



*Nessun uomo ha davvero successo se non ha le donne dalla sua parte,
perché le donne governano la società (Oscar Wilde)*

Manager Assistant's Leadership Initiative

d.ssa Olimpia Ponno





OBIETTIVI DELL'INCONTRO

- individuare bisogni, esigenze e gap delle donne assistenti di direzione nel proprio ambito aziendale*
- creare una rete di informazioni e di ricerca per indirizzare le assistenti di direzione verso un percorso formativo di qualità attraverso i 4 moduli del programma annuale*
- suggerire strategie concrete per superare gli ostacoli alla propria crescita professionale e personale*





Sharing culture, advancing women!





World Economic Forum

presenta

The Women Leaders and Gender Parity Programme

Mission: Promuovere la leadership femminile ed eliminare i divari di genere a livello globale

Il programma nello specifico mira a:

- incrementare la partecipazione delle donne nelle attività promosse dal Forum
- a misurare e monitorare attraverso strumenti di benchmarking la performance dei Paesi rispetto alla diversità di genere
- a promuovere il dialogo e a catalizzare l'attenzione attraverso Gruppi di Parità di Genere costituiti da leader influenti (50% donne e 50% uomini) impegnati a porre fine alle disparità

SECRETARY
day
2009

Milano 25 giugno 2009



The Global Gender Gap Report

Ricardo Hausmann, Harvard University
Laura D. Tyson, University of California, Berkeley
Saadia Zahidi, World Economic Forum

2008



Classifica dei primi 20 paesi su un campione internazionale di 130

1. Norvegia
2. Finlandia
3. Svezia
4. Islanda
5. Nuova Zelanda
6. Filippine
7. Danimarca
8. Irlanda
9. Paesi Bassi
10. Latvia
11. Germania
12. Sri Lanka
13. Regno Unito
14. Svizzera
15. Francia
16. Lesotho
17. Spagna
18. Mozambico
19. Trinidad e Tobago
20. Moldova

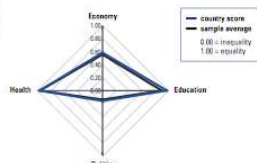


Italy

Rank Score (0.00 = inequality, 1.00 = equality)

Gender Gap Index 2008 (out of 130 countries)	67	0.679
Gender Gap Index 2007 (out of 128 countries)	84	0.650
Gender Gap Index 2006 (out of 113 countries)	77	0.646

Key Indicators	
Total population (millions), 2006	59.38
Population growth (%),	0.40
GDP (US\$ billions), 2005	1,157.04
GDP (PPP) per capita	28,156
Mean age of marriage for women (years)	28
Fertility rate (births per woman)	1.40
Year women received right to vote	1945
Overall population sex ratio (male/female)	0.96



Gender Gap Subindex	Rank	Score	Female to male ratio
Economic Participation and Opportunity	85	0.587	0.587
Labour force participation	81	0.69	0.69
Wage equality for similar work (survey)	111	0.54	0.64
Estimated earned income (PPP US\$)	88	0.47	0.51
Legislators, senior officials, and managers	36	0.49	0.28
Professional and technical workers	68	0.88	0.72
Educational Attainment	43	0.996	0.929
Literacy rate	54	1.00	0.87
Enrolment in primary education	84	0.99	0.97
Enrolment in secondary education	1	1.00	0.92
Enrolment in tertiary education	1	1.00	0.86
Health and Survival	83	0.972	0.959
Sex ratio at birth (female/male)	112	0.92	0.92
Healthy life expectancy	58	1.06	1.04
Political Empowerment	46	0.160	0.163
Women in parliament	47	0.27	0.21
Women in ministerial positions	31	0.32	0.17
Years with female head of state (last 50)	40	0.00	0.13

Additional Data	
Maternity and Childbearing	
Births attended by skilled health staff (%)	99.00
Contraceptive prevalence, married women (%)	60
Infant mortality rate (per 1,000 live births)	3
Length of paid maternity leave	5 months
Maternity leave benefits (% of wages paid)	80
Provider of maternity coverage	Social security
Maternal mortality rate (per 100,000 live births)	3
Adolescent fertility rate (births per 1,000 women aged 15-19)	6.44
Education and Training	
Female teachers, primary education (%)	96
Female teachers, secondary education (%)	67
Female teachers, tertiary education (%)	34
Employment and Earnings	
Female adult unemployment rate (%)	10.10
Male adult unemployment rate (%)	6.20
Women in non-agricultural paid labour (% of total labour force)	41
Ability of women to rise to enterprise leadership*	3.65
Basic Rights and Social Institutions**	
Paternal versus maternal authority	0.00
Female genital mutilation	0.00
Polygamy	0.00
Existence of legislation punishing acts of violence against women	0.42

