Retail LINK

BIMESTRALE 4-2025

INTERVISTA

Haribo punta a rafforzare il mercato delle gommose in Italia

FIERE DI PARMA

TuttoFood 2026 teaser

INSIGHT

L'arte della notiziabilità

FOOD RETAIL

La Piadineria accelera al Sud e punta all'estero

Powered by CIBUSLINK

POINTS OF VIEW

Francesco Galizia, Giandomenico Marcone, Alberto Bucciarelli, Michela Riva, Giovanni Milo

MERCATI

LATTE

Tra stagnazione e trasformazione: come cambia il consumo di latte nella GDO

PASTA SECCA

Il mercato della pasta tra crisi strutturale e nuove opportunità di consumo

PLANT BASED

Plant-based oltre la nicchia: il mercato italiano vale 639 milioni e cambia la strategia della distribuzione

In collaborazione con NIQ

www.ecostampa.it

MANAGERIALITÁ AL FEMMINILE

Dal linguaggio alla leadership: come Maiora integra la parità nella strategia aziendale

L'adesione alla Carta dei Valori dell'Associazione Donne del Retail da parte di Maiora, concessionaria Despar per il Centro-Sud Italia, rappresenta un esempio concreto di integrazione tra strategia aziendale e principi di inclusione, equità e sostenibilità. Ne abbiamo parlato con Grazia De Gennaro, componente del CdA di Maiora e Vicepresidente dell'Associazione, che ha illustrato come l'azienda stia traducendo i valori della Carta in azioni misurabili, coinvolgendo l'intera organizzazione e contribuendo a un cambiamento strutturale nel settore della distribuzione.

Qual è stato il principale stimolo che ha portato Maiora ad aderire alla Carta dei Valori dell'Associazione Donne del Retail?

Il principale stimolo è stato la volontà di consolidare e dare ulteriore riconoscimento a un impegno concreto e continuativo nella promozione della parità di genere, dell'inclusione e dell'equità sul luogo di lavoro. L'adesione alla Carta dei Valori rappresenta un passo coerente con un percorso già avviato nel 2021 con il progetto *Pari Valore*, l'istituzione di un team interdisciplinare per le Pari Opportunità, l'adozione di pratiche inclusive e il raggiungimento della certificazione *Equal Salary* — prima realtà della GDO al Sud Italia a ottenerla. La Carta, quindi, incarna principi già presenti nel DNA aziendale di Maiora e ne rafforza la visione di un retail etico e responsabile.

In che modo questa scelta si integra con la vostra strategia corporate e gli obiettivi di sostenibilità?

L'adesione alla Carta dei Valori si integra pienamente con la strategia corporate di Maiora, che mette al centro la sostenibilità sociale e il benessere delle persone. L'azienda promuove un ambiente

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

124667

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Retail LINK

www.ecostampa.it

di lavoro equo, attento all'equilibrio tra vita professionale e personale, e fondato su inclusione, valorizzazione del talento e assenza di discriminazioni. Tutto ciò si riflette in iniziative come la piattaforma *Benessere 360*, i programmi di formazione continua sull'Accademia Despar, le campagne di comunicazione interna ed esterna, e il progetto *Orgoglio femminile*. In linea con questi obiettivi, Maiora ha adottato anche un *Decalogo del linguaggio inclusivo* e promosso una *formazione specifica sull'equità di genere*, accessibile a tutta la popolazione aziendale attraverso la piattaforma di formazione *Accademia Despar*. Questi strumenti contribuiscono a rafforzare una cultura d'impresa fondata sul rispetto, sull'inclusione e sulla valorizzazione delle differenze. Anche il riconoscimento *Top Employer* ricevuto da tre anni conferma l'efficacia di una strategia HR che considera la diversità e l'equità non solo come valori etici, ma come leve fondamentali per la crescita sostenibile dell'organizzazione.

L'adesione alla Carta, dunque, rappresenta un tassello coerente in un più ampio disegno strategico volto a un futuro inclusivo, responsabile e orientato al benessere collettivo.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
124667

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

www.ecostampa.it

Avete rilevato un impatto positivo sulla fidelizzazione del personale o sull'attrazione di nuovi talenti, in particolare donne?

