



Silvia Pacini, a sinistra, con Silvia Bertolucci, a destra

ASSA ABLOY: Silvia Bertolucci e Silvia Pacini in ruoli strategici nel team italiano

In ambito logistico la professionalità si declina, sempre più spesso, anche al femminile, ma ancora c'è tanta strada da fare. Se i dati divulgati a febbraio dall'Istat parlano di una crisi dell'occupazione femminile senza precedenti, con 101mila occupati in meno a dicembre 2020, di cui 99mila donne, **ASSA ABLOY Italia** va in controtendenza assumendo giovani donne in ruoli di responsabilità: **Silvia Pacini** è la nuova Marketing & Communication Manager per l'Italia e la Grecia; **Silvia Bertolucci** da settembre dello scorso anno è Procurement & Supply Chain Manager.

Chi è Silvia Bertolucci, Procurement & Supply Chain Manager ASSA ABLOY Italia

Trentacinque anni, laureata in Ingegneria Gestionale al **Politecnico di Milano**, Silvia Bertolucci vanta una solida esperienza nel settore Procurement e un Executive Master in Operations and Supply Chain Management conseguito alla Business School del Sole 24 Ore. In **ASSA ABLOY Italia** dall'ottobre 2019, in poco meno di un anno è stata promossa a un ruolo di maggiore responsabilità:

"Essere un ponte tra ASSA ABLOY e l'esterno, interpretare fabbisogni e cercare soluzioni tese sia al miglioramento continuo del rapporto costo/servizio per ASSA ABLOY e i suoi partner, sia alla prevenzione dei rischi insiti in un mercato globale sempre più complesso e incerto: questa è la mission con cui inizio ogni giornata - spiega Bertolucci - non è sempre facile, ma perseveranza, resilienza e consapevolezza di essere in un ambiente in cui competenze e risultati sono premiati senza alcun distinguo di genere, aiutano. Sono gli stessi valori che cerco di infondere giorno dopo giorno al mio team, un team in cui la gender diversity è garantita: le donne superano addirittura gli uomini nelle posizioni white collar, occupando i ruoli manageriali con una grande capacità di ascolto e impegno."

Chi è Silvia Pacini Marketing & Communication Manager per l'Italia e la Grecia

Trentadue anni, una Laurea in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni conseguita all'**Università di Udine** e una solida esperienza maturata nel settore automotive, Silvia Pacini, che ha fatto il suo ingresso in azienda a novembre 2020 ha le idee ben chiare sulla strategia di marketing che intende sviluppare per ASSA ABLOY e per i suoi brand.

“Ormai da qualche anno si parla di H2H: Human to human. La centralità dell'essere umano è essenziale: dare un valore aggiunto prima di chiedere, creare dei contenuti di qualità che generino un rapporto di fiducia con il cliente, una relazione che, come abbiamo imparato, non termina con l'acquisto, ma coinvolge molteplici aspetti. Ebbene – continua Pacini – il team di marketing, oggi in ASSA ABLOY a prevalenza femminile, non è tale per scelta di genere, ma per il comprovato riscontro di talento e di skills nel focalizzarsi su questi obiettivi. La mia soddisfazione più grande? Quando un lead si trasforma in cliente ed infine in advocate. Significa che tutti abbiamo fatto un ottimo lavoro”.

Una strategia di People Management basata sulle competenze

“Nei contesti di business in cui il People Management è basato su competenze e su merito – commenta Alessio Vezzaro, AD ASSA ABLOY Italia – l'equilibrio tra stili di leadership al femminile e al maschile si crea in maniera naturale. Una cultura aziendale realmente aperta e lungimirante garantisce la creazione di un ecosistema organizzativo sostenibile fatto di benessere e di opportunità. Includere significa sostenere una vitalità culturale che prepara l'organizzazione a gestire l'incertezza delle sfide future. Ho capito la forza della leadership femminile quando mi sono focalizzato a riflettere non tanto sull'attitudine a prendere le decisioni, quanto sulla consapevolezza di saperne gestire le conseguenze, siano esse in linea o meno rispetto alle aspettative: questa naturale prontezza della donna, fa la differenza.”

Un esempio concreto di responsabilità

Essere un'impresa socialmente responsabile significa tenere conto dei parametri legati alla sostenibilità sociale e ambientale. Ed è proprio in un'ottica di inclusività e di pari opportunità che il **Gruppo ASSA ABLOY** ha scelto di puntare sulle competenze, a prescindere dal genere, trovandole sempre più espresse nella preparazione e nei meriti di figure femminili. La diversity cessa così di essere un limite e diventa un valore aggiunto che, se potenziato nella maniera corretta, può portare a una crescita sostenibile e duratura.

Se in Italia, dove il rapporto tra popolazione occupata e popolazione in età attiva è circa il 56,5%, il tasso di occupazione delle donne è al 48,5%, mentre è prossimo al 70% per gli uomini (fonte Istat gen. 2021), la business unit italiana del Gruppo ASSA ABLOY esprime un quadro diverso: su un totale attuale di 167 dipendenti, infatti, 65 sono donne, una quota piuttosto rilevante se si considera il core business del Gruppo, specializzato nel settore della sicurezza, dei sistemi di apertura e chiusura porte e del controllo degli accessi, un ambito storicamente presidiato da uomini.

Ma al di là dei numeri, l'altro dato significativo riguarda le posizioni in azienda: sono infatti ricoperti da donne molti ruoli di top e middle management, dalla CFO alla Supply Chain Manager, dalla PR Manager all'Head of Customer Service Domestic, dall'Head of Customer Service Export alla Product Manager.

<https://www.ilgiornaledellalogistica.it/news/aziende/assa-abloy-silvia-bertolucci-e-silvia-pacini-in-ruoli-strategici-nel-team-italiano/>