



**pensiero e interventi
sulla condizione retributiva di genere**

GIOVEDÌ 4 APRILE 2019 - 9.30-12.30

SALA DEL CONSIGLIO DELLA CITTÀ METROPOLITANA PALAZZO MALVEZZI VIA ZAMBONI 13 BOLOGNA

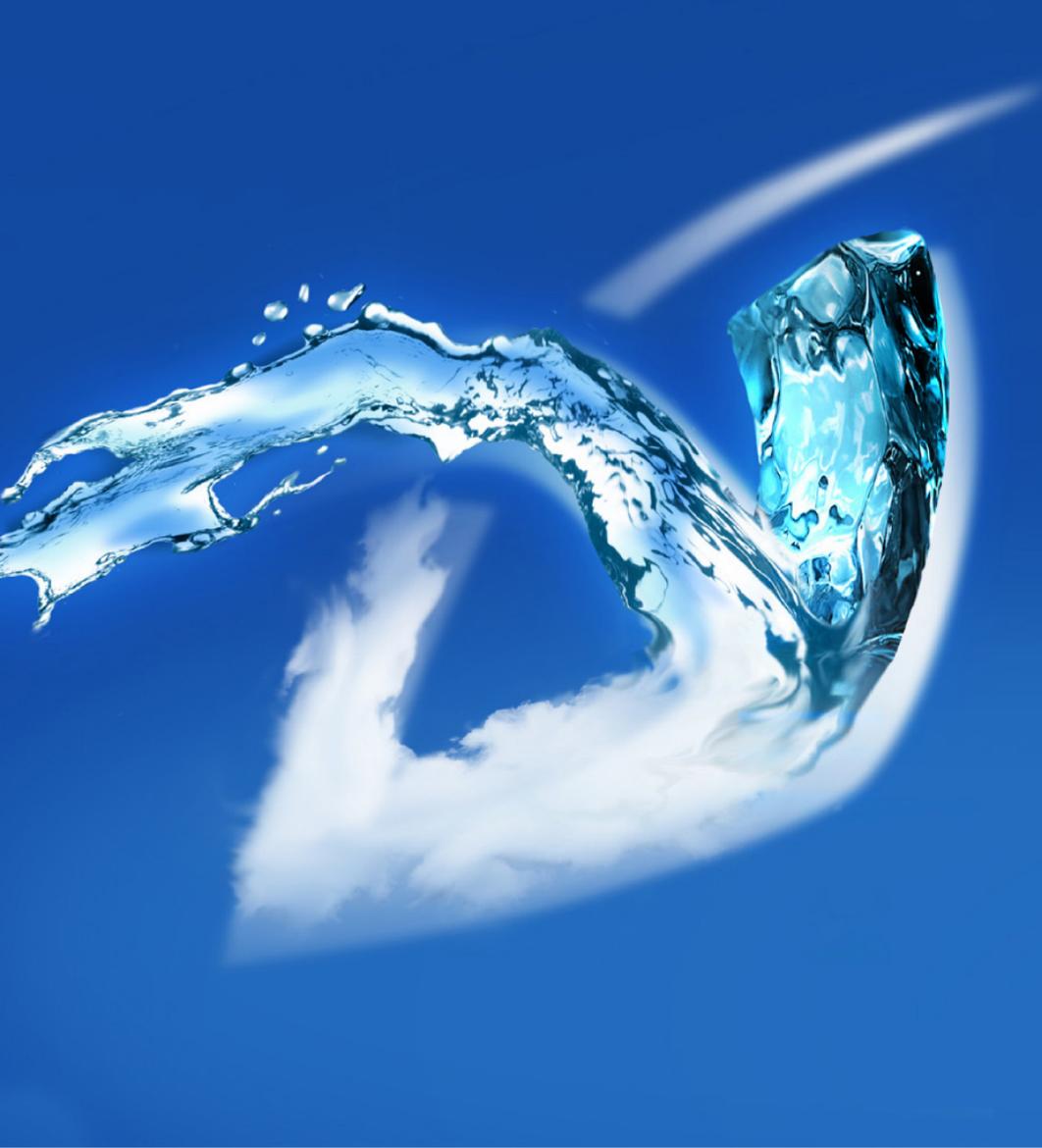


La parola alle aziende

Loretta Chiusoli

HR Manager, CRIF

CRIF
Together to the next level



IL GENDER NEL CRIF GROUP

LORETTA CHIUSOLI

Aprile 2019

Agenda

- 1. Presentazione CRIF**
- 2. Le donne in CRIF**
(presenza, titoli di studio, livelli di inquadramento)
- 3. Processi HR rilevanti per il gender**
- 4. Azioni per indirizzare le politiche di genere in CRIF**
- 5. Prossimi passi e conclusioni**



LA MISSION CHE GUIDA LE PERSONE DI **CRIF È CREARE VALORE,**

supportando
le aziende nel miglioramento
delle performance e i consumatori
nella gestione consapevole del
proprio credito attraverso una
gamma completa di soluzioni
e competenze professionali.



