

Economia Osserva Consumi

HOME

LE STORIE

I TREND

STILI DI VITA

I MERCATI

EVENTI

ARCHIVIO

Come sono cambiati e come si evolvono i consumi degli italiani. Un osservatorio in tempo reale sull'andamento delle vendite, dei prezzi e degli stili di vita. Giorno per giorno con numeri, persone, fatti e storie

adv



Donne nella gdo: tante nei negozi, pochissime nei board

di *Cristina Lazzati

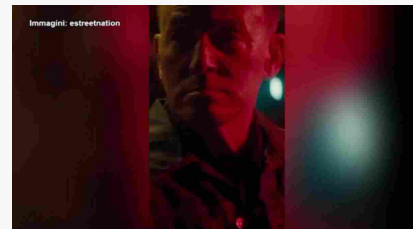


#InTendenza - Secondo l'ultimo report Mediobanca presentato alle Donne del Retail, il settore della grande distribuzione alimentare resta uno dei più femminili... ma solo nei livelli bassi. E le famiglie proprietarie non aiutano il cambiamento

26 MAGGIO 2025 ALLE 12:37

2 MINUTI DI LETTURA

VIDEO IN EVIDENZA



L'amara riflessione social di Bruce Springsteen: "Con Trump abbiamo

Nel retail italiano, le donne ci sono. Anzi, sono la maggioranza.

Ma solo quando si parla di scaffali, casse e turni domenicali. Appena si sale nella scala gerarchica, la loro presenza evapora. È questa la fotografia – nitida, impietosa – che emerge dal nuovo **Osservatorio sulla gdo a prevalenza alimentare** realizzato dall'Area Studi Mediobanca e presentato da **Oriana Romeo all'Associazione Donne del Retail**.

Il report analizza 124 aziende, tutte con fatturato oltre i 200 milioni di euro e appartenenti ai principali gruppi della distribuzione organizzata (Conad, Coop, Selex, Végé, Agorà, Despar, Crai, D.IT, C3). Un campione che rappresenta l'ossatura economica del Paese, ma che sul piano della parità di genere resta fermo ai box.

La forza lavoro è rosa, i vertici no

Le donne rappresentano il 62,9% degli occupati nella gdo alimentare, ma diventano solo il 21,6% quando si guarda a dirigenti e quadri. E la sproporzione è ancora più evidente nei board: qui le donne occupano appena il 19,9% delle cariche. Se si restringe il campo alle società capofila dei gruppi della DO, la percentuale crolla al 7,7%. In numeri: cinque donne in totale.

Le presidenti sono rare, e quasi sempre “di famiglia”

Quando ci sono, le donne nei board lo devono spesso al cognome. L'84,5% delle amministratrici fa parte della famiglia proprietaria. È una realtà figlia di una governance ancora a trazione familiare: nell'85,4% dei casi, infatti, le aziende sono controllate da famiglie. E non sorprende che i board siano composti per tre quarti da soci azionisti, con un'età media di 59 anni.

Ma non tutto resta immobile. Un piccolo segnale di svolta arriva proprio dai dati longitudinali: dal 2019 a oggi, la quota di donne nei consigli è salita dal 16,7% al 19,9%. E se prima tre su quattro erano “solo” consigliere, oggi aumenta la presenza in ruoli apicali: le presidenti passano dal 7% al 18,4%, le vicepresidenti dal 5,3% al 9,2%. L'avanzata è lenta, ma visibile.

Il gender gap nei board è anche un ostacolo strategico

La mancata diversità ai vertici non è solo una questione di giustizia sociale, ma di efficacia aziendale. Le ricerche lo dicono da tempo: le aziende più inclusive performano meglio. Eppure, nella gdo, il cambiamento si scontra con due ostacoli duri a morire: la cultura d'impresa patriarcale e la trasmissione ereditaria delle cariche. Non aiuta che il passaggio generazionale sia ancora un nodo irrisolto: solo il 35% delle famiglie ha già affrontato il tema in modo strutturato.

perso così tanto in poco tempo"



E l'ESG? Un valore, ma (ancora) senza una regia chiara

Il report Mediobanca dedica spazio anche alla gestione delle tematiche ESG. Il 90% delle aziende ne riconosce l'importanza per la reputazione, il 76% per visione strategica. Ma solo il 16,7% ha una figura manageriale dedicata esclusivamente a queste tematiche. Il rischio, come spesso accade, è che la sostenibilità resti uno slogan da bilancio e non un asse di governance.

Una conclusione che riguarda tutte

L'analisi di Oriana Romeo ci consegna una verità scomoda: la gdo è uno dei settori più femminili d'Italia, ma tra i meno femministi. Le donne ci sono, fanno funzionare i negozi, sostengono il servizio, reggono la relazione con il cliente. Ma nei luoghi dove si decide non siedono (quasi) mai.

Non basteranno le quote rosa a colmare questo vuoto, se non si mette in discussione il modello di governance. Famiglia, età media elevata, chiusura al merito esterno: sono queste le gabbie da aprire. Non per ideologia, ma per intelligenza di business.

**direttore di Markup e Gdoweeek*

LEGGI I COMMENTI