*Survey data, responses on a 1 to 7 scale (1 = worst score, 7 = best score)
**Data on a 0 to 1 scale (1 = worst score, 0 = best score)

L'Italia (al 67° posto) guadagna rispetto all'anno precedente 18 posizioni. I dati dimostrano avanzamenti significativi nella percentuale di donne manager, membri del parlamento, ruoli ministeriali e giuridici





MPI WOMEN'S LEADERSHIP Initiative

— leading the way to leading women

Dallas - **2001** nasce *Women's Leadership Initiative*, dall'osservazione che nella meeting industry il 75% degli iscritti erano donne, costituendo la maggioranza ma rappresentando la minoranza in posizioni di responsabilità: 11% di donne su 15.000 rispetto al 30% di 5.000 rappresentanti uomini

Da qui la domanda: cosa fare?

Risposta: **ricercare, pianificare e implementare programmi e servizi dedicati alle donne**

2006 *l'iniziativa* assume una dimensione **istituzionale** attraverso un piano preciso di obiettivi che vengono incorporati nel Business Plan Associativo





Lo sviluppo della leadership femminile si muove tra formazione e associazione/network, laddove da una parte occorre lavorare con costanza su vere e proprie **barriere culturali**, dall'altra sulla necessità di stabilire forti sinergie e **rafforzare la complicità** fra uomo e donna per la difesa e lo sviluppo di valori che riguardano lavoro, famiglia, cultura, ambiente, salute



Off ramps and on ramps"

(Fuori strada e su strada)

Sylvia Ann Hewlett, economista inglese di fama internazionale sostiene che gli uomini viaggiano in autostrada mentre le donne, dal punto di vista lavorativo, seguono un percorso a ostacoli e spesso escono fuori corsia: interruzioni, rallentamenti, rinunce, cambiamenti nel tentativo di riuscire a conciliare le richieste pressanti dell'ambiente di lavoro con la propria vita privata



Cosa impedisce alle donne di diventare leader

- Stereotipi e preconcetti su ruoli e abilità
- Mancanza di modelli di successo
- Carenza di esperienza manageriale
- Famiglia o responsabilità individuali (i figli o un genitore anziano)
- Assenza di iniziative di mentoring e formazione
- Fattori demografici e sociali (i datori di lavoro oggi lamentano di dover impiegare persone giovani poco preparate)

Principali ostacoli/limiti sul percorso professionale

- differenza degli stipendi
- scarsa percezione/consapevolezza delle proprie competenze
- atteggiamento di conflittualità (limite cognitivo, proprio della natura femminile)
- ricalco di un modello maschile verbale e non, per "farsi accettare"
- limitata solidarietà tra donne che difficilmente fanno branco a differenza degli uomini



Implementiamo la comunicazione

Facciamo rete!

attraverso:

Formazione
Interviste
Focus group
Ricerche
Iniziative mirate



A che punto è la formazione nelle aziende?

Le aziende investono ancora poco nella formazione al femminile, quasi esclusivamente rivolta a donne appartenenti al top management e non ai livelli più bassi

Troppo spesso si confonde la formazione con "istruzione" e "informazione"

In alcune circostanze può capitare che le stesse dipendenti non insistano troppo a chiedere formazione per non aumentare le proprie responsabilità sul posto di lavoro

Formazione = continuo *work in progress* ⇒ *capacità di mettersi in discussione*



MANAGER ASSISTANT'S LEADERSHIP PROGRAM

2009-2010

Appuntamento annuale diviso in 4 moduli ritagliato su misura non solo per ricercare, pianificare e implementare contenuti e servizi per la crescita professionale delle assistenti di direzione, ma soprattutto per comprendere quali sono i motori che muovono la giornata, quali bisogni e necessità ciascuna assistente cerca di soddisfare con il suo comportamento per affermare il proprio ruolo e la propria leadership



Mission:

- sostenere e sviluppare il percorso professionale delle assistenti di direzione in azienda
- individuare i bisogni e le esigenze delle assistenti in funzione della leadership
- sviluppare le modalità e i percorsi per soddisfare le loro esigenze
- suggerire strategie in funzione dei risultati
- fornire risorse organizzative
- sviluppare attività di *mentoring* e *networking*
- offrire una nutrita letteratura sull'argomento e aggiornamenti sul sito Secretary.it



Obiettivi misurabili dell'intero programma

1. consentire alle assistenti di presentare annualmente un progetto o un' iniziativa per valorizzare la propria azienda e ottenere soddisfazione personale
2. selezionare annualmente donne assistenti che facciano da coach per coloro che hanno meno esperienza
3. sviluppare il potenziale, aumentare le proprie competenze e migliorare le prestazioni
4. monitorare la crescita personale e professionale nel corso dell'anno attraverso un sistema termometrico studiato per l'occasione da Olimpia Ponno Hospitality & Meeting Industry e Secretary



Come è cambiato il rapporto tra manager e assistente?

