

LM LEADERSHIP & MANAGEMENT

Conoscere, Capire, Anticipare

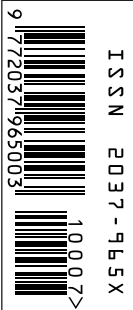
RIVISTA ITALIANA DI INFORMAZIONE MANAGERIALE

PUBBLICAZIONE MENSILE - ANNO I - NUMERO 7 - LUG/AGO 2011 - EURO 6,90

LA STRATEGIA È L'ECONOMIA DELLE FORZE

CARL VON CLAUSEWITZ

EDITORE: TECNA EDITRICE - ROMA - TRIBUNALE DI ROMA 387 DEL 7/10/2010 - ISSN 2037-965X
P. I. SPED. ABB. POSTALE - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N° 46) ART. 1, COMMA 1 - DCB ROMA



ISSN 2037-965X

FONDATORE E DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Scaramuzza

DIRETTORE SCIENTIFICO

Lionello Negri

Consiglio Nazionale delle Ricerche

Direzione Centrale Supporto alla Programmazione e alle Infrastrutture

"Supporto alle Partecipazioni Societarie e Convenzioni"

lionello.negri@cnr.it

COMITATO SCIENTIFICO**Domenico Campisi**Università di Roma "Tor Vergata"
Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa**Gaetano Cascini**

Politecnico di Milano - Dipartimento di Meccanica

Paolo D'Anselmi

Alfa S. c. a r. l. - Controlli e Benchmark

Tommaso Gastaldi"Sapienza" Università di Roma - Facoltà di Ingegneria
dell'Informazione, Informatica e Statistica**Antonia Marchetti**ENEA - Unità di Trasferimento Tecnologico
Servizio di Informazione e Formazione**Moreno Muffatto**Università di Padova
Dipartimento di Innovazione Meccanica
e Gestionale**Paolo Nesi**Università di Firenze
Dipartimento di Sistemi e Informatica
Distributed Systems and Internet Technology Lab**Erica Rizziato**Consiglio Nazionale delle Ricerche
CERIS - Centro di Ricerca
per l'Impresa e lo Sviluppo**Luigi Maria Sicca**Università di Napoli "Federico II"
Dipartimento di Economia Aziendale**Stefano Tonchia**Università di Udine - Dipartimento di Ingegneria
Elettrica, Gestionale e Meccanica**Marco Villani**

Direttore Generale Formez

ART DIRECTOR

Robert Clever

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

Francesco Tripputi

SEGRETERIA E ABBONAMENTI

Filomena Paolicelli

SITO INTERNET

Edoardo Scaramuzza

GESTIONE PUBBLICITÀ**ED EVENTI**

Cinzia Astolfi

cinzia@tecnaeditrice.com

Eliana D'Aquanno

eliana@tecnaeditrice.com

Maria Elena Mei

elena@tecnaeditrice.com

Anno I - Numero 7 - LUGLIO/AGOSTO 2011**Prezzo di vendita 6,90 €****Proprietario ed Editore:**Tecna Editrice S.r.l.
Viale Adriatico, 147 - 00141 Roma
Tel. 06 87182554 - Fax 06 8182019
E-mail: redazione@tecnaeditrice.com**Direzione e Redazione**Viale Adriatico, 147 - 00141 Roma
Tel. 06 87182554 - Fax 06 8182019
E-mail: redazione@tecnaeditrice.comRegistrazione del tribunale di Roma n. 387
del 07/10/2010ROC - registro operatori delle
telecomunicazioni n. 17650Finito di stampare nel mese
di Giugno 2011 - Presso la CSR
Via di Pietralata, 157 - 00158 Roma

Chiuso in redazione il 12/06/2011

Distribuzione EdicolePARRINI S.p.A. - Viale Forlanini, 23
20134 Milano**Servizio arretrati per abbonamenti**Per recuperare i numeri arretrati è sufficiente
rivolgersi alla Tecna Editrice S.r.l.
redazione@tecnaeditrice.comCosto abbonamento annuo
(11 numeri) 54,00 €Visitate il nostro sito **www.tecnaeditrice.com**
per abbonamenti e acquisti.

Poste Italiane S.p.A.

Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46)
Art. 1 Comma 1- DCB RomaLe tesi espresse nelle rubriche e negli articoli
impegnano soltanto l'autore e non
rispecchiano quindi necessariamente le
opinioni della rivista**Tutti i diritti sono riservati**Nessuna parte di questo periodico può
essere riprodotta con mezzi grafici e
meccanici senza l'autorizzazione
dell'editore.L'editore si dichiara pienamente disponibile
a regolare eventuali pendenze relative e
testi e illustrazioni con gli aventi diritto che
non sia stato possibile contattare**Tutela dati personali - Privacy**Si informa ai sensi del D.L. 196/03 che i Suoi dati
sono inseriti nella nostra banca dati con lo scopo
di poterLa informare delle nostre pubblicazioni e
dei nostri convegni inerenti la Sua attività.
Qualora non desiderasse ricevere più le nostre
informative la preghiamo di comunicarlo via fax al
numero 06 8182019Tecna Editrice S.r.l.
pubblica inoltre i seguenti periodici:
ICT Security, Safety&Security, CyberCrime,
Cloud Computing

DONNE NELLA RICERCA INDUSTRIALE

NEXT



La proposta STEP 2 è un'attività di mentoring/counselling nel campo della ricerca industriale, nei diversi settori tecnologici, per consulenze e supporto di professioniste ad altre professioniste, beneficiarie del servizio e già operanti in quegli ambiti. Il Web viene utilizzato come piattaforma per lo scambio di informazioni e la comunicazione tra mentore e beneficiaria

**Fiorenza Scotti,
Paola Urso**
Donne e Scienza
www.donnescienza.it

In Italia, ad oggi, la percentuale di donne che occupano posizioni apicali è molto bassa e ciò, oltre ad essere ingiusto, è, a nostro avviso, un danno per tutta la società, soprattutto in periodi, come l'attuale, in cui servono idee innovative ed ogni contributo possibile per uscire dalla grave crisi. A supporto di questa affermazione bastano, come esempi, i due studi "Woman matter" di McKinsey & Compant (disponibili in Rete), secondo i quali le aziende con maggior presenza femminile a livelli manageriali sono pure quelle che presentano migliori indici di performance. Bisogna ancora dire che, nel nostro paese, le donne al vertice lo sono prevalentemente perché hanno ereditato lo studio, la "carica" o l'azienda di famiglia e solo molto raramente solo per meriti propri. Obiezione, banale e inevitabile, è che, in Italia, ciò vale spesso anche per gli uomini ma, purtroppo, per le donne è pressoché "indispensabile" un'investitura familiare.

Per contribuire a modificare, anche in piccola misura, questa realtà si propone un'azione di counselling/monitoring rivolta alle donne che lavorano in uno dei settori più trascurati sia dalle politiche di ricerca tecnico-scientifica sia da quelle che promuovono le donne, ossia il settore della ricerca e del-

l'innovazione nelle organizzazioni profit. L'azione si rivolge, specificamente, alla ricerca industriale, perché le iniziative dedicate a questo ambito sono sempre state in secondo piano rispetto a quelle previste per chi opera nella ricerca scientifica presso enti pubblici od organizzazioni no profit e perché un'organizzazione profit è sempre più "chiusa" rispetto ad una pubblica nel promuovere, con iniziative specifiche, la "professionalità di genere" essendo, generalmente, focalizzata più sul profitto che sullo sviluppo delle potenzialità del proprio personale, maschile o femminile che sia.

Il progetto non prende in considerazione le modalità di accesso alla ricerca industriale ma si rivolge alle donne che già vi operano e si trovano davanti al problema di fare carriera senza poter contare su aiuti "esterni". Si trovano, spesso, sole di fronte alle loro aspirazioni, senza riferimenti affidabili e quasi sempre spinte dall'ambiente cir-

KEYWORDS

- Mentoring
- Counselling
- Ricerca industriale

costante (impegni familiari, preconcetti, mancanza di asili e sostegni pubblici, ...) ad accettare ruoli subalterni. STEP 2 (passo 2 dopo l'assunzione) nasce proprio con l'obiettivo di incoraggiare e legittimare le aspirazioni delle donne, attraverso il confronto con altre professioniste che si sono già dovute scontrare con le stesse difficoltà: STEP 2 mira a fornire un contributo concreto per aiutare le donne a "fare carriera" con l'aiuto di esempi ed esperienze reali.

