

# *Il quadro europeo delle donne nei CdA presenza, iniziative, efficacia delle azioni*

*Intervento nell'ambito dell'incontro  
Le presenze femminili nei Consigli di  
Amministrazione: un contributo italiano alla  
European Consultation  
Istituto Italiano di Cultura, Bruxelles*

# Stagione assembleare Italia

## L'ultima senza quote

- Il 60% delle società a rinnovo nella primavera 2012 aveva almeno una donna nel cda. Questa percentuale salirà all'**85%** a fine stagione assembleare
- Su 31 società esaminate, a rinnovo in questi giorni e senza donne nei cda, ben 18 hanno inserito o inseriranno almeno una presenza femminile (senza generalizzati ridimensionamenti del CdA)
- La percentuale di donne di questo campione passa dunque **da 0% all'8.5%**
- La percentuale di donne totale italia nel 2011 era al 7.2%. A maggio 2012 era già salita al 8.1% (Fonte: Bocconi). Stimiamo che a fine stagione si possa arrivare al **9%**, un incremento senza precedenti
- Le società quotate senza donne in Cda scenderà dal **50% al 40%** almeno

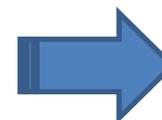
# Comportamento società a rinnovo

## Campione società a rinnovo primavera 2012

	Pre rinnovi	Post rinnovi
Società a ZERO WBD	31	13
Società a ZERO WBD	40%	16%

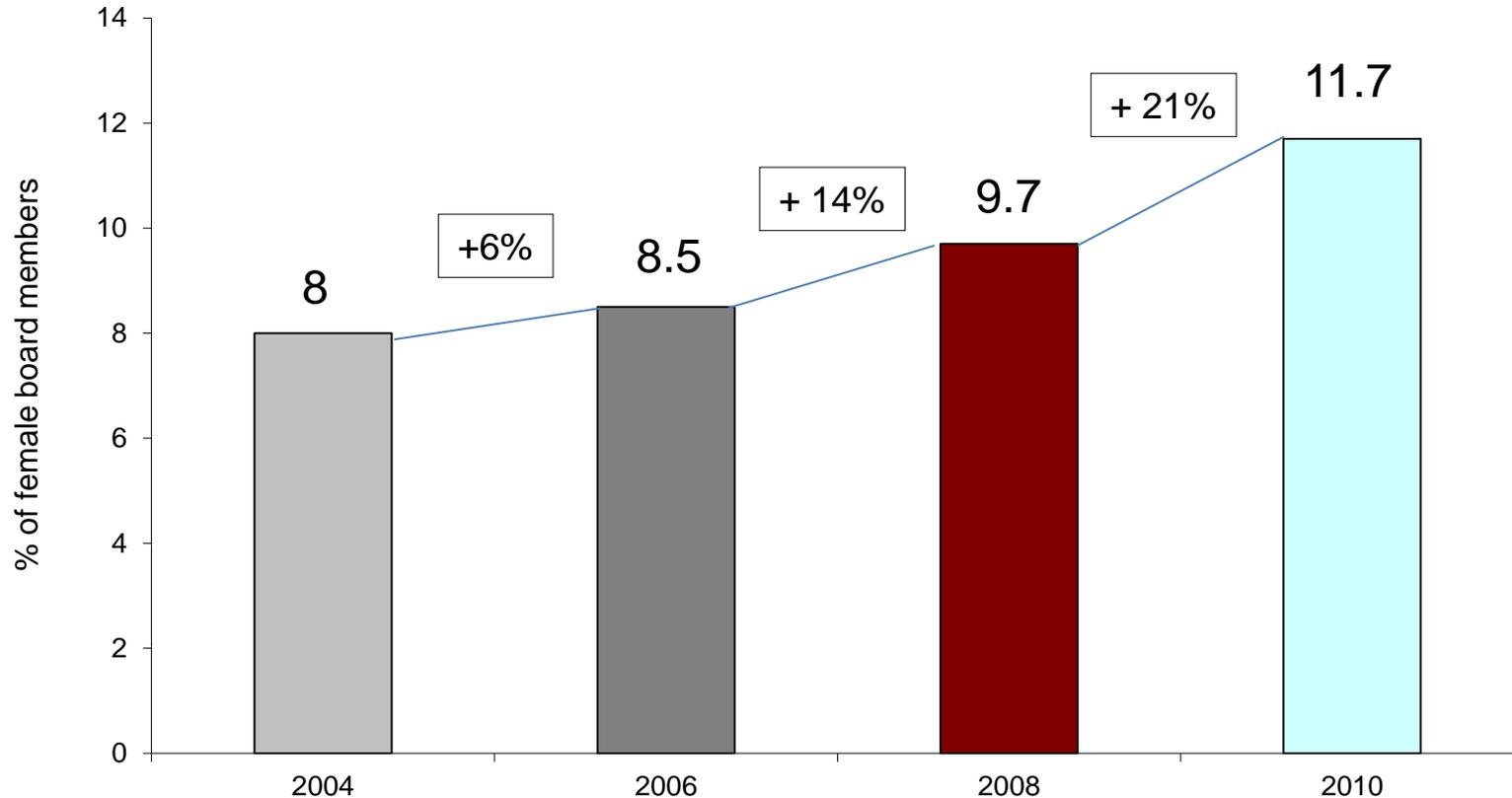
## Campione Società a rinnovo senza donne in CdA

	% soc	% donne
Donne nelle liste di maggioranza	52%	9.8%
Donne nelle liste di minoranza	13%	9.7%
Donne nominate		8.4%



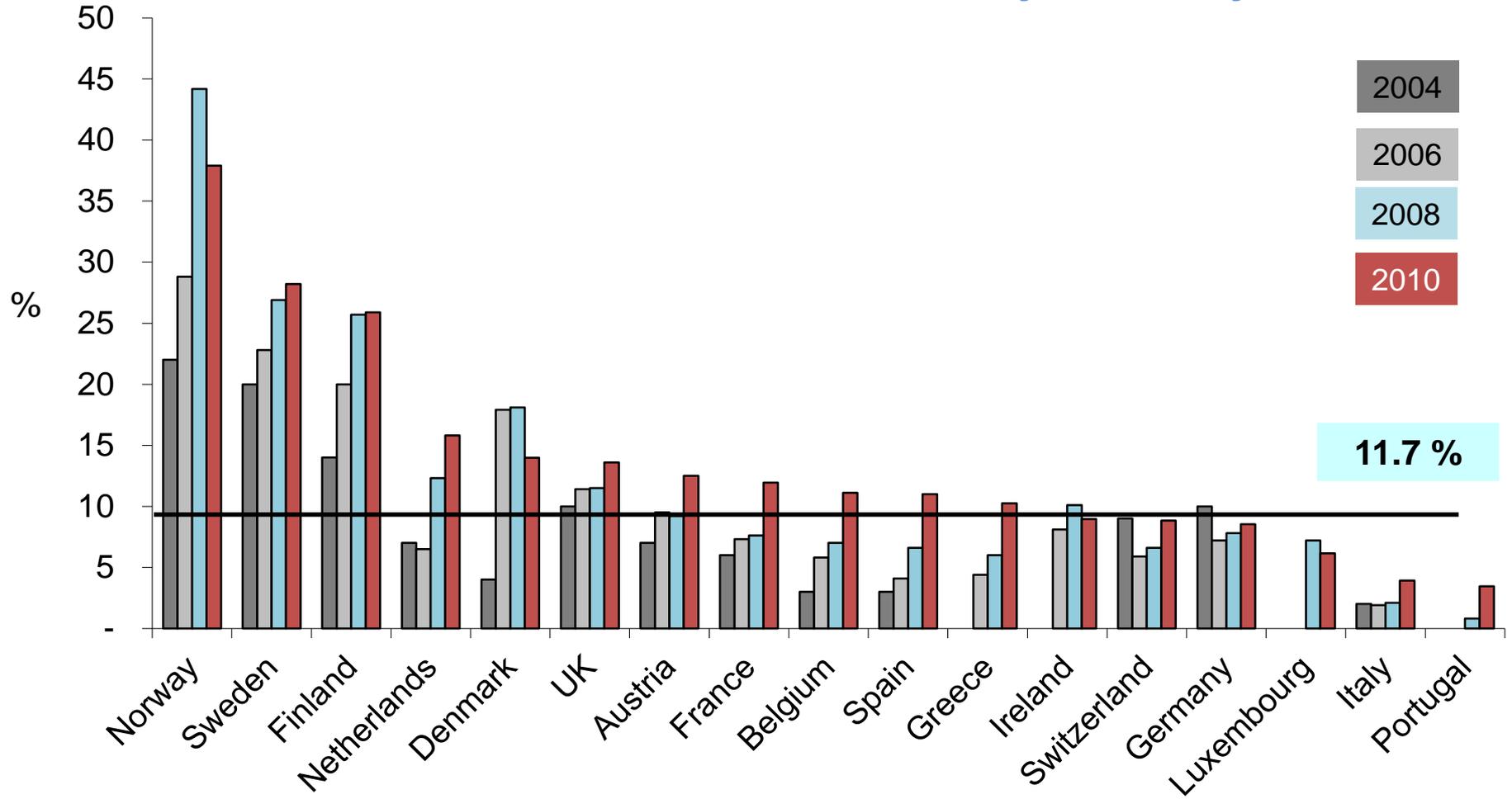
- L'Italia è un case study interessante
- La legge è approvata ma non ancora in vigore
- Come mai le società hanno iniziato ad adeguarsi?