CRIF
Together to the next level



CRIF è impegnata **nell'inclusione digitale e finanziaria.**

Lavoriamo responsabilmente per offrire soluzioni innovative a supporto dei nostri clienti per migliorare l'accesso al credito in conformità con la normativa vigente, consentendo alle persone finora escluse e meno servite di accedere ai servizi finanziari digitali.


Together to the next level

CRIF IN PRIMO PIANO

30+

paesi con attività dirette

70

società

4

continenti

4.400+

professionisti al vostro fianco

6.300+

istituti finanziari

55.000+

imprese clienti

310.000+

consumatori

utilizzano servizi CRIF in **50** paesi

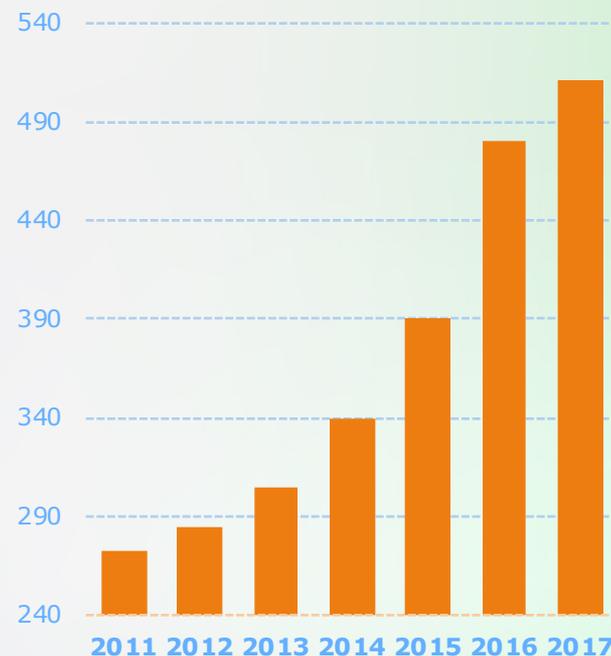
20

sistemi di informazioni creditizie

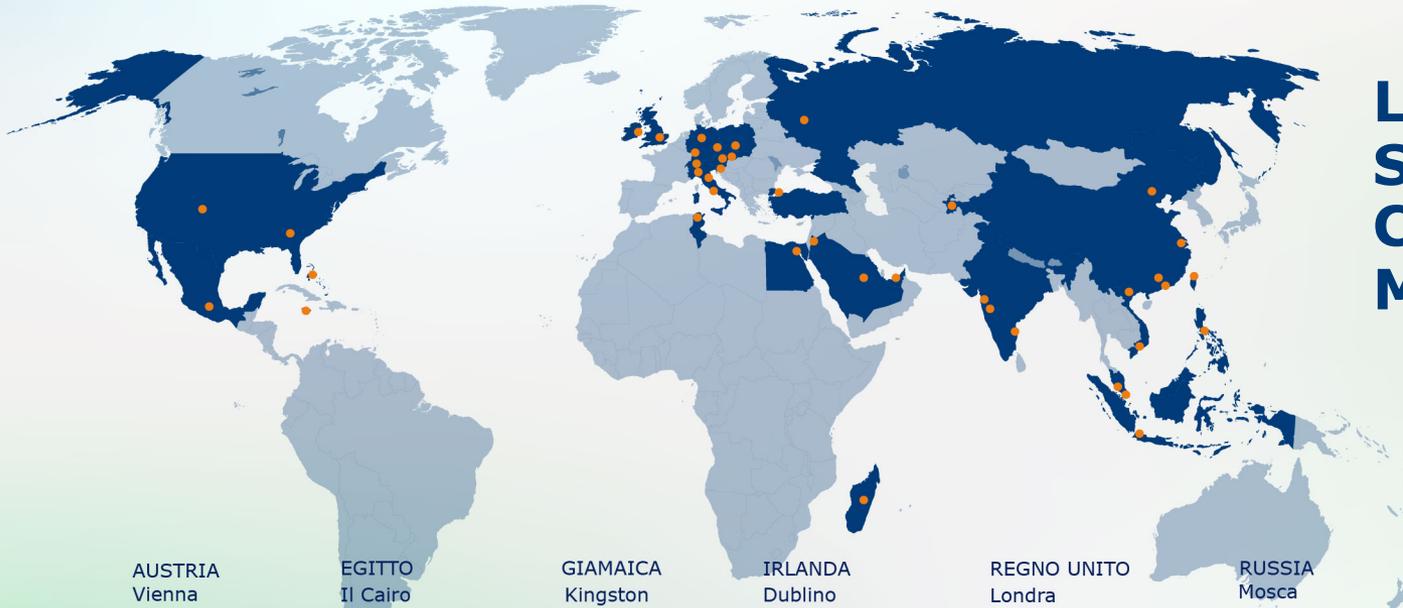
500+

installazioni software

Valore della produzione
(milioni di Euro)



LE SOCIETÀ CRIF NEL MONDO



<p>ITALIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bologna • Milano • Roma 	<p>AUSTRIA</p> <p>Vienna</p>	<p>EGITTO</p> <p>Il Cairo</p>	<p>GIAMAICA</p> <p>Kingston</p>	<p>IRLANDA</p> <p>Dublino</p>	<p>REGNO UNITO</p> <p>Londra</p>	<p>RUSSIA</p> <p>Mosca</p>	<p>TUNISIA</p> <p>Tunisi</p>