La managerialità nelle attività dell'Assistente di Direzione:
sviluppare competenze e mansioni per conquistare le deleghe di manager

Essere leader nel proprio ruolo!

- Conoscere il vostro manager per meglio gestirlo
- Conoscere le diverse tipologie di personalità
- Individuare lo stile di management



Si devono dunque acquisire competenze inderogabili per un vero braccio destro, come efficienza, autonomia e capacità decisionale

Accrescere la vostra sicurezza per migliorare i rapporti con il capo

La comunicazione e la relazione come chiavi per cambiare la percezione che chi vi gestisce ha di voi



Sviluppare l'ascolto attivo e l'arte di fare domande per catturare informazioni preziose



Chi è l'assistente di direzione?

E' il filtro dell'azienda

E' l'immagine dell'azienda

E' il mediatore dell'azienda

E' il problem-solver dell'azienda



Co-creation

Come misuriamo il successo di una brava leader?

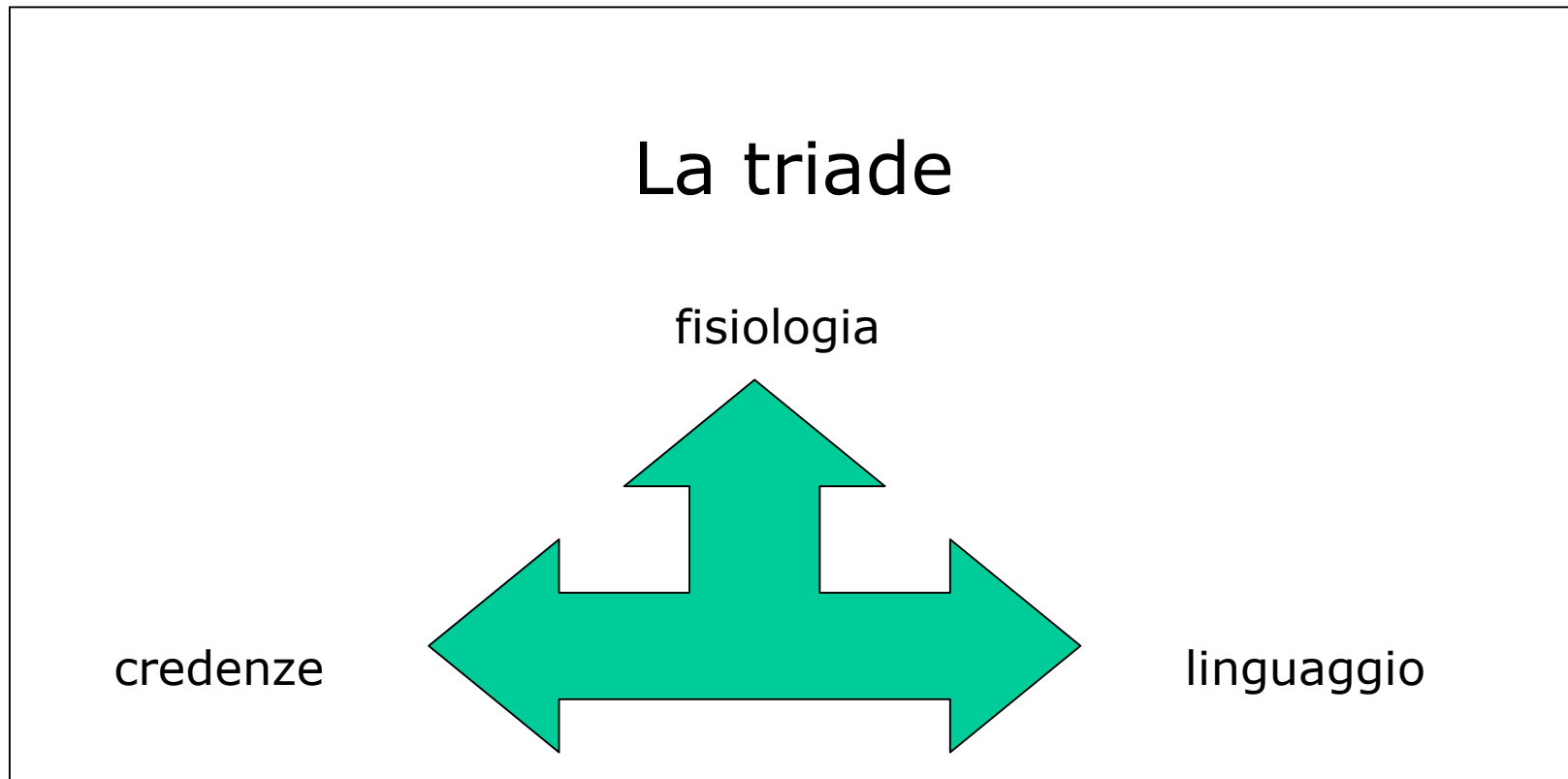
Evidenziamo alcuni elementi chiave
per misurare e ottenere il successo