## Female board members in 17 EU countries since first Board Monitor in 2004



Source: EuropeanPWN Board Women Monitor 2004, 2006, 2008, 2010

# % female board members by country



Source: EuropeanPWN Board Women Monitor 2004, 2006, 2008, 2010

## In cima e in fondo alla classifica..

	Presidente	
	2010	2003
	Women (%)	Women (%)
EU-27	5	2

Belgium	0	2
Republic of Serbia	21	-

dev st	802	140
--------	-----	-----

	Board Member	
	2010	2003
	Women (%)	Women (%)
EU-27	12	9

Malta	2	-
Norway	39	20

dev st	1930	719
--------	------	-----

Fonte: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/business-finance/quoted-companies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/business-finance/quoted-companies/index_en.htm)

## Riassunto delle donne nei Board Europei

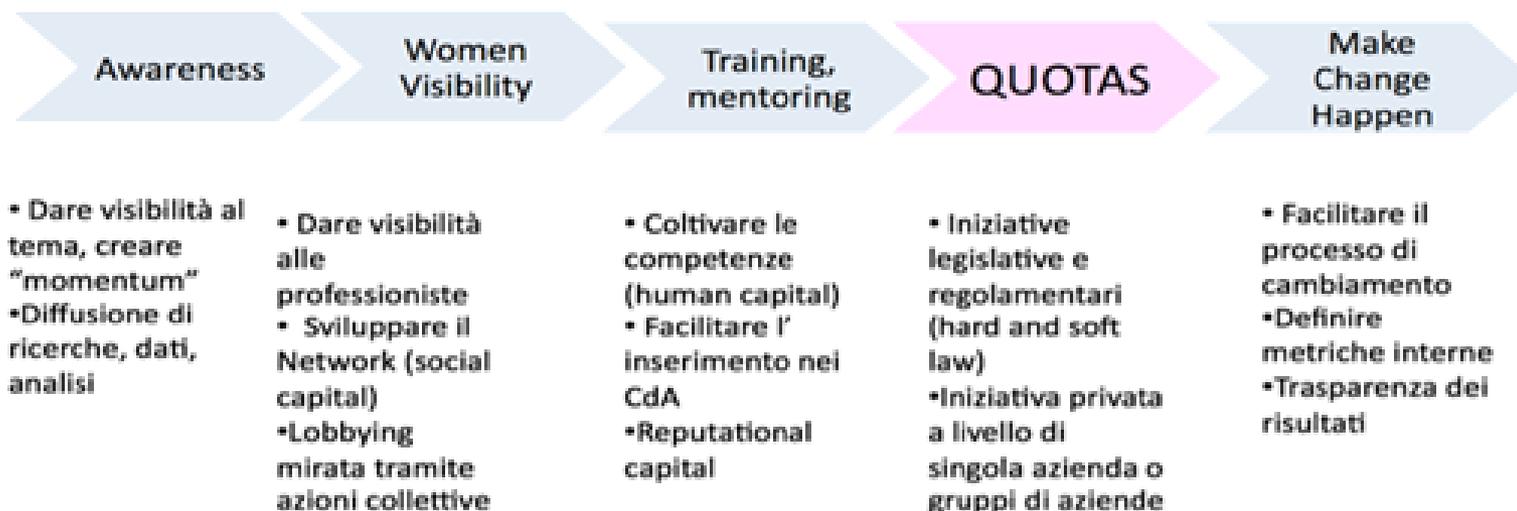
- La presenza femminile nei CdA varia molto nei diversi paesi europei
- Il progresso è lento negli anni su una base di partenza decisamente bassa
- Aumenta dal 2003 al 2010 la varianza della presenza femminile tra i paesi: i numeri cambiano in maniera disomogenea, prevalentemente per effetto di leggi nazionali
  - **la mancanza di azioni comporta una stagnazione numerica**
- La varianza della presenza dei presidenti donna è più bassa di quella dei consiglieri donna. Il dato rappresenta un fattore comune tra i vari paesi e non è positivo
  - **i presidenti donna scarseggiano dovunque**
- Altro tratto comune a valenza negativa è la scarsità di donne in posizione di potere esecutivo, o a capo di comitati.
  - **E' 1:4 il rapporto tra donne esecutive e non esecutive**

# Cosa si sta facendo?

- Le iniziative messe a punto per attenuare e risolvere il problema della sottorappresentazione, sono numerose e di diversa natura e si possono classificare a seconda dell'obiettivo che si pongono e di dove si collocano in una ideale "catena del valore" delle possibili aree di intervento
- Si può distinguere per il grado di obbligatorietà o di discrezionalità nella loro implementazione. Si identificano dunque le azioni obbligatorie, quelle soggette al "comply or explain" oppure quelle facoltative.
- Obbligatorie o, comunque, vincolanti come trasparenza sono le azioni promosse dagli Stati o tramite leggi oppure tramite codici di autodisciplina.
- Le azioni facoltative sono promosse da enti e organizzazioni che hanno l'obiettivo di ovviare in via indiretta al problema della sotto-rappresentanza femminile, come le liste, le iniziative di networking, piuttosto che di mentoring.
- **Queste iniziative sono meno efficaci in termini prettamente numerici rispetto alle "quote rosa" ma preparano il mercato e aumentano la sensibilità al tema**

# La “catena del valore” delle iniziative

## Aumentare la presenza femminile nei Board Aree di intervento delle possibili iniziative



## Alcune iniziative per tipologia

Programma	Effetto	Esempio	Esempio
Sensibilizzazione, diffusione ricerche	"awareness"	EPWN (Board Monitor)	Cranfield (FTSE Report)
Formazione (sia imprese che associazioni)	human capital	EPWN: Administrateur(E) au Feminin, Guide pour Devenir Administratrice	Valore D
Network	social capital	PWA/SDA, Ready for Board Women	Professional Board Forum (Norway, UK)
Liste Italia	visibilità	Fondazione Bellisario	PWA/SDA, Ready for Board Women
Liste Estero	visibilità	Women on Board (AU)	Women on Board, Belgium
Processi interni di carriera manageriale	aumento del pool dei talenti	Valore D	The 30% Club
Voluntary Charter	diretto	Women on the Board Pledge for Europe	
<b>Regolamentazione</b>	<b>diretto</b>	<b>Belgio, Germania, Svezia, Uk, Italia, Francia, Spagna, Finlandia, Svezia</b>	
Mentoring, singole imprese	human and reputational capital	Deutsche Bank	Intesa San Paolo
Regolamentazione, associazioni	diretto	DAX 30 Germania	Talent to the top (NL)
Regolamentazione, impresa privata	diretto	Deutsche Telekom	Varie società, Vodafone, ISP, Unicredit ecc.
Legislazione	diretto	Norvegia, Spagna, Francia, Italia, Austria, Belgio, Islanda	