Sì, abbiamo osservato benefici concreti dall'adesione alla Carta dei Valori dell'Associazione Donne del Retail, che Maiora ha sottoscritto e promosso sia internamente sia esternamente all'azienda. I dipendenti, in particolare le donne, hanno accolto con favore l'iniziativa, riconoscendo in essa un impegno autentico verso la parità di genere. Anche nei processi di selezione si riscontra un impatto positivo: oltre all'inserimento di una dicitura ispirata al Codice delle Pari Opportunità negli annunci di lavoro, notiamo che molti candidati – soprattutto giovani – riconoscono e apprezzano il nostro impegno su questi temi. Negli anni, l'attenzione alla parità di genere è divenuta parte integrante della cultura aziendale. Da quattro anni realizziamo un'indagine di clima che coinvolge tutto il personale, offrendo uno spazio di ascolto importante e consolidato. I risultati di questa indagine vengono presentati e discussi nei Consigli di Amministrazione dedicati all'equità e all'inclusione, contribuendo a orientare le nostre politiche interne.
Dai risultati emerge una crescente partecipazione, un forte senso di appartenenza e la percezione diffusa di lavorare in un ambiente equo, dove la retribuzione è basata esclusivamente sul ruolo e non sul genere. Tutto ciò ha un impatto positivo sulla motivazione, sulla reputazione aziendale e sulla retention.

Avete definito KPI specifici per misurare gli effetti della Carta?

Abbiamo già costituito un team interfunzionale dedicato alla parità di genere, che ho l'onore di coordinare personalmente. Il gruppo è composto da colleghi e colleghe provenienti da diverse aree aziendali, proprio perché riteniamo fondamentale affrontare il tema con una visione trasversale e condivisa. L'obiettivo del team è quello di sviluppare, monitorare e migliorare costantemente tutte le iniziative legate alla parità di genere, anche attraverso l'individuazione di KPI specifici, come il monitoraggio del gender pay gap, la percentuale di donne in posizioni manageriali e altri indicatori legati all'equità, all'accesso alle opportunità di carriera e all'evoluzione della cultura interna.

Quanto tempo vi aspettate per vedere risultati strutturali su equità, inclusione e business?

È difficile definire una tempistica preci-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
124667

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

sa, perché il vero cambiamento strutturale dipende dalla capacità dell'intero settore di attivarsi in modo concreto e coeso per cambiare direzione. Da un lato, rileviamo una maggiore attenzione rispetto al passato, ma dall'altro i dati restano ancora allarmanti: la percentuale di donne lavoratrici in Italia è tra le più basse in Europa, i diritti legati alla maternità non sempre vengono tutelati pienamente, e la presenza femminile in posizioni manageriali e decisionali è ancora troppo limitata. Come Associazione Donne del Retail, lavoriamo proprio per sensibilizzare e stimolare le aziende della GDO a impegnarsi in modo attivo e responsabile su questi temi, affinché l'inclusione non resti una dichiarazione d'intenti ma diventi una leva di sviluppo sostenibile.

Come Vicepresidente dell'associazione, quali suggerimenti ti sentiresti di dare ad altre aziende interessate a sottoscrivere la Carta per massimizzarne il valore?

Il mio consiglio a tutte le aziende del settore è di sottoscrivere la Carta dei Valori come primo passo fondamentale per costruire un ambiente di lavoro realmente inclusivo. Sottoscrivere la Carta non deve essere un gesto formale, ma un impegno concreto: significa diffondere i suoi principi all'interno dell'azienda, formare le proprie persone, inserire i valori della Carta nei documenti ufficiali e nella comunicazione istituzionale, affinché tutti gli stakeholder – interni ed esterni – ne siano consapevoli. In un contesto in cui la promozione della parità di genere è sempre più urgente e necessaria, è fondamentale che le imprese virtuose diventino portavoce di un cambiamento reale, investendo in politiche che favoriscano concretamente l'inclusività, anche e soprattutto nel settore del retail. Proprio in quest'ottica, nel 2023, insieme ad altre sei professioniste, abbiamo dato vita all'Associazione Donne del Retail, realtà senza fini di lucro nata con l'obiettivo di diffondere una cultura del retail più consapevole, inclusiva e di qualità, con uno sguardo al femminile.

Guardando avanti, quali sviluppi prevedi per Maiora rispetto alla cultura dell'inclusione e alla sostenibilità?

Maiora ha appena ottenuto la certificazione per la Parità di Genere secondo la UNI/PdR 125:2022, che rafforza il percorso iniziato con Equal Salary nel 2022. È un'evoluzione che approfondisce l'impegno su equità e inclusione anche a livello strategico.
Tra le prossime iniziative c'è "Valore al Futuro", un progetto rivolto alle neomamme e alle lavoratrici con figli fino a tre anni, realizzato con il Ministero per le Pari Opportunità e la Famiglia.Il progetto prevede assunzioni a termine per coprire le maternità prolungate, integrazioni economiche, supporto psicologico e incentivi concreti come bonus per l'infanzia, servizi di babysitting, rimborsi sanitari e assistenza quotidiana. Un intervento multidimensionale per sostenere le lavoratrici e contribuire a un cambiamento reale. Perché costruire un'azienda inclusiva significa anche sostenere le persone nei momenti più delicati della loro vita, dando valore al futuro di tutti.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

124667

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE