

Retail LINK

BIMESTRALE 3-2025

RETAILER ESTERI

Sonae e Tesco protagonisti tra i retailer europei. Strategie e punti di forza

MANAGERIALITÀ AL FEMMINILE

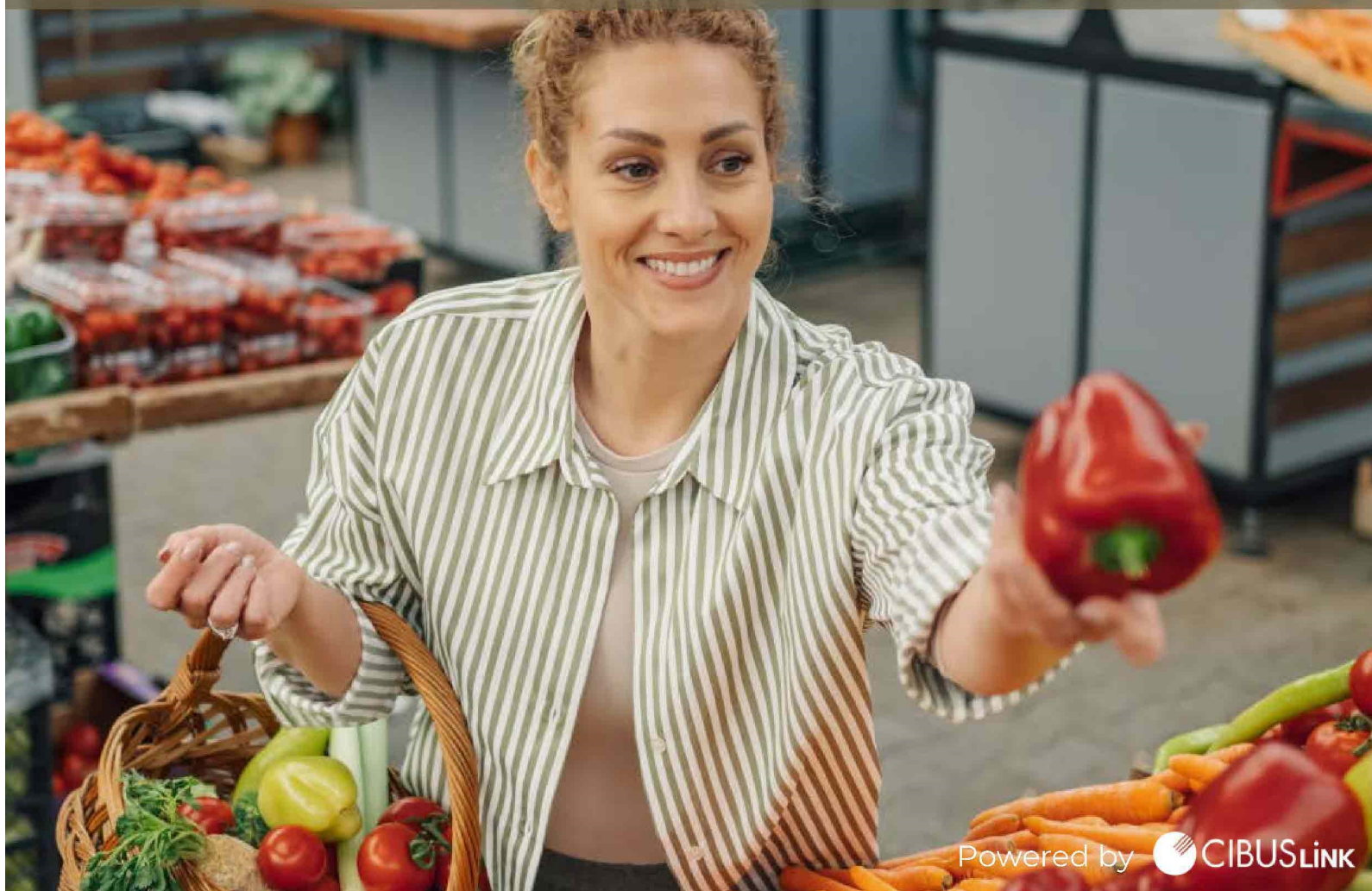
Power Mentoring: un ponte tra generazioni per coltivare la leadership nel retail