	facoltative
	comply or explain
	obbligatorie

## La regolamentazione in Europa

Country	Legislation and quota (max )	Corp Governance Code	State owned (also political target)	Other	Sanction
Italy	33%	Y	33%		Verbal, fine, decadence
Germany	under debate	Y		Y	
France	40%	Y			Board appointments null
Norway	40%				Company's dissolution
Austria			35%	Y	
Belgium	33%	Y	33%		Loss of benefits by board members
Denmark	under debate		Y		
Finland		Y	40%		
Iceland	Y			Y	No penalties for non-compliance
Ireland			Y		
Nederlands	30%	Y			No sanctions
Spain	40%	Y			No sanctions for non-compliance
Sweden	under debate	Y	Y	Y	
UK	under debate	Y			

## Efficacia delle iniziative regolamentari/private

Anno	Norway	Sweden	Finland	NL	UK	Germany	France	Belgium	Spain	Italy
2004	22	20	14	7	10	10	6	3	3	4.6
2006	28.8	22.8	20	6.5	11.4	7.2	7.3	5.8	4.1	4.7
2008	40	26.9	25.7	12.3	11.5	7.8	7.6	7	6.6	5.8
2010	38.0	27.8	25.9	15.8	13.6	8.5	11.9	11.1	11.0	6.8
2011	39.0		26.0		15.2	9.8	12.7	11 (est)		7.2
Codice		2004	2003	2003	2010	2009	2010	2009	2006	2013
Legge	2006			2012			2012	2011	2007	2012

L'esperienza estera insegna che raramente la presenza femminile è aumentata significativamente in via spontanea o a seguito di interventi «morbidi» o comunque indiretti

## Le lezioni dal mercato

- L'unica iniziativa che ad oggi ha dato risultati chiari è la legge Norvegese; leggi senza sanzione o facoltative nell'applicazione non hanno dato risultati
  - I codici di autodisciplina non hanno avuto nel tempo un impatto importante sul comportamento delle società quotate. Alcuni paesi come la Francia, la Spagna, l'Olanda siano tornati sul tema ed abbiano approvato una legge.
  - Affidarsi alla buona volontà delle società non ha funzionato in Norvegia , in UK sta dando modesti risultati
- 
- Prevedere una discontinuità "armonica" (ovvero senza legge) nel trend europeo che cambi il quadro in maniera sostanziale ed omogenea , è difficile
  - Tuttavia le iniziative di autodeterminazione e le iniziative private sono il necessario complemento ad un intervento più incisivo di natura cogente. Si prepara il mercato e gli operatori ad un efficace reperimento delle risorse indispensabili per tradurre la legge in ottima prassi

## CONCLUSIONE

- La attuale tornata assembleare italiana conferma la validità di un approccio integrato «mercato – legislatore»
- **Molte società, grazie alla moral suasion attivata dalle iniziative private sorte in Italia, hanno deciso spontaneamente di anticipare l'implementazione della legge**
- Alcune società si sono già adeguate alla prima quota della legge (1/5) e ne hanno dato adeguato risalto nella comunicazione al mercato
- Grazie agli sforzi, tra le altre iniziative, di PWA, Valore D, Fondazione Bellisario e prestigiose Università, si è attivato un circolo virtuoso: **Donne = Buona governance**