<p>USA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atlanta • Denver 	<p>BAHAMAS</p> <p>Nassau</p>	<p>EMIRATI ARABI UNITI</p> <p>Dubai</p>	<p>GIORDANIA</p> <p>Amman</p>	<p>MADAGASCAR</p> <p>Antananarivo</p>	<p>REPUBBLICA CECA</p> <p>Praga</p>	<p>SLOVENIA</p> <p>Capodistria</p>	<p>TURCHIA</p> <p>Istanbul</p>
<p>ARABIA SAUDITA</p> <p>Riyad</p> <p>in partnership con Bayan</p>	<p>CINA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pechino • Hong Kong • Shanghai • Shenzhen 	<p>FILIPPINE</p> <p>Manila</p>	<p>INDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mumbai • Pune • Chennai 	<p>MALESIA</p> <p>Kuala Lumpur</p>	<p>REPUBBLICA DI SINGAPORE</p> <p>Singapore</p>	<p>SVIZZERA</p> <p>Zurigo</p>	<p>VIETNAM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hanoi • Ho Chi Minh City
		<p>GERMANIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amburgo • Karlsruhe 	<p>INDONESIA</p> <p>Giacarta</p>	<p>MESSICO</p> <p>Città del Messico</p>	<p>REPUBBLICA SLOVACCA</p> <p>Bratislava</p>	<p>TAGIKISTAN</p> <p>Dushanbe</p>	
				<p>POLONIA</p> <p>Cracovia</p>		<p>TAIWAN</p> <p>Taipei</p>	



Le donne nel CRIF Group

La fotografia italiana

Donne e uomini

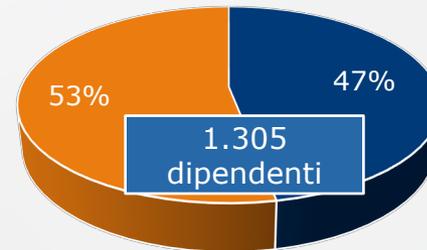
le **donne** rappresentano il **53%** della **forza lavoro** del Gruppo CRIF, in Italia.