INSIGHT

L'esperienza come linguaggio: quando il brand si fa assaggiare

CUSTOMER DATA SCIENCE

Retailer e italiani: una relazione (anche) emotiva



Powered by  CIBUSLINK

POINTS OF VIEW

Barbara Saba, Edoardo Gamboni, Giangiacomo Ibba, Giovanni Arena, Nicoletta Maffini, Pippo Cannillo

MERCATI

FRUTTA SECCA

La grande evoluzione della categoria nel retail moderno

FUORI PASTO DOLCI

Cresce il valore della categoria ma calano i volumi

SOSTITUTIVI DEL PANE

Trend, pressioni promo e ruolo della MDD

In collaborazione con 

Power Mentoring: un ponte tra generazioni per coltivare la leadership nel retail

L'Associazione Donne del Retail ha recentemente lanciato "Power Mentoring", un programma ideato da Paola Accornero per promuovere lo scambio intergenerazionale e far crescere nuove leader nel mondo del retail. Con 23 percorsi già avviati, il progetto unisce mentor e mentee in un dialogo costruttivo orientato alla crescita personale e professionale. Il kickoff si è tenuto il 12 maggio nella sede di Crai Secom, con la partecipazione di Simona Alini, partner di GSO Consulting.



Paola, come nasce l'idea del Power Mentoring e quali obiettivi si propone concretamente nel settore retail?

L'idea del Power Mentoring è nata riflettendo su quali iniziative potessero essere utili, all'interno dell'Associazione, per lavorare in modo concreto su quello che è il cuore della nostra missione: promuovere l'empowerment e la leadership femminile. Volevamo mobilitare le energie, le competenze e la voglia di mettersi in gioco delle nostre associate e dei nostri associati, che oggi sono circa 150. Tra loro ci sono molte manager in una fase di crescita, o anche professioniste più esperte che stanno vivendo un momento di cambiamento o di ridefinizione dei propri obiettivi di carriera. Allo stesso tempo, abbiamo

anche figure senior, CEO, executive, imprenditrici, consulenti. Ho pensato che un progetto come questo potesse essere l'occasione per connettere chi desidera dare un contributo — anche in una logica di give back, mettendo a frutto la propria esperienza — con chi sente il bisogno di un supporto professionale. Ho proposto l'idea al direttivo, che l'ha accolta con grande entusiasmo. Io ci credo moltissimo: ho sperimentato progetti simili anche in azienda, e ho potuto constatarne il valore, non solo per le mentee ma anche per i mentor. Chi svolge questo ruolo rafforza infatti competenze fondamentali come l'ascolto attivo, la capacità di dare feedback e la propria autorevolezza. Ho sempre sostenuto che fare mentoring

MANAGERIALITÀ AL FEMMINILE

rende anche manager migliori, nei confronti dei propri team di lavoro e dei colleghi. Non da ultimo, il networking che si crea è straordinario, soprattutto in un contesto interaziendale: consente di confrontarsi con punti di vista diversi e ricevere stimoli che all'interno della propria azienda spesso non emergono. A quel punto ho coinvolto Simone Alini, consulente esperta di mentoring e coaching, partner di GSO Consulting, una società che ha proprio lo sviluppo del talento nel suo core business. Anche lei ha subito creduto nel progetto.

Quali sono i criteri con cui vengono formate le coppie mentor-mentee?

Abbiamo raccolto numerose candidature, alla fine siamo riuscite a far partire ben 23 coppie, un numero significativo se consideriamo il totale delle associate. Nel form di candidatura chiedevamo di indicare il background professionale, le motivazioni e le aspettative rispetto al percorso, sia come mentor sia come mentee. Sulla base di queste informazioni, io e Simona abbiamo lavorato per creare il miglior abbinamento possibile, cercando affinità tra esperienze e obiettivi. Devo dire che siamo riuscite a ottenere un



buon risultato: c'è stata soddisfazione per gli abbinamenti e una bella energia al kick-off del 12 maggio. Abbiamo già tenuto la prima sessione formativa per le mentee, e lunedì prossimo sarà il turno dei mentor. Le aspettative sono alte, e spero possano essere soddisfatte.



