

For Immediate Release

MARCOLIN AL FIANCO DI FONDAZIONE MARISA BELLISARIO

A “donna, economia & potere” focus su donne e governance

Longarone/Milano, 21 ottobre 2024 – **Prosegue l'impegno di Marcolin**, azienda tra i leader mondiali nel settore dell'eyewear, **sul tema della parità di genere e della sostenibilità in ambito sociale**. La Società ha infatti scelto di affiancare la **Fondazione Marisa Bellisario** in occasione della 24ma edizione del seminario **“Donne, economia & potere”**, tenutosi a Roma dal 18 al 19 ottobre. Una due giorni aperta dai saluti di **Lella Golfo**, Presidente della Fondazione, e della Istituzioni rappresentate dalla Ministra per la famiglia, natalità e pari opportunità, **Eugenia Roccella**, e dal Presidente della Regione Lazio, **Francesco Rocca**. **400 ospiti prestigiosi** del mondo dell'imprenditoria, giornalismo, Università e della politica, divisi in **12 tavoli di discussione**, si sono confrontati su temi di grande attualità, dalla parità di genere al ruolo dell'Europa, dal disordine mondiale alla povertà educativa delle nuove generazioni.

Marcolin ha coordinato il tavolo dedicato al tema “Donne e Governance”, che ha visto alternarsi nel dibattito **Fabrizio Curci** e **Sabrina Paulon**, rispettivamente **CEO e Group HR Director di Marcolin**, la Presidente di ANFAO e Confindustria Belluno Dolomiti, **Lorraine Berton**; **Maria Criscuolo**, Presidente e Fondatrice di Triumph Group International; **Stefania Lazzaroni**, Direttore Generale di Fondazione Altagamma; **Elisa Weltert**, General Manager Italia, Spagna, Portogallo e Israele di Maserati; **Nicolò Calabresi**, Partner in charge di Heidrick & Struggles Italy; **Anna Puccio**, Managing Director di B Lab Italia, e **Roberta Pierantoni**, Lead Independent Director di Mediolanum.

La discussione è stata moderata da **Monica D'Ascenzo**, giornalista finanziaria, scrittrice e coordinatrice delle iniziative su inclusione e diversità del Sole 24 Ore. **Nella consapevolezza che il tessuto imprenditoriale italiano può giocare un ruolo fondamentale per favorire empowerment femminile e parità tra generi sotto il profilo di rappresentanza, leadership ed equità retributiva**, i partecipanti al tavolo sono giunti alla formulazione unanime della proposta di prevedere per tutte le imprese cicli di formazione obbligatoria sui temi della Diversity and Inclusion, alla stessa stregua di quanto previsto in materia di sicurezza sul lavoro. Il tavolo ha ritenuto centrale il ruolo della cultura nell'accelerazione del percorso di riduzione del divario di genere nel nostro Paese, su cui non si sta facendo ancora abbastanza. In abbinamento al percorso formativo, si prevedono effettivi positivi dall'applicazione della direttiva europea (CSRD) sulla rendicontazione obbligatoria di sostenibilità, appena recepita nel nostro Paese, che prevederà per la maggior parte delle aziende italiane, quotate e non, obblighi di trasparenza sulle politiche di parità di genere e la definizione di target specifici di miglioramento.

Secondo l'ultimo Global Gender Gap Report del World Economic Forum, **l'Italia si colloca al 71° posto a livello globale per quanto riguarda la parità di genere**. Un posizionamento non adeguato al peso che il nostro Paese ha a livello economico mondiale, che ben evidenzia la necessità di un maggiore impegno per colmare le disuguaglianze in vari ambiti, a cominciare dal mondo del lavoro. Il dato che maggiormente esplicita il ritardo italiano è senz'altro quello relativo all'occupazione femminile, che ha di poco superato il 51% secondo i dati Istat. Una percentuale che si traduce nel fatto che **in Italia lavora solo una donna su due**, contro una media europea del 64,9%. Se poi si guardano i livelli apicali, le donne ceo e presidenti restano ancora una rarità. Secondo lo studio di Deloitte, solo il 4% dei ceo di Piazza Affari è donna e solo il 6% dei cfo, contro il 7,3% e il 16,6% della media europea. E nel management le donne non arrivano al 25%.

Marcolin – che ha recentemente comunicato la propria adesione al **Global Compact delle Nazioni Unite**, con l'obiettivo di contribuire ad accelerare il cambiamento e costruire un domani più sostenibile per le generazioni presenti e future – **nei primi mesi del 2024 ha conseguito la Certificazione sulla Parità di Genere**, rilasciata dagli organismi di certificazione accreditati presso Accredia (ai sensi del regolamento CE 765/2008), che operano sulla base della prassi di riferimento UNI/PdR 125:2022. Questo riconoscimento, ottenuto dopo un percorso rigoroso e avviato già da alcuni anni, sancisce l'impegno costante che l'Azienda si è data nella promozione di una cultura aziendale inclusiva ed equa.

Tra le varie iniziative in favore della Diversity & Inclusion (D&I) implementate negli anni passati si annoverano avanzate politiche di welfare aziendale, a supporto del work-life balance e della genitorialità, incluso il **potenziamento dello smart working** e degli strumenti flessibili di gestione degli orari di lavoro. Sul piano formativo è stato avviato un percorso per futuri manager, **la Leadership Academy**, con l'introduzione di una sessione dedicata alla **leadership al femminile**. Il sostegno all'aspetto psicologico è stato oggetto di focus group dedicati alle neomamme, insieme all'introduzione di uno sportello psicologico disponibile tutti i giorni per tutti i dipendenti, con garanzia del rispetto della privacy. In tema di **genitorialità** sono stati ampliati i permessi per i padri in caso di malattia del figlio e siglate convenzioni con asili nido. **Inoltre, Marcolin si è distinta per la rappresentanza delle figure femminili nei ruoli manageriali e di vertice: i dati raccolti dimostrano che il 62% delle persone di Marcolin è composto da donne, di cui il 40% occupa posizioni manageriali e il 50% ricopre ruoli dirigenziali.**

About Marcolin:

Marcolin è tra le aziende leader a livello mondiale nel settore dell'eyewear fondata nel 1961 nel cuore del distretto veneto dell'occhialeria, in Italia. Si distingue per la capacità unica di coniugare manifattura artigianale con tecnologie avanzate attraverso la costante ricerca dell'eccellenza e l'innovazione continua. Il portfolio comprende marchi di proprietà (WEB EYEWEAR, ic! berlin) e i brand in licenza: TOM FORD, Guess, adidas Sport, adidas Originals, Christian Louboutin, Max Mara, Zegna, GCDS, MAX&Co., MCM, Tod's, Pucci, BMW, K-Way®, Kenneth Cole, Abercrombie & Fitch, Timberland, GANT, Harley-Davidson, Marciano e Skechers. Con la propria rete diretta e un network globale di partner, Marcolin distribuisce i propri prodotti in più di 125 paesi. Alla fine del 2023, il Gruppo Marcolin contava circa 2.000 dipendenti e vendite nette pari a 558,3 milioni di euro.

www.marcolin.com



www.marcolin.com