Su un totale di 1.305 dipendenti

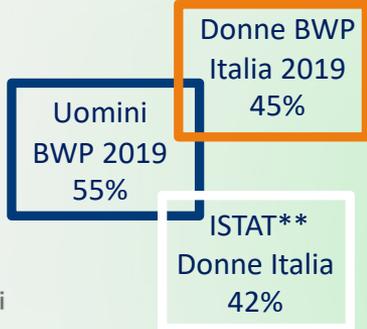
Istruzione

In Italia **più del 60%** delle donne del gruppo CRIF è laureato (l'8% ha un master di 2° livello)

Distribuzione Gender Italy



Donne
Uomini



NB: Distribuzione di gender **Extra Italy:** D47% U53%

Assunzioni Italia	M	F	Tot.	% F su totale
2017	92	107	199	54%
2018	89	77	166	46%
2019*	19	23	42	55%
TOT.	200	207	407	51%

Nel periodo 2017-2019 (febb 2019) in media sono state **assunte più donne che uomini** (51% sul totale delle assunzioni effettuate)

*Dati CRIF aggiornati al 28/02/2019

**Fonte: dati.istat.it valore al T4 2018

Le donne nel CRIF Group

Fotografia livello Global

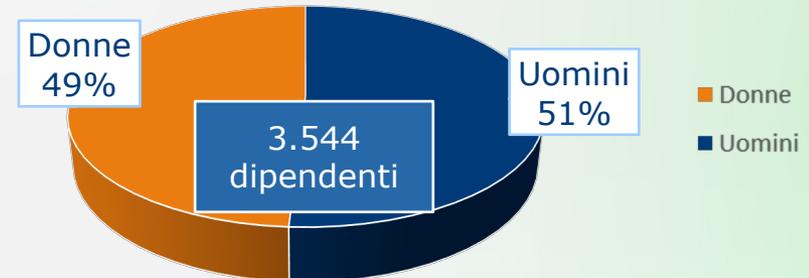
Donne e uomini

Le **donne** rappresentano circa la **metà della forza lavoro** nel gruppo

Istruzione

A **livello gruppo il 90% delle donne** è laureato (il 18% ha un master di 2° livello)

Dipendenti CRIF Global



Assunzioni Global	M	F	TOTALE	% F su totale
2017	344	308	652	47%
2018	394	342	736	46%
2019*	80	61	141	43%
TOTALE	818	711	1529	47%

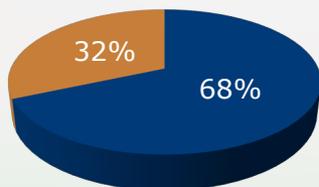
- L'**Italia** traina il **trend positivo delle assunzioni rosa** (55% già dai primi mesi del 2019) il totale complessivo 2017 – 2019 (febb. 2019) si attesta al 47%
- CRIF è oggi una multinazionale presente in circa **50 paesi**.
- **L'attenzione alle politiche di genere e la presenza sul mercato di personale femminile qualificato non è una costante di tutti i paesi dove CRIF opera**

*Dati aggiornati al 28/02/2019

Distribuzione di Genere

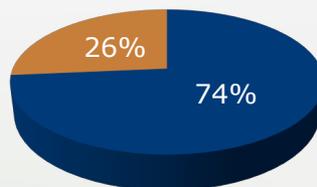
I grafici rappresentano la distribuzione di genere, relativa ai dipendenti delle società CRIF in Italia, suddivisi per qualifica professionale.

TOP MANAGEMENT



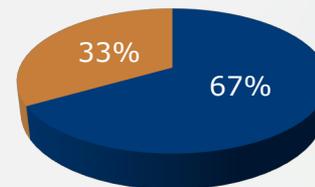
Global: D30% U70%

DIRIGENTI



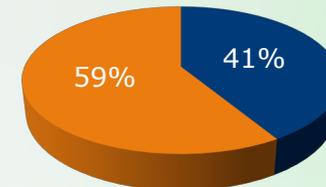
Global: D22% U78%

QUADRI



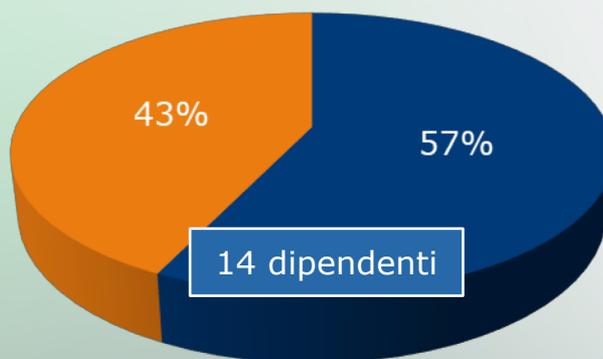
Global: D28% U72%

IMPIEGATI



Global: D49% U51%

PRIMI RIPORTI CRIF CEO



Donne Uomini

Donne BWP
Italia 2019
29%

Uomini
BWP Italia
2019 71%

**

** i benchmark GPTW fanno riferimento a CEO e suoi riporti

I processi da monitorare per indirizzare le azioni di gender



1. Recruiting



2. Performance appraisal



3. Salary review

Recruiting 2017 – Febbraio 2019

Assunzioni Italia	M	F	Tot.	% F su totale
2017	92	107	199	54%
2018	89	77	166	46%
2019*	19	23	42	55%
TOT.	200	207	407	51%

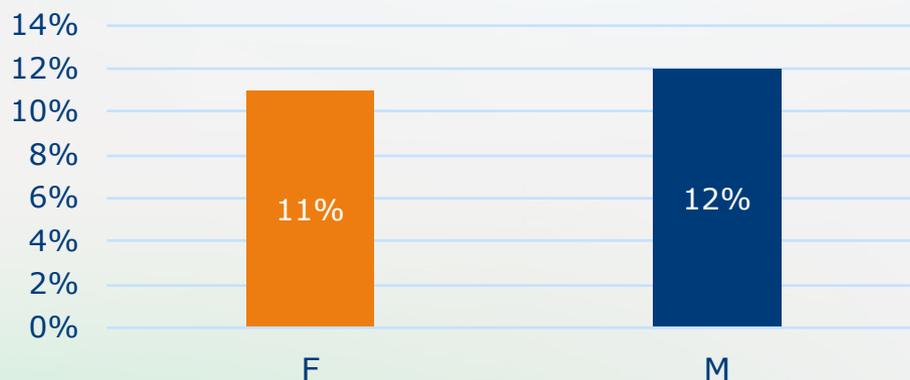
Assunzioni Global	M	F	TOTALE	% F su totale
2017	344	308	652	47%
2018	394	342	736	46%
2019*	80	61	141	43%
TOTALE	818	711	1529	47%

*Dati CRIF aggiornati al 28/02/2019

Gender Balance

Salary review 2018 - Italia

Distribuzione % Promozioni



% media incremento RAL



Del totale premiati nel 2018 : il 47% erano donne e il 53% erano uomini

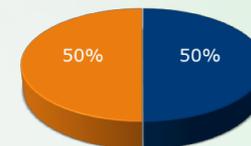
Si evidenzia un sostanziale **allineamento di genere** nella distribuzione % delle persone **promosse**.

Il **12% degli uomini** sul totale della popolazione maschile è stata promosso.

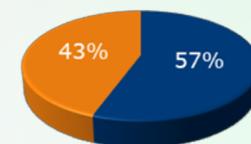
11% è la percentuale delle **donne** promosse rispetto al totale delle donne.

In totale 120 persone (60 donne e 60 uomini)