1. Conoscere e interpretare la cultura della propria azienda e dell'organizzazione di cui si fa parte, per poter agire pro-attivamente
2. Imparare a gestire le emozioni e a saperle comunicare
3. Alimentare la propria curiosità, non fermandosi di fronte a ciò che viene impartito o detto, mostrando sempre e comunque iniziativa
4. Comprendere il linguaggio dei colleghi verbale e non
5. Essere sempre se stesse
6. Non emulare modelli, anche perché di fronte a un cambiamento si corre il rischio di rimanere destabilizzate
7. Non temere di proporre progetti e iniziative per migliorare il sistema e svecchiare la cultura anche se il processo è lungo
8. Individuare gli elementi fondamentali per rafforzare la propria leadership
9. Acquisire autoconsapevolezza
10. Mostrare autorevolezza presso interlocutori interni ed esterni all'azienda
11. Saper prendere decisioni in assenza del responsabile/capo
12. Assumere managerialità
13. Attivare un piano di cambiamento personale



I TRE LIVELLI DEL LINGUAGGIO



Credenze

- Convinzioni
- Valori
- Regole

Ogni comportamento è guidato da credenze che possono avere un impatto basso (es le opinioni), medio, alto (es il senso del dovere)

Le credenze riguardano: famiglia, amici, salute, vita, tempo, denaro, sesso, morte, eternità, regole, lavoro, cibo, ginnastica, giustizia ecc

Dalle credenze scaturiscono valori positivi (amore, amicizia, sicurezza, intelligenza, salute, successo) e valori negativi (fallimento, solitudine, depressione, noia, rabbia ecc)

Dai valori scaturiscono le Regole e le Convinzioni che ci controllano



Linguaggio

- Parole utilizzate
- Domande
- Metafore

Le parole che utilizziamo influenzano potentemente le nostre interpretazioni sui significati che attribuiamo all'esperienza, e di conseguenza influenzano credenze, agiscono sulle emozioni e sulle nostre azioni

Es di metafore: Positiva: Cammino a un metro da terra
Negativa: Mi sento pugnalato alla schiena



Fisiologia

- Respirazione
- Mimica facciale e gestuale
- Movimenti
- Atteggiamenti posturali

Credenze e linguaggio inviano un messaggio alla fisiologia da cui scaturiscono le emozioni. Le emozioni sono create dal movimento. Un radicale cambiamento nella fisiologia crea un immediato cambiamento nelle emozioni e nei comportamenti





Grazie per la vostra partecipazione!

Profilo Olimpia Ponso: Romana, classe 1967. Laureata in Lingue e Letterature Straniere Moderne e Contemporanee all'Università La Sapienza di Roma, ha una specializzazione in Marketing e Management. Dal 1992 al 2007 ha ricoperto ruoli operativi e manageriali nella vendita e nel marketing dei servizi fieristici, congressuali, alberghieri a livello nazionale e internazionale per Fiera di Roma, SGM Conferente Center, Jolly Hotels, Il Ciocco Hotel & Resort, Domina Hotels. Dal 2007 è amministratore unico dello Studio di comunicazione e marketing *Olimpia Ponso Hospitality & Meeting Industry*, organizzato in quattro macro attività: destination marketing & venue finding, event marketing, marketing culturale, formazione. Dal 2002 si occupa di formazione come docente e consulente di corsi e master per le seguenti materie: comunicazione aziendale, event management, marketing culturale, marketing e management dei servizi turistici, leadership femminile. Ha all'attivo tre pubblicazioni *Lo sviluppo della leadership femminile nel turismo congressuale e incentive* (in "Turismo congressuale & Incentive", Edizioni Job in Tourism 2007); *Perchè investire nell'interazione e nella differenza: il marketing culturale nella meeting industry* (in "Turismo congressuale e Incentive" - Edizioni Job in Tourism 2008); *Il valore degli uomini: dalla crisi allo sviluppo, tra comunicazione e formazione* (in "Turismo congressuale e Incentive" - Edizioni Job in Tourism 2009). Intensa la sua vita associativa: dal 2003 socia MPI (Meeting Professionals International); dal 2004 al 2007 membro del Consiglio Direttivo di MPI Italia; dal 2006 al 2007 Chair Education Committee e dal 2005 al 2007 Responsabile per il Women Centric Program; anno 2008-2009 Membro del Content Advisory Council di MPI e responsabile del Comitato Student per MPI Italia Chapter.

Olimpia Ponso Hospitality & Meeting Industry

www.olimpiaponno.com - info@olimpiaponno.com

SECRETARY
day 2009

Milano 25 giugno 2009

