno parte. Non solo "capitale umano", un termine economico, ma soprattutto "persone". Un tessuto vivo di relazioni, fatto da intelligenza, passione, creatività, amore per la ricerca, rigore professionale, orgoglio di appartenenza, consapevolezza storica e visione del futuro. Valori forti. In cui proprio le donne sanno esprimere un'originale lettura del cambiamento e una straordinaria forza nel promuoverne gli elementi essenziali».

**Qual è la politica di genere portata avanti dall'impresa?**

«Da parecchi anni abbiamo promosso policy sulla parità di genere e dato grande attenzione ai processi di selezione, sviluppo e remunerazione della nostra popolazione femminile. Dal 2022 il Senior Management è incentivato su target di gender equality. Accompagniamo questo percorso con iniziative di sensibilizzazione sull'inclusione e di formazione dei nostri manager e con politiche a favore d'una genitorialità condivisa».

**In che cosa, in questi anni, è cambiata la narrazione, anche di Pirelli?**

«Abbiamo sempre avuto un rapporto stretto con i vari mondi della cultura, dalla letteratura al teatro, dal cinema alla fotografia, per cercare di capire le trasformazioni economiche e sociali e metterle in relazione con le innovazioni di cui siamo protagonisti. Anche il Calendario Pirelli è uno degli strumenti essenziali, rappresentando l'evoluzione dell'immaginario femminile e dell'idea di bellezza, un racconto del cambiamento del mondo attraverso la fotografia. Due testimonianze tra tutte. La prima è di Annie Leibovitz per il Calendario 2016: "Volevo che le immagini mostrassero le donne esattamente come sono, senza artifici". La seconda è di Peter Lindbergh per il Calendario 2017: "In un'epoca in cui le donne sono rappresentate dai media come ambasciatrici di perfezione e bellezza, ho pensato fosse importante ricordare a tutti che c'è una bellezza diversa, più reale, autentica e non manipolata dalla pubblicità o da altro. Una bellezza che parla di individualità, del coraggio di essere se stesse e di sensibilità"».

**Siete una società inclusiva. Quali sono per voi le sfide future?**

«La sfida della sostenibilità in tutte le sue dimensioni: ambientale, sociale ed economica. Guardando sia ai prodotti sia ai processi di produzione, ai rapporti con il territorio, all'integrazione tra componenti sociali diverse. La nostra è una "cultura politecnica" che lega saperi umanistici e conoscenze scientifiche. Un'originale cultura di sintesi. In cui soprattutto le nuove generazioni di donne entrate in azienda rivelano attitudini speciali. La ricchezza di sguardi multidisciplinari, capaci di interpretare in modo originale la nostra anima industriale. Rafforzandone la sostenibilità».

**Più donne ai vertici - Pirelli ha un quarto del suo management in mano a manager donne - che cosa garantisce in termini di governance?**

«La forza di un'impresa come Pirelli, con solide radici italiane e visione internazionale, sta nel valorizzare le diversità. Generazionali, di genere, provenienza, culture, formazione e identità. Una varietà di esperienze e letture del mondo, di memorie e progetti per un migliore futuro. Lo sguardo femminile è una ricchezza particolare: ai vari livelli di partecipazione e di responsabilità, crescente nel tempo, dà al gruppo sensibilità, flessibilità, una vera e propria "intelligenza del cuore" che migliora non solo le nostre performance, ma soprattutto la nostra capacità di essere in sintonia con i cambiamenti sociali ed economici. Sono le donne, il cardine della nostra idea di "umanesimo industriale"». ■