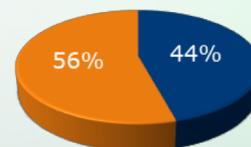
Percettori Promozioni



Percettori incrementi



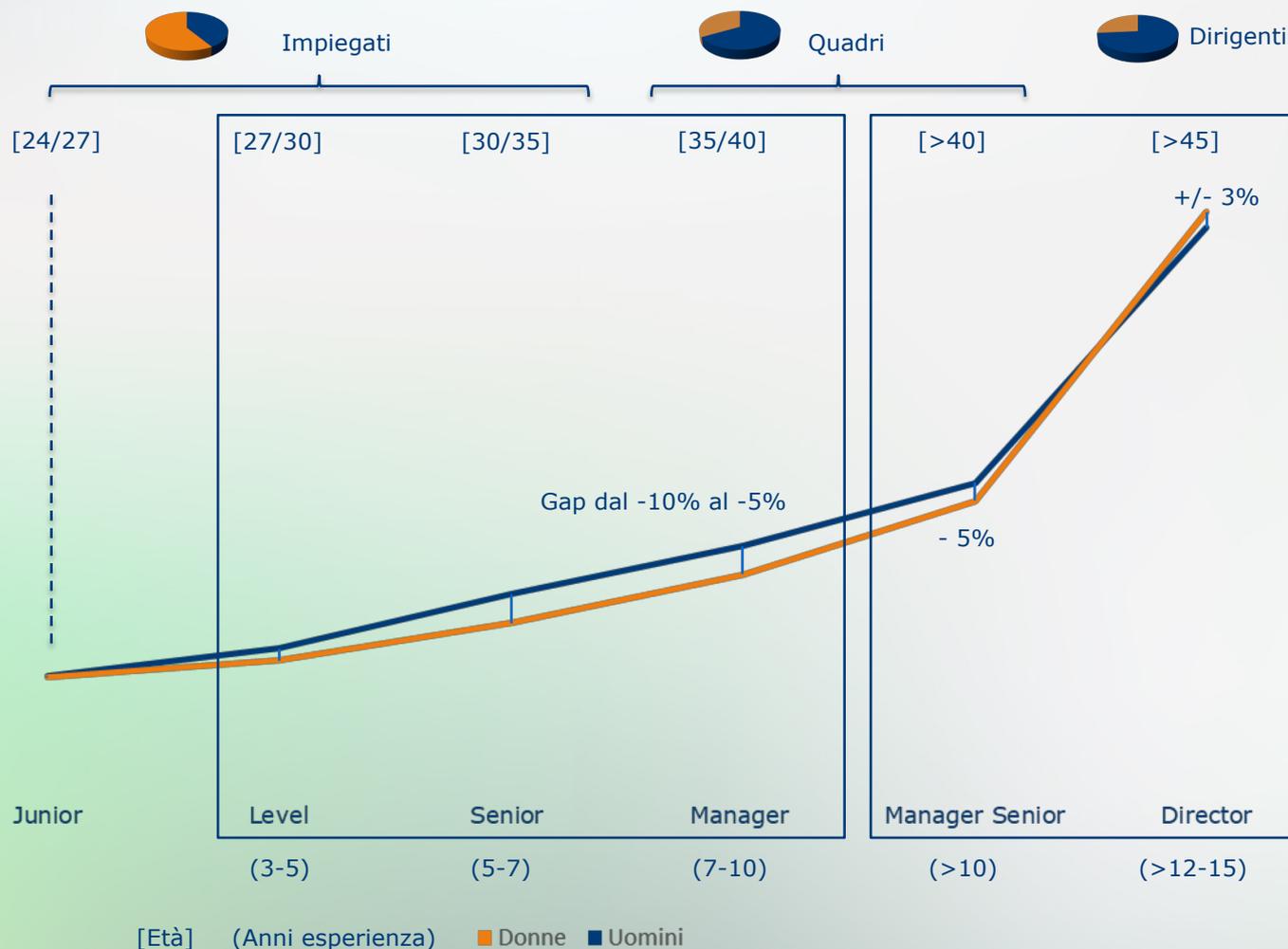
Percettori bonus



Donne Uomini

Gender Balance

Curve retributive e gap di gender - Italia



>Le **retribuzioni** medie di **ingresso** risultano **allineate** tra donne e uomini.

>Si evidenzia un **progressivo differenziale** nel percorso di crescita professionale **fino ai livelli senior**.

>**Nei ruoli manageriali** è presente un **progressivo decremento del gap** retributivo.

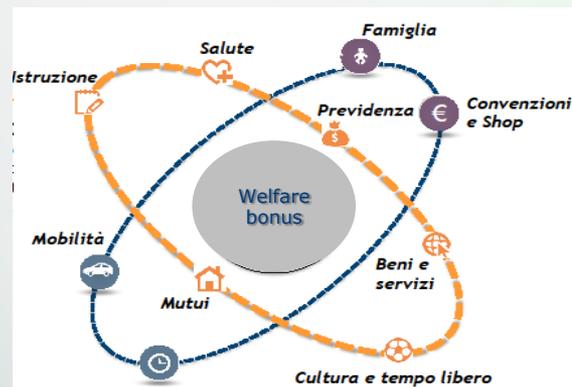
>Nelle figure **Direzionali** si evidenzia un sostanziale **allineamento** tra donne e uomini.

Le azioni per indirizzare le politiche di **GENERE** in **CRIF Italia**

1) L'indagine di clima come strumento di misurazione e sviluppo del benessere aziendale

CRIF people satisfaction

2) Il Welfare Aziendale come insieme di servizi, strumenti e buone pratiche a supporto dell'equilibrio



Iniziative legate alla Maternità - Paternità

PIANO MATERNITÀ': CRIF Italia investe **risorse economiche** per aiutare le **dipendenti dopo la nascita del bambino a mantenere il percorso di carriera all'interno dell'azienda**

Piano maternità

composto da: contributi per Bonus Asilo nido; Integrazione Facoltativa; telelavoro