MANAGERIALITÀ AL FEMMINILE



successiva. Questo approccio rende il percorso misurabile e concreto. Naturalmente, gli obiettivi possono anche evolvere durante i mesi, e noi incoraggiamo la flessibilità: l'importante è che resti sempre un percorso utile per le necessità della mentee. Altro aspetto fondamentale è l'atteggiamento: il mentee deve essere aperto e proattivo mentre il mentor deve esercitare un ascolto profondo, porre domande giuste, stimolare la riflessione. Non è compito del mentor dare soluzioni preconfezionate, anche perché non conosce nel dettaglio il contesto organizzativo della mentee. Il valore sta proprio nello stimolare un processo di scoperta.

Come si strutturano gli incontri? Avete adottato metodi o strumenti specifici?

Abbiamo affrontato questo tema sia nel kick-off che si è tenuto il 12 maggio sia, in modo più approfondito, durante la formazione. Il percorso prevede circa sei incontri individuali in sei mesi, quindi a cadenza mensile. Il primo passo è sempre la definizione degli obiettivi da parte della mentee che deve avere ben chiaro cosa vuole ottenere da questo percorso. Gli obiettivi devono essere concreti e raggiungibili, così da permettere una valutazione dell'impatto reale del mentoring. Alcune mentee vogliono cambiare lavoro, altre vogliono crescere professionalmente o sviluppare competenze come l'autorevolezza e la capacità di influenza. Tutti temi molto ricorrenti. Nel corso degli incontri, mentor e mentee attivano anche delle "palestre", degli esercizi da testare sul campo, che poi vengono discussi nella sessione

Hai riscontrato caratteristiche ricorrenti tra le mentee che hanno aderito al progetto? C'è più bisogno di cambiamento professionale o di crescita personale?

Entrambe le esigenze sono presenti, ma prevalgono i bisogni legati allo sviluppo della propria leadership. In molti contesti ancora oggi maschili, c'è un forte desiderio di farsi ascoltare, di acquisire autorevolezza, di portare avanti progetti in modo efficace. Questi aspetti si collegano direttamente all'empowerment, alla fiducia in sé, e sono perfettamente in linea con gli obiettivi del mentoring. Naturalmente, ci sono anche obiettivi più specifici: per esempio, tra i partecipanti ci sono imprenditori e imprenditrici, che desiderano promuovere la loro startup. In questi casi abbiamo cercato di abbinare mentor con esperienze più orientate al business, capaci di

MANAGERIALITÀ AL FEMMINILE



di restituzione e celebrazione. La speranza mia e di Simona è che il progetto possa continuare, magari in edizioni successive anche coordinate da altre associate, perché all'interno dell'associazione ci sono competenze preziose che si possono attivare. Negli ultimi tempi ho dovuto persino mettere uno stop alle nuove richieste, perché stavano aumentando molto, e un numero eccessivo avrebbe compromesso la coerenza del percorso. Ma questo entusiasmo è anche il segno che c'è terreno fertile per costruire un programma duraturo. Non necessariamente permanente, ma sicuramente con un respiro più ampio.

offrire supporto su strategie di crescita. Insomma, è un progetto che raccoglie tante sfumature, ma con un metodo chiaro: focalizzare gli obiettivi, lavorarci in modo strutturato, confrontarsi, misurare i risultati e, se necessario, ridefinirli nel tempo.

Avete già in programma una seconda edizione o un'estensione del progetto?

Questa è la prima edizione per cui abbiamo previsto un check-up a metà percorso, verso settembre/ottobre, per capire come stanno andando le cose. Contatteremo tutte le coppie per verificare se c'è qualcosa da correggere, per rifocalizzare gli obiettivi e sostenere il ritmo. Alla fine del percorso, a gennaio, ci sarà una sessione conclusiva

