

LEADERSHIP AL FEMMINILE: vera opportunità o mera pubblicità?

In un mondo del lavoro sempre più competitivo, l'essere donna ed essere un leader è spesso un'ardua impresa.

Difatti, nonostante la sempre più diffusa emancipazione femminile, oggi, la donna deve imporsi per emergere; non a caso [la diva Ginger Rogers](#), con la citazione "le donne devono ballare all'indietro e sui tacchi alti", riassume le doppie difficoltà che le donne incontrano: in quanto professioniste e in quanto donne.

Capita, sempre più frequentemente, che una donna venga reputata "presuntuosa" solo perché aspiri a raggiungere poteri, vette e posizioni che, nell'immaginario collettivo, sono tipicamente affidati ad un uomo.

Eppure, secondo le statistiche, le grandi aziende con a capo una donna maturano un fatturato sempre più crescente; così come, in campo politico la tendenza alla corruzione è sicuramente più insinuata all'interno della compagine maschile.

Tuttavia, il modello di *leadership* prevalente è indubbiamente quello maschile tanto che, secondo uno studio svolto dall'Organizzazione Internazionale WEF (*The World Economic Forum*), nel 2019 il nostro paese ha registrato una regressione, scendendo al 76esimo posto su 153 Paesi rispetto alla migliore posizione ricoperta solo l'anno precedente.

Medesimi risultati si rilevano sul fronte politico ed economico, tanto che, l'Italia si posiziona 44esima rispetto alla partecipazione femminile (30esima per presenza in Parlamento), 117esimo posto per opportunità e partecipazione economica ed, infine, 125esima per parità retributiva con gli uomini.

Ancora, dal 2005 ad oggi, l'indice di miglioramento per quanto riguarda la parità di genere è di soli cinque punti, sebbene la strategia per il raggiungimento della stessa sia al centro delle politiche europee 2020-2025.

Il concetto di *leadership* per le donne non si identifica con quello di comando bensì con quello "che consente di cambiare e migliorare le cose"; invero, la donna ha la capacità, anche grazie alle sue competenze relazionali, di orientare la *leadership* con naturalezza verso un servizio di tutela e di sostegno del gruppo a suo capo.

In altri termini una capacità di *agency* motivante che non si connota come “*imperium*” ma come “*auctoritas*” (autorevolezza).

Le capacità di una *leader* si distaccano dalla concezione vecchio stampo di tipo “maschile”, questa concepita come autoritaria e basata sulla manipolazione, sulla paura e sulla gerarchia; la donna riesce a gestire situazioni di *leadership* partecipative e condivise mediante il dialogo.

A volte, però, la naturale empatia delle donne porta le stesse a mettersi nei panni altrui, dando la priorità alle esigenze degli altri.

Sarebbe auspicabile una giusta combinazione di fattori, simultanei tra loro, per puntare al successo: autorevolezza, autorità e comunicazione.

Molte donne che rivestono posizioni apicali sono concordi nell'affermare che sono riuscite ad ottimizzare le proprie *performance* professionali attraverso la valorizzazione di una modalità di azione incisiva e, al contempo, morbida verso il gruppo di lavoro.

Vi è dunque un modello *standard* di donna leader? e se così fosse, quali sarebbero le sue connotazioni rispetto a quelle maschile?

Sicuramente, rispetto alle qualità necessarie affinché si possa descrivere al meglio una donna-leader, si registra:

- visione creativa,
- sensibilità
- concentrazione,
- pazienza e perseveranza,
- flessibilità e adattabilità.

Tutte queste portano alla creazione di un gruppo di lavoro unito, sereno e capace di sviluppare progetti sia in collaborazione, che autonomamente.

Nel 2020 la *leadership* al femminile non è semplicemente una meta da raggiungere, ma è piuttosto un percorso che parte dall'interiorità di una singola donna e si proietta verso il mondo, e verso il successo.

Avv. Alessia Padovano

Managing Partner

Legal In Lab, sede di Bari