+80% di contributi erogati nel 2018 per integrazione facoltativa

In media il **25%** delle **neomamme** aderiscono al piano



ASILO NIDO: convenzione con l'asilo nido «I Passerotti»; prevede la **prenotazione** di un numero **di posti per i dipendenti** e la **copertura di una parte significativa della retta.**

25 dipendenti (di cui il 60% donne) hanno usufruito del servizio dal 2016

In media **14 posti** annualmente **garantiti ai bambini dei dipendenti CRIF**



CAMPI ESTIVI: ogni anno CRIF Italia provvede a stanziare

contributi

per la partecipazione dei figli dei dipendenti a campi estivi

67 dipendenti hanno fruito del servizio **+ 10%** nel **2018** rispetto all'anno precedente



BORSE DI STUDIO

a) CRIF Italia garantisce ai figli dei dipendenti in forza la possibilità di beneficiare, in base al merito, di **borse di studio per:**

- Scuola secondaria di I Grado
- Scuola secondaria di II Grado
- Università

37 DIPENDENTI di cui 78% donne tra 2017 e 2018 hanno fruito del servizio

Iniziative promozione del Welfare Aziendale



Crif Italia ha all'attivo una convenzione con il portale «**Easy Welfare**», una piattaforma contenente un **paniere di servizi fruibili direttamente tramite il portale**.

La spesa per servizi a supporto della famiglia supera in modo significativo tutte le altre tipologie di spesa

TELELAVORO Il Gruppo CRIF promuove l'uso del lavoro da remoto come buona pratica per agevolare la conciliazione tra vita privata e vita lavorativa.



Il 30% dei dipendenti nel 2018 ha utilizzato il telelavoro. Le **donne sono il 47%** dei fruitori

**TELELAVORO
IN CRIF:
4 eventi al mese
per 32 ore totali**

Iniziative promozione del Welfare Aziendale

CRIF GYM



CRIF Italia, offre la possibilità di frequentare l'area fitness dell'azienda

Il 10% delle persone a Bologna hanno utilizzato CRIF GYM nel secondo semestre 2018

MENSA BIO

Sempre nell'ottica di favorire un stile di vita bilanciato e salutare, a Bologna la partnership con *Avendo* permette a CRIF di offrire ai propri dipendenti un pranzo bio con prodotti a KM zero.

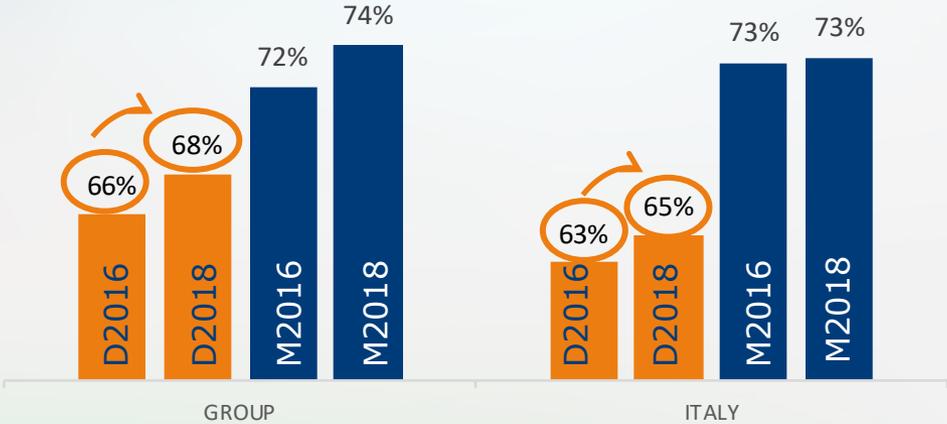


FRUTTA IN AZIENDA

2 volte a settimana in tutti gli uffici Italia CRIF distribuisce frutta biologica a KM zero per uno snack salutare



Indagine di clima Trust index by Gender – 2016 VS 2018



GROUP & Italy: +2%
 il livello di soddisfazione delle donne è cresciuto sia a livello Gruppo sia a livello Italia

la forbice tra Trust Index M/F si restringe
 (2016: -10%; 2018: Group:-6%; Italy:-8%)

L'Action plan 2019 – 2020 prevede un box dedicato al tema *Diversity&Inclusiveness*.

