

# Perfetti COSÌ

IL VALORE DELLA DIVERSITÀ.

UNWRAP  
YOUR DIVERSITY.



Inclusione, equità e valorizzazione delle diversità.  
Il nostro manifesto.



# UNWRAP YOUR DIVERSITY.



Chewing gum, jellies, candy, lollipop: la diversità fa la differenza nella nostra offerta al consumatore. Ma non solo. Senza la ricchezza delle differenze delle persone che compongono il nostro Gruppo, non saremmo ciò che oggi siamo. E vogliamo continuare a fare la differenza, sempre di più. Per scoprire e valorizzare il potenziale che c'è dentro ognuno di noi.

Attraverso un monitoraggio costante e l'impegno a migliorarci con obiettivi sempre più sfidanti, puntiamo a rendere «inclusione» la parola d'ordine della nostra Perfettitude.



## 1 AMBIENTE DI LAVORO INCLUSIVO

Le diversità di ogni tipo (identità di genere, nazionalità, etnia, età, orientamento sessuale, abilità fisiche, culturali e di pensiero, affiliazioni politiche, religiose e di altro tipo, istruzione, esperienze professionali, stili di vita ) sono una fonte di ricchezza per la nostra organizzazione che porta innovazione e miglioramenti della performance individuale e di business. **Per questo valorizziamo le diversità in azienda, alimentando una cultura basata su rispetto e integrazione.**

### Come?

Promuoviamo una cultura inclusiva utilizzando alcuni strumenti:

- Formazione continua per tutta la popolazione aziendale su vari aspetti e tematiche di Diversità e Inclusione (pregiudizi di genere, linguaggio inclusivo, stili di leadership, e molto altro);
- Attività di engagement mirate a coinvolgere direttamente i nostri collaboratori;
- Adesione ad associazioni che ci sostengono nel promuovere una cultura inclusiva, come **Valore D e Parks Liberi e Uguali**;
- Indagini di clima per monitorare il percepito dei nostri dipendenti e raccogliere feedback e indicazioni.

## 2 GENDER GAP RAPPRESENTANZA FEMMINILE IN AZIENDA

La parità di genere passa anche attraverso una rappresentanza equilibrata. In Perfetti Van Melle Italia la percentuale di donne cresce di anno in anno. Attualmente, dei nostri 1.200 dipendenti, il 36% è composto da donne, mentre il 64% da uomini.

**Il nostro obiettivo è quello di aumentare la rappresentanza femminile nelle funzioni aziendali in cui il divario è particolarmente alto, al fine di raggiungere una presenza femminile il più possibile paritetica a quella degli uomini.**

### Come?

Favoriamo l'equilibrio tra i generi agendo primariamente su:

- Responsabilizzazione dei Direttori di funzione a bilanciare la presenza femminile e maschile all'interno dei propri team, con obiettivi da porsi a medio e lungo termine;
- Processi di selezione equi e bilanciati, in modo da garantire sempre per ogni ricerca effettuata, la presenza di candidature femminili;
- Organizzazione del lavoro flessibile, responsabilità e autonomia nello svolgimento della propria attività lavorativa, con l'obiettivo di favorire l'integrazione fra la sfera privata e la sfera lavorativa (chiarezza dei ruoli, smart-working, orario flessibile, convenzioni e welfare).



## 3 GENDER PAY EQUITY – DIVARIO SALARIALE

Il divario salariale puro tra uomini e donne rappresenta ancora un valore significativo in tutta Europa: nelle imprese private si attesta tra il 18 e il 20%. (Fonte: The Global Gender Gap Report, World Economic Forum). Alcune delle cause di questo divario sono da ricondurre a fattori come livello di esperienza lavorativa diversa, mancanza di donne nelle posizioni maggiormente retribuite, maggior ricorso a tempo parziale o interruzioni di carriera per favorire l'equilibrio tra vita privata e lavoro. Ma una parte del gap risulta non spiegabile da fattori legittimi e può essere legato a pregiudizi o discriminazioni.

**Il nostro obiettivo è garantire l'equità retributiva che valorizzi il merito, al di là di ogni differenza di genere, assicurando che tutti gli strumenti di riconoscimento salariale vengano applicati in modo obiettivo ed equo.**

### Come?

Ci impegniamo a:

- Misurare e monitorare accuratamente i dati salariali interni (retribuzione, promozioni, passaggi di categoria, passaggi di qualifica, cessazione del rapporto di lavoro, assunzioni), al fine di identificare eventuali disparità e aree di intervento;
- Ove vengano identificate situazioni di disparità non giustificabili, utilizzare tutti gli strumenti del nostro pacchetto retributivo per ridurre il gap economico;
- Utilizzare strumenti premiali e incentivanti paritetici per uomini e donne sempre e in ogni circostanza.

## 4 GENDER LEADERSHIP DONNE IN RUOLI DI RESPONSABILITÀ

Per raggiungere una vera parità di genere è importante che un numero maggiore di donne ricoprano posizioni di responsabilità all'interno dell'organizzazione. In questo ambito le statistiche mondiali indicano che la popolazione femminile nelle posizioni di leadership ruota intorno al 29% e intorno al 37% nelle posizioni manageriali (2020 - Mercer analisi di circa 1.100 imprese nel mondo sulle donne nella leadership).

I dati di Perfetti Van Melle Italia indicano negli ultimi anni un incremento della presenza femminile nelle posizioni manageriali. Oggi, le donne manager di Perfetