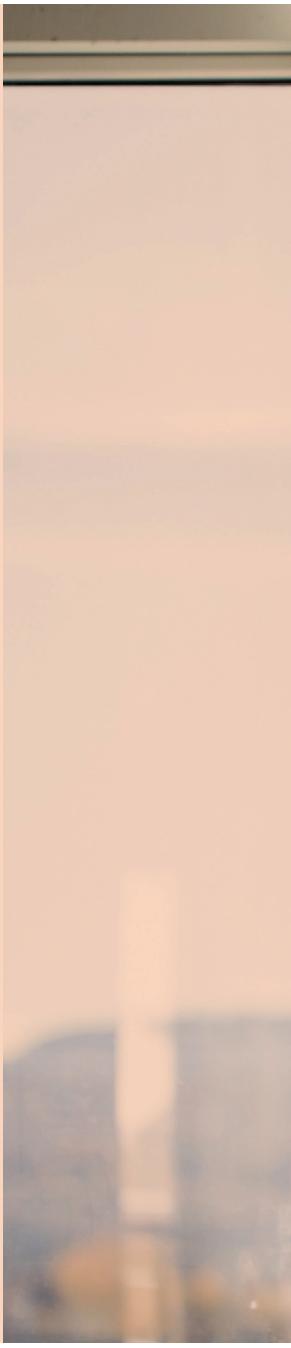

# UN GRUPPO CHE DÀ VALORE ALLE DONNE

A cura della Redazione

**Per il quinto anno consecutivo il Gruppo Allianz viene incluso nel Gender Equality Index di Bloomberg, l'indice mondiale che misura la presenza equa di genere nelle organizzazioni. Un risultato che premia gli sforzi che, non da ieri, la Compagnia rivolge a tutti gli obiettivi di inclusione e *diversity*.**

In tutto il mondo le migliori aziende puntano a realizzare le forme più avanzate di inclusione e di *diversity*. Non si tratta solo di un'evidente esigenza mettere tutti i dipendenti sullo stesso piano che, per la nostra sensibilità contemporanea, si prefigura come una base minima di equità e di pari opportunità; le aziende con un elevato grado di diversità sono anche quelle che registrano i migliori risultati, grazie alla partecipazione di tutti i loro dipendenti allo sforzo comune e al contributo di idee diverse che promanano da culture diverse.
Il Gruppo Allianz ne è fermamente convinto, crede in una forza lavoro diversificata e fortemente inclusiva, ingaggiando persone di generazioni differenti e con background diversificati, sforzandosi di far percepire l'importanza che rivestono in quanto forza trainante del successo della società.
Per quanto riguarda in particolare il *gender gap*, il CEO di Allianz SE, Oliver Bäte, ha di recente sottoscritto l'impegno a sostenere i **Women's Empowerment Principles** delle Nazioni Unite, sottolineando l'intenzione di promuovere l'uguaglianza di genere all'interno della Compagnia.

## IL GENDER EQUALITY INDEX (GEI) DI BLOOMBERG È L'INDICE MONDIALE CHE VALUTA LA PRESENZA E IL RUOLO FEMMINILI NELLE ORGANIZZAZIONI. NEL 2020 COMPRENDE:

- 325 AZIENDE
- 50 PAESI
- 9 SETTORI DIFFERENTI

"Intendiamo costruire una cultura che offra pari ed eque opportunità alle nostre persone. Vogliamo che si sviluppino al massimo del loro potenziale, indipendentemente dal sesso o da altre differenze. Dare maggior potere alle donne significa assumersi questa responsabilità".
Siamo, dunque, particolarmente orgogliosi che Allianz SE sia stata inclusa anche nel 2020, per il quinto anno consecutivo, nel **Gender Equality Index** (GEI) di Bloomberg, l'indice mondiale che valuta la presenza e il ruolo femminili nelle organizzazioni, e che quest'anno comprende 325 aziende (230 nel 2019) di 50 Paesi e regioni e di 9 settori differenti.
Un riconoscimento non casuale, in effetti: "Siamo impegnati a rendere sempre più ricco un ambiente di lavoro nel quale le persone siano in grado di dare il meglio di sé e possano contribuire al successo di Allianz nel mondo", ha detto Niran Peiris, membro del Board of Management di Allianz SE e presidente del Global Inclusion Council.
I dati GEI mettono in evidenza che le aziende guidate da una donna hanno di norma altre figure femminili in ruoli apicali e sono più impegnate della media nell'attrarre e conservare una clientela femminile. Come ha dichiarato Peter T. Grauer, Presidente di Bloomberg, "ogni anno il rapporto incrementa la disponibilità di dati ESG (Environmental, Social and Governance) per gli investitori a livello globale, fornendo indicatori sempre più approfonditi su una gamma crescente di aziende quotate. Questo livello di trasparenza su come le aziende affrontano i temi della parità di genere nei luoghi di lavoro e nelle comunità locali alimenta le decisioni finanziarie che si prendono nel mondo intero e rafforza l'orientamento del

Il **39%** delle aziende nel GEI ha reso noti gli obiettivi di aumento della leadership femminile. Il **16%** ha annunciato piani tesi a colmare il divario retributivo

business verso un contesto d'impresa sempre più inclusivo".
Un punto di vista del tutto coerente con la filosofia, e la pratica, di Allianz per inclusività e *diversity*. Dal 2007, infatti, il Global Inclusion Council assicura l'implementazione della strategia di *diversity* in tutte le organizzazioni del Gruppo Allianz e coordina i differenti programmi in cui si articola, assicurandone l'allineamento costante con gli obiettivi più generali. Tra questi, uno dei più rilevanti è quello che pone già dal 2021 l'obiettivo di portare la presenza femminile al 25% nei Board of Management e al 40% nel pool di talenti. Per quanto riguarda Allianz SE, il quartier generale del Gruppo, e Allianz Germany, la maggiore organizzazione, l'impegno è di arrivare ad almeno il 20% nella prima linea sotto i Board of Management e al 30% nella seconda entro il 2021.

## I WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES DELLE NAZIONI UNITE

Rivolti esplicitamente alle imprese private di tutto il mondo, i Women's Empowerment Principles (WEPs) sono un insieme di principi che offrono una guida su come promuovere l'eguaglianza di genere e l'empowerment delle donne sul posto di lavoro, sui mercati e nelle comunità. Istituiti dal Global Compact delle Nazioni Unite e da UN Women, i WEPs si ispirano agli standard internazionali in materia di lavoro e diritti umani, e si basano sull'idea che le imprese hanno uno specifico interesse e una precisa responsabilità in merito all'eguaglianza di genere e all'emancipazione femminile.
I WEPs sono un veicolo primario per la realizzazione in azienda degli obiettivi di eguaglianza di genere dell'agenda 2030 e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.
Entrando a far parte della comunità dei WEPs, il CEO segnala l'impegno a realizzare quest'agenda ai più alti livelli dell'organizzazione e a lavorare in collaborazione in reti multistakeholder per promuovere pratiche aziendali che favoriscano l'empowerment delle donne. Queste pratiche prevedono la parità di retribuzione per lavori di pari valore, gestione della supply chain attenta al genere e tolleranza zero per le molestie sessuali sul posto di lavoro.

# OBIETTIVO DEL 2021 PER PRESENZA FEMMINILE:

- 25% NEI BOARD OF MANAGEMENT
- 40% NEL POOL DI TALENTI

All'interno della Compagnia, sono operativi e dinamici gli *employee network*, gruppi formati da dipendenti che hanno lo scopo di dare a tutti un senso di comunità e l'opportunità di creare legami con altri colleghi condividendone le esperienze. Questi network offrono, comunque, anche interessanti opportunità per consultarsi reciprocamente su questioni come, per esempio, lo sviluppo di nuovi prodotti o le migliori forme di comunicazione. Rappresentano un punto di relazione importante per aumentare la consapevolezza, proporre cambiamenti e definire gli obiettivi della *diversity*.
In quest'ambito, opera in particolare Allianz NEO, un network di dipendenti che rappresenta l'evoluzione da precedenti gruppi femminili presenti in Allianz. Perché viene considerata un'evoluzione? Perché, in effetti, la parità di genere è una questione che riguarda allo stesso modo donne e uomini e, per realizzare dei veri progressi, riteniamo che gli uomini debbano far parte del dibattito.
Altri network importanti sono AllAbility e Allianz Pride. Il primo ha l'obiettivo di innalzare la consapevolezza sul tema delle disabilità nell'ambito della Compagnia, per assicurare che tutti i luoghi di lavoro siano privi di barriere e ostacoli, e promuovano all'interno e all'esterno l'immagine di Allianz come azienda attrattiva per persone con disabilità. Il secondo è il network globale LGBT+, che rafforza la posizione di Allianz a favore di un ambiente di lavoro, e di una società, inclusivi per persone di questi gruppi sociali.
Un insieme di iniziative coerenti tra loro, dunque, con lo scopo di rafforzare la più grande compagnia assicuratrice del mondo sia nel gestire al meglio il proprio business, sia per realizzare l'obiettivo costante di essere un'azienda innovativa fermamente intenzionata a continuare a mettere al centro i propri Clienti.

# IL GENDER EQUALITY INDEX DI BLOOMBERG

Niente è più importante, oggi, per un'azienda di poter dimostrare in che modo fa avanzare le donne nei luoghi di lavoro, qual è il valore dei propri prodotti e qual è l'impatto sulla società. Il rapporto Bloomberg sulle politiche di genere nelle imprese costituisce un punto di riferimento e uno standard metodologico internazionale per valutare i dati su questo tema fondamentale. Uno schema che le aziende possono utilizzare a costo zero per identificare la propria impronta relativa alla parità di genere su cinque dimensioni:

1. leadership femminile e gestione dei talenti;
2. uguaglianza retributiva;
3. cultura inclusiva;
4. politiche relative agli abusi sessuali;
5. orientamento di genere del brand.

Rendendo noti gli indicatori di genere, le aziende incluse nel GEI 2020 hanno fornito informazioni estese sui loro investimenti relativi sia all'eguaglianza di genere nelle loro aziende sia alle comunità locali i cui operano.

**Il cambiamento parte dal top.** Da quanto emerso dai dati nell'indice 2020, le aziende il cui top manager è una donna hanno un numero maggiore di donne nel senior management rispetto ad aziende guidate da un uomo. Le organizzazioni guidate da donne hanno anche più donne nella fascia retributiva del primo 10% rispetto a quelle guidate da un uomo. Inoltre, il 64% delle aziende che hanno un Chief Diversity Officer (CDO) includono di norma gli obiettivi di diversità e inclusione nelle valutazioni delle performance del senior management (il 59% rispetto al 20% delle aziende senza CDO). Le aziende con CDO hanno maggiore propensione a reclutare candidati di origini diverse per le posizioni manageriali (67% contro 31%).

**Attenzione alla clientela femminile.** Il GEI 2020 ha messo in evidenza che non solo le aziende stanno cercando di attrarre gruppi di Clienti diversificati in base al genere, ma stanno valutando con maggiore attenzione rispetto agli anni precedenti i materiali pubblicitari e di marketing per evitare che esprimano dei pregiudizi di genere. Il 78% delle aziende nell'indice valuta con questi criteri il proprio materiale di marketing rispetto al 68% dell'anno precedente. Inoltre, quasi la metà (46%) delle aziende misura la fidelizzazione della clientela femminile e il 57% traccia la soddisfazione dei Clienti in base al genere, ove sia possibile.

**Pubblicazione degli obiettivi.** Quest'anno, per la prima volta, lo schema GEI ha rilevato quali aziende hanno reso pubblici i propri obiettivi diretti a colmare il divario di genere. In particolare, il 39% delle aziende nel GEI ha reso noti gli obiettivi di aumento della leadership femminile, mentre il 16% ha annunciato piani tesi a colmare il divario retributivo. In relazione alle cinque dimensioni per l'uguaglianza di genere, le aziende incluse nell'indice di quest'anno hanno ottenuto un punteggio pari o superiore alla soglia globale stabilita da Bloomberg per riflettere un elevato livello di divulgazione e di performance complessiva.