PAESE :Italia
PAGINE :1
SUPERFICIE :126 %
PERIODICITÀ :Mensile□□

AUTORE :Patty Torchia

Fortune - Italia

► 1 agosto 2022



A COLAZIONE CON...

Cristina Scocchia

"In Italia donne e giovani sono penalizzati. Le quote rosa sono una medicina amara, ma necessaria": parola dell'amministratore delegato di Illy Caffè

di Patty Torchia

"ARRIVA IN AZIENDA un gruppo di fornitori, salutano con molti ossequi i miei dirigenti, io sono invisibile. Poi si girano verso di me e mi porgono il cappotto. 'Può appenderlo per favore?', mi chiedono. 'Volentieri' rispondo. E mi presento: 'Piacere, sono l'Amministratore delegato'".
Eccola Cristina Scocchia. Pragmatica, diretta. Quando Illy Caffè le offre un posto in Cda si accorge subito che quel ruolo non era abbastanza: Cristina poteva e doveva essere di più. Così da gennaio di quest'anno Scocchia diventa Ad di Illy caffè, uno dei brand di caffè più celebri al mondo, simbolo per eccellenza del Made in Italy. Tuttavia, Illy caffè non è che l'ultimo traguardo: prima c'è stata Kiko, prima ancora L'Oreal, Procter & Gamble per cominciare. Il talento di Cristina si accende negli anni dell'Università, si sviluppa all'estero ed esplode in Italia, dove però si trova a essere spesso l'unica donna nella stanza. Oggi facciamo colazione con la regina del caffè. E con chi, sennò. "Ho iniziato il mio percorso all'Università Bocconi mentre studiavo. Un'amica mi ha convinto a partecipare a una presentazione di Procter&Gamble dove sono andata controvoglia, senza aspettative. Invece sono rimasta folgorata da questa azienda che parlava di talento, di merito, di investimenti sui giovani, di uguaglianza di genere. Poche settimane dopo sono entrata in azienda da stagista e 3 mesi più tardi ero dipendente. È stata dura, per 3 anni ho lavorato dalla mattina alla sera, il tempo per studiare era dalle 23 alle 3 del mattino. È stato faticoso, ma ne è valsa la pena. Ho capito che era un treno da prendere subito, uno di quelli che passa una volta nella vita. Ho lavorato in Procter & Gamble per 16 anni, fino a diventare responsabile di Max Factor, brand della cosmetica presente in oltre 75 mercati nel mondo. A quel punto mi ha scoperta L'Oréal e mi ha proposto di fare l'amministratore delegato di L'Oréal Italia. La filiale italiana versava in condizioni difficili, la sfida era costruire un team e fare un turn-around di vendite e di fatturato".

Quindi ha accettato perché era difficile?
Diciamo di si. Io da giovane facevo la volontaria sulle ambulanze. Volevo recuperare qualcosa in perdita e farla rinascere. Sono fatta per affrontare le situazioni complesse e fare di tutto per provare risolverle. E ci sono riuscita: in 4 anni l'azienda è entrata nel retail, abbiamo investito in trasformazione digitale e lanciato nuovi prodotti e categorie di merce. Avevo

COURTESY ILLY CAFFÈ

Tutti i diritti riservati

Fortune - Italia

PAESE : Italia
PAGINE :1
SUPERFICIE :126 %
PERIODICITÀ : Mensile□□

AUTORE : Patty Torchia

► **1 agosto 2022**



Tutti i diritti riservati

PAESE :Italia
PAGINE :1
SUPERFICIE :126 %
PERIODICITÀ :Mensile□□

AUTORE :Patty Torchia

Fortune - Italia

► 1 agosto 2022



39 anni quando sono arrivata, ma l'annuncio ufficiale l'ho fatto al mio quarantesimo compleanno. Sapevo che in Italia sarei stata più credibile a 40, che ha 39.

Mi spieghi meglio.
È una battuta, ma onestamente credo ci sia del vero. L'Italia non è un Paese che offre pari opportunità a tutti, tende a penalizzare molto le donne e i giovani. Lo dico sempre con una punta di amarezza, ma dubito che in Italia avrei avuto le stesse opportunità che ho avuto quando avevo 20 anni. Le aziende italiane che investono sui giovani sono l'eccezione più che la regola.

Poi da L'Oreal passa a Kiko.
Cominciavo a sentirmi un po' il 'co-pilota', perché in genere l'Ad di una filiale specifica non fa propriamente l'amministratore delegato. Io infatti mi occupavo unicamente dell'Italia, non partecipavo alla definizione delle strategie o agli incontri con banche e azionisti. Il mio sogno era diventare un amministratore delegato 'vero', fare il pilota. Perciò ho lasciato un'azienda grande come L'Oréal per approdare in una più piccola come Kiko. Anche stavolta avevo il compito di rilanciare l'azienda. Ebbene, il 14 febbraio del 2020 ho annunciato in Cda che in soli due anni avevamo fatto il turn-around. I festeggiamenti però sono durati poco: dopo 10 giorni è iniziata la pandemia Covid, per noi che facevamo retail il mondo è cambiato. In una settimana ho messo in cassa integrazione 8mila persone e ho capito la differenza fra co-pilota e pilota. Ho realizzato che fare l'Ad non vuol dire 'esercitare potere', ma 'prendersi cura delle persone a te affidate'. Nonostante tutto, nel 2021 siamo tornati a crescere: in quei 2 anni abbiamo assunto 100 persone a Bergamo, città simbolo della pandemia. La missione era compiuta, avevo bisogno di nuove sfide. Ed è arrivata Illy Caffè.

Illy Caffè non andava male.
Ma aveva l'ambizione di entrare in Borsa. Da 3 anni facevo parte del cda dell'azienda, poi Andrea Illy mi ha offerto di iniziare un ciclo che portasse Illy in Borsa. Non avevo mai quotato un'azienda, mi sembrava un'idea stimolante. Le ricordo che su 100 amministratori delegati in Italia solo il 3% è donna e nessuna – o pochissime – hanno una quotazione in Borsa. Per questo ho detto sì e oggi sono l'Ad.

Sono poche in Italia le donne che hanno fatto carriera con questa rapidità e a questi livelli. Nel suo caso essere donna l'ha agevolata?
Non credo proprio. Nel mio piccolo ho raggiunto i miei obiettivi attraverso la passione, l'impegno, la determinazione e la resilienza. Ma non è stato sempre tutto facile, la carriera è come una maratona: c'è il momento in cui si corre a buon ritmo e il momento in cui arriva la salita. Poi è chiaro che nella vita ci vuole un pizzico di fortuna, come l'ho avuta io incontrando un'azienda come Procter & Gamble che ha investito su di me senza guardare al fatto che fossi donna, uomo, italiana o straniera. Ha guardato unicamente al talento, al merito e ai risultati che riuscivo a raggiungere. Attenzione, non mi hanno dato tutto quello che chiedevo. Avevo chiesto di seguire il settore beauty e loro mi hanno dato Kukident, l'adesivo per dentiere. Quando ho chiesto spiegazioni mi hanno detto "Se impari a fare marketing su un prodotto così poco attraente puoi fare marketing con tutto". Ed era vero. Dopo 4 anni mi hanno promosso, sono stata in Europa Centro-Orientale, in Africa e Medioriente. In certi contesti, quelli in cui il ruolo della donna è molto diverso dal modello occidentale, ero l'unica donna nel leadership team e l'unica non mediorientale. Se vai in un Paese così diverso dal tuo, cresci per forza. Perciò no, non sono mai stata agevolata. Se nei primi 16 anni di carriera sono stata trattata e valorizzata come una 'persona', in Italia ho dovuto faticare di più... Da noi si parla molto di uguaglianza e parità di genere, ma la verità è che la differenza di genere in Italia esiste e pesa ancora molto.

Eppure gli incentivi a favore delle donne esistono. L'Unione europea ha dato il via alla normativa sulle quote rosa (Women on boards) che prevede la presenza di almeno il 40% di donne nei Cda delle società quotate. Le sembra una soluzione efficace?
Quando ero all'estero ero contraria alle quote rosa, pensavo che la carriera si dovesse fare solo per merito e basta. In Italia mi sono ricreduta: le quote rosa sono una medicina amara, ma necessaria. Se il talento è equamente distribuito tra uomini e donne, le possibilità di metterlo in pratica no. Le quote rosa servono a questo. Potremo dire di aver raggiunto un vero traguardo quando le quote rosa non serviranno, quando costruiremo una società che ti valuta per quello che sai fare, indipendentemente dalla carta d'identità. Da quando sono in Italia mi capita spesso a certi tavoli di essere l'unica donna, l'unico Ad donna. Quando mi porgono il cappotto per appenderlo non me la prendo più, anzi se adesso mi chiedono di portare il caffè posso finalmente offrirne uno buono. Resta il fatto evidente che in Italia gli stereotipi ci sono.

Un rapporto di Save the Children fa notare che in Italia nel 2021 se il tasso di occupazione per gli uomini tra i 15 e i 64 anni si attesta al 67,1%, per le donne scende al 49,4%: questo significa che meno di una donna su due, in questa fascia d'età, risulta occupata (a fronte di due uomini su tre), e che il divario da colmare è di 17,7 punti nella media nazionale. Lei ha capito di chi è la responsabilità?
C'è in primis un fattore culturale: nelle famiglie manca la consapevolezza che uomini e donne hanno gli stessi diritti di realizzarsi in ambito

Tutti i diritti riservati

PAESE :Italia
PAGINE :1
SUPERFICIE :126 %
PERIODICITÀ :Mensile□□

AUTORE :Patty Torchia

Fortune - Italia

► 1 agosto 2022



lavorativo. Bisogna agire a livello culturale per affermare che l'uomo non è 'determinato' e la donna solamente 'ambiziosa'. Poi dobbiamo promuovere una più equa distribuzione dei carichi familiari: una statistica Istat ci indica che il 70-80% del carico familiare ricade sulle donne, che vuol dire un impegno di circa 6/8 ore al giorno. In famiglia uomini e donne devono occuparsi allo stesso modo delle stesse cose e le istituzioni devono fare la loro parte: ho vissuto oltre 13 anni all'estero e devo dire onestamente che i servizi per le famiglie sono più sviluppati che in Italia. Nel Pnrr ci sono tanti investimenti in questo senso, spero sia la volta buona per fare passi avanti. C'è anche un'altra battaglia in cui credo molto: quella della formazione. Le donne sono penalizzate perché spesso non hanno competenze scientifiche, tecnologiche e digitali che in questi anni sono fondamentali, perché garantiscono impiego e una maggiore remunerazione. Su 100 ragazze laureate solo 16 si laureano in materie Stem. I ragazzi sono di più, 37 su 100.

Ma torniamo ai carichi familiari: nella sua famiglia come sono distribuiti? Lei è mamma...
Essere mamma è la cosa più importante della mia vita. Ovviamente è molto complicato conciliare diversi ruoli, servono impegno e disciplina. Nel mio piccolo ho realizzato che non posso pretendere sempre il massimo da me stessa, ci sono momenti in cui devi fare la differenza e momenti in cui devi delegare senza sentirti in colpa. Sia io che mio marito siamo persone in carriera, lui è cardiochirurgo, è molto impegnato. Ebbene, entrambi cerchiamo di portare avanti la nostra professione e crescere nostro figlio senza perdere i momenti più importanti della sua vita. Al mio lavoro ho dedicato passione e impegno, ma al primo posto ho sempre messo gli affetti. È stato questo a rendermi una manager migliore, a darmi quella solidità emotiva necessaria per far bene sul lavoro. Ho cominciato a essere più attiva sui social, su LinkedIn in particolare, perché tante ragazze mi cercano per avere consigli su maternità e lavoro, mi considerano un role-model. In Italia c'è ancora bisogno di dire che puoi fare carriera e avere dei figli.

> “Non è stato sempre tutto facile, la carriera è come una maratona”

Tre domande: quante donne ci sono nella sua azienda? Assume a cuor leggero donne che vogliono diventare mamme? Consiglierebbe oggi a una giovane di restare in Italia per fare carriera?
Parto dall'ultima: amo moltissimo l'Italia e ho sempre cercato di esserne ambasciatrice all'estero perché credo nelle potenzialità del nostro paese. Tuttavia, a una ragazza italiana suggerirei di vivere un'esperienza fuori, perché è una grande occasione di arricchimento personale. Le consiglierei di andare fuori e poi tornare. Io personalmente ho sentito la vocazione di tornare e ne ho avuto l'occasione. È bello rientrare nel proprio Paese e contribuire a migliorare la situazione. Sulla quantità di donne in azienda le dico che da noi il 50% del personale è donna. Nel leadership team non abbiamo ancora un'equa distribuzione di genere, ma stiamo facendo il possibile per migliorare. Ci tengo a sottolineare che non ho mai avuto delle scorecard nella mia vita: quando cerco una persona non guardo al genere, ma al merito.

Però prima mi ha detto che ci vogliono le quote rosa.
Servono perché non c'è meritocrazia. Mi spiego meglio: noi donne non abbiamo bisogno di un 'aiutino' perché non siamo una specie in via di estinzione che deve essere protetta. Siamo invece una specie in 'via di affermazione'. Se un imprenditore nel suo piccolo riesce ad applicare il principio della meritocrazia, allora le quote rosa non servono. Io assumo senza problemi una donna che vuole avere dei figli, perché non dovrei? Le aziende non devono permettersi di chiedere a una donna o a un uomo se desidera diventare genitore e resto basita quando scopro che in Italia serva ancora ribadire il concetto.

PRIMA DI SALUTARCI Cristina Scocchia mi chiede di aggiungere una cosa e io mi aspetto una postilla speciale a supporto del marchio che rappresenta oggi, un mini spot per la Illy. Invece lei, donna di numeri, pensa già al futuro, al passo successivo, al gap da colmare. “Vorrei che in questa intervista non passasse il concetto di una contrapposizione tra uomini e donne perché senza gli uomini non andiamo da nessuna parte. Devono combattere una battaglia che non è solo per le donne, è una battaglia di tutti. Se noi aumentassimo il tasso di occupazione femminile solo del 10%, il nostro Pil crescerebbe del 7%, molto di più di quello che ci aspettiamo dal Pnrr”.
E io immagino Cristina Scocchia su quell'ambulanza, giovanissima e determinata (non ambiziosa) mentre cerca di salvare il mondo.

Tutti i diritti riservati