L'obiettivo è sviluppare un approccio volto a **diffondere** in maniera più capillare **la cultura della diversità** attraverso azioni specifiche rivolti a diverse famiglie professionali



Indagine di clima - Action plan

EMPLOYER BRANDING AL FEMMINILE

Stiamo identificando un pool di **Ambassador** da coinvolgere in attività di **branding**, partendo dalle aree in cui lo sbilanciamento M/F è più visibile e dove i pregiudizi di genere sono più diffusi



Esempio: **bando IFOA**: ha l'obiettivo di sostenere le Istituzioni scolastiche nell'elaborare iniziative che favoriscano la scelta di percorsi tecnici e scientifici da parte delle ragazze

L'adesione a ValoreD fornisce accesso a:

- **Giornate formative** su tematiche varie legate al tema Diversity
- **Percorsi formativi** dedicati a Young Talent, Middle Manager, Senior Manager
- **Percorsi di mentorship**



Young Talent

Creare consapevolezza di sé nel contesto organizzativo, sviluppare lo spirito imprenditoriale per favorire la carriera, incentivare il networking cross-aziendale e per creare una rete di giovani donne di talento.

Middle Manager

Rafforzare fiducia in sé stesse e nelle proprie competenze, aiutare la comprensione dell'organizzazione aziendale, favorire l'avanzamento di carriera, incentivare il networking cross-aziendale, creare una rete di donne di talento.

<p>PRIMO INCONTRO PERCEZIONE DI SÉ</p> <p>Attraverso la percezione di sé e la codifica dell'immagine altrui, viene definito un proprio stile distintivo ed efficace, coerente con la cultura aziendale.</p>	<p>SECONDO INCONTRO DALL'ABITUDINE ALL'INNOVAZIONE</p> <p>Abilitare l'innovazione attraverso la diversità: conoscere i meccanismi che aprono a nuove esperienze, comprendere il proprio orientamento verso l'innovazione e imparare a relazionarsi con la diversità sono le tappe di questa esplorazione.</p>	<p>TERZO INCONTRO L'ARTE DI IMPARARE</p> <p>Saper leggere le proprie competenze e costruire itinerari di sviluppo in un approccio di life long learning è un valore per individui e organizzazioni. In questa sessione si esplorano le risorse che abilitano l'apprendimento durante l'intero ciclo lavorativo.</p>
---	---	---

PRIMO INCONTRO
CONVERSAZIONI CRUCIALI PER LA GESTIONE DEL CONFLITTO

Una chiave di lettura concreta per una comprensione profonda dei propri punti di forza e aree di miglioramento nella gestione dei conflitti.

SECONDO INCONTRO
GLOBAL AGILITY & INTERNATIONAL MINDSET

Comprendere le caratteristiche di un leader globale e gli strumenti per aumentare l'efficacia dei team internazionali.

TERZO INCONTRO
LEADERSHIP ORGANIZZATIVA

Acquisire strumenti per analizzare il potere formale e informale nelle organizzazioni e comprendere i propri modelli di comportamento relativi al potere.

Senior Manager

Diventare coach di un team, far emergere il talento, far esprimere al meglio il potenziale delle persone e ottimizzare la performance.

Mentorship Power

A COSA SERVE?

Percorso di mentoring dedicato alle donne middle manager. Il percorso, dura sei mesi e prevede un incontro mensile tra mentor e mentee e sessioni di group coaching per permettere di superare eventuali criticità e attività di networking, per valorizzare al meglio l'esperienza.

CHI È LA MENTEE? Donne, middle manager, quadri

CHI È IL/LA MENTOR? Donne e uomini senior manager, dirigenti

<p>PRIMO INCONTRO LE LEVE DELLA MOTIVAZIONE</p> <p>Partendo dalle tecniche di ascolto, i partecipanti imparano a relazionarsi con stili di comunicazione diversi e condividere un piano strategico, ogni partecipante viene abbinato a un peer mentor.</p>	<p>SECONDO INCONTRO IL COACH NELLE CONVERSAZIONI</p> <p>Partendo dalle tecniche di coaching, i partecipanti imparano a dare e ricevere feedback mettendosi nei panni dell'altro.</p>	<p>TERZO INCONTRO GROUP COACHING</p> <p>I partecipanti si confrontano sui casi di successo o le aree di miglioramento come leader inclusivi.</p>
--	--	--

PROSSIMI PASSI PER CRIF

1

Definire obiettivi e misurare risultati (con riferimento ai processi HR)

2

Personalizzare maggiormente servizi ed iniziative welfare

3

Più percorsi interni di mentorship e counselling

4

Costruire una reportistica direzionale interna ed esterna



Grazie per
l'attenzione