Per illustrare i fondamentali della proposta, si ritiene opportuno fare, innanzitutto, chiarezza fra i termini coaching, counselling e mentoring, che spesso vengono, a torto, considerati sinonimi. In ambito aziendale, il coaching fa riferimento ad una relazione fra capo e collaboratore e tende a sviluppare ed a migliorare le prestazioni pratiche di quest'ultimo. Il mentoring, invece, prevede che la relazione avvenga, senza alcun rapporto gerarchico, tra un mentee e un dipendente con esperienza (considerato saggio), appartenente alla stessa realtà aziendale ma ad una diversa unità organizzativa. Infine, il counselling sta a definire la relazione tra un esperto esterno all'organizzazione ed un dipendente aziendale e mira a sviluppare competenze e/o a favorire l'adattamento al ruolo.

Affinché queste iniziative abbiano successo occorre, innanzitutto, che abbiano continuità nel tempo. In altre parole, occorre che il mentore/counselor e il beneficiato/a si incontrino con una certa regolarità. Incontrarsi personalmente non è sempre facile a causa delle distanze, del tempo sempre limitato, dei costi di spostamento, degli impegni reciproci e, sebbene non vada mai escluso il momento d'incontro personale, gli strumenti informatici possono, in molti casi, sostituirlo. Si può, così, rimanere efficacemente, e a costi contenuti, in contatto tramite web, forum, mail, videocamere in rete, skype, eccetera, implementando un portale per attivare e mantenere una rete di contatti fra le persone, presentare notizie di carattere generale, consigliare letture, pubblicare alcuni risultati, gestire una

sezione di contatti privati.

Mediante STEP 2 ci si propone, dunque, di riunire donne che hanno operato in ambiti scientifici e industriali e che sono disposte ad agire come mentori/counselor, trasmettendo le loro esperienze per aiutare lo sviluppo delle carriere di donne più giovani che lavorano negli stessi settori.

La figura di esperta proposta è a metà fra la mentore e la counselor. Infatti, come la mentore, è collega "saggia" (spesso conoscitrice del "mestiere" e ben consapevole della realtà d'impresa) e con notevole esperienza nel settore specifico e, come la counselor (che si occupa cioè più dei bisogni individuali che di quelli dell'organizzazione), è un'esperta esterna all'impresa industriale presa in considerazione.

Se all'inizio la scelta degli strumenti informatici è scaturita soprattutto dal vincolo di ridurre tempi e costi di un'attività che, nella realtà della maggior parte delle organizzazioni profit italiane, è vista ancora come un "lusso", ad un'analisi più approfondita essa risulta essere una scelta che può dare agli attori coinvolti maggiore flessibilità e libertà di accesso. Se, infatti, si può "imporre" ad un dipendente lo sviluppo di competenze tecniche, altrettanto non si può fare riguardo all'accettazione di un supporto personale che, proprio per sua stessa natura, è difficilmente conciliabile con vincoli imposti alla relazione. E il modo migliore per svincolare il più possibile una relazione di questo tipo è porre minori restrizioni, demandando ai diretti interessati il come ed il quando del contatto.

Per i raggiungere risultati effettivi, in un'attività di questo tipo, la fiducia nel mentore è indispensabile: chi si rivolge al mentore deve avere la garanzia che si operi in modo trasparente, etico e legale.

Per questo motivo, si propone una carta dei principi fondativi di STEP 2, che deve essere conosciuta e sottoscritta dalle partecipanti, pubblicata sul Web Site dedicato al mentoring/counselling e fissare chiaramente sia i requisiti che i limiti richiesti a chi vuole partecipare al progetto/servizio sia come mentore/counselor sia come beneficiaria del supporto e della consulenza on line.

Le persone coinvolte devono aderire al principio che le notizie e le informazioni di cui vengono a conoscenza riguardanti terzi (persone e aziende che non vanno danneggiate in nessun caso) devono rimanere riservate e possono essere, eventualmente, comunicate solo per inquadrare il contesto sociale e aziendale della beneficiaria.

Il fine ultimo è quello di aiutare le donne impegnate nella ricerca industriale a inserirsi nel modo più efficace e incisivo possibile nei ruoli decisionali delle aziende evitando assolutamente di entrare in conflitti

di interesse personali. Per agire come mentore/counsellor, si pongono come requisiti indispensabili, oltre all'essere donna, anche, e soprattutto: l'aver lavorato per almeno quindici anni in ambito scientifico ed industriale, l'aver raggiunto posizioni di coordinamento e/o di responsabilità, il non avere interessi diretti rispetto alla persona da seguire e l'aver sottoscritto la carta dei principi di STEP 2.

Chi desidera beneficiare dei servizi deve indicare il settore lavorativo, fornire un curriculum che evidenzi le competenze, avere una laurea in ambito tecnico-scientifico, essere dipendente di un'azienda o ente profit, essere in - o aspirare a - una posizione di coordinamento o responsabilità e aver aderito alla carta dei principi.

Le mentori/counsellor possono dare consulenze: specifiche di settore (ad esempio, come sviluppare la carriera nel proprio ambito di ricerca: all'estero? In Italia? In quali istituti? In quali settori particolari? Quali sono i più avanzati? Come ci si orienta sul mercato in un dato settore?), sul marketing di se stessi (ad esempio, come promuovere la professionalità nell'ambito del proprio lavoro e in quello dei colleghi e collaboratori, ossia come gestire un gruppo di lavoro? Come presentare al meglio la propria attività?), sugli stili di leadership (ad esempio, come promuovere e sviluppare stili più in sintonia con le capacità femminili?), su come conciliare lavoro e altri impegni (famiglia, interessi, condizioni di salute, ecc.).

Poiché la relazione tra mentore/counsellor e beneficiaria è quella tra due professioniste, il rispetto reciproco è indispensabile ed il successo dell'idea dipende anche dalla capacità di creare uno scambio di esperienze, una rete di amicizia e di sostegno reciproco.

Il progetto prevede: una fase di promozione da attuare tramite diversi mezzi (eventi, conferenze, Internet, giornali, ecc.) per la raccolta di fondi e lo start up dell'iniziativa; una fase per la realizzazione di un apposito portale (in parte pubblico ed in parte riservato alle comunicazioni private tra mentori/counsellor e beneficiarie di STEP 2); una la fase per la selezione delle mentori/counsellor e una loro, breve, formazione riguardo gli obiettivi del progetto; infine una fase di avvio del servizio e della rete di mentoring/counselling, con raccolta delle adesioni delle beneficiarie.

Durante il primo avvio di STEP 2 è previsto un monitoraggio continuo per la verifica dei risultati raggiunti e la messa a punto del servizio.

Va detto ancora qualcosa riguardo ai tempi di realizzazione ed ai finanziamenti di STEP 2. Riguardo ai tempi si prevedono circa sei mesi per l'avviamento dell'iniziativa, la promozione e la raccolta di fondi e dodici mesi per mettere a regime il servizio, eseguire

il monitoraggio e la verifica dei risultati. Riguardo al finanziamento, si sottolinea che tutto nasce in logica no profit e che, pertanto, i costi sono, essenzialmente, quelli di promozione e di infrastruttura tecnologica. Si presume un finanziamento iniziale, per lo start up del progetto, indispensabile per predisporre l'infrastruttura informatica ed attuare le necessarie azioni promozionali. Dopo questo periodo, verificato l'interesse per la proposta e l'efficacia di questa impostazione, si possono meglio valutare i costi relativi allo sviluppo ulteriore di STEP 2 in vista dell'erogazione continuativa di un servizio consolidato.

Relativamente al monitoraggio dell'attività di mentoring/counselling, si conta di portarla avanti rilevando la data di inizio e di fine attività; misurando i risultati quantitativi raggiunti dalla beneficiaria (livello contributivo raggiunto, percentuale di aumento dello stipendio, numero di opportunità formative avute, numero di collaboratori, disponibilità e consistenza di benefit, ...); individuando i risultati qualitativi (livello raggiunto nella gerarchia dell'organizzazione, influenza personale all'interno dell'azienda, indipendenza nell'avviare iniziative all'interno del proprio ambito professionale, ecc.).

Infine, in conclusione, vogliamo lanciare alcune provocazioni: è un bene considerare solo donne come mentori/counsellor di altre donne? E, in caso negativo, quali requisiti verrebbero richiesti agli uomini per fare i mentori/counsellor di loro colleghe più giovani? Poiché sono spesso gli uomini a occupare le posizioni apicali non sarebbero, proprio per tale ragione, i più adatti a dare consigli? Affermare che solo le donne possono comprendere i problemi "aziendali" di altre donne non è un pregiudizio?

E, da ultimo, perché le donne professioniste non insegnano agli uomini professionisti modi nuovi e più partecipati di comando?

Le Autrici saranno liete di fornire, a richiesta, chiarimenti ed informazioni di dettaglio ai Lettori interessati al Progetto STEP 2:

scotti@units.it - paola.urso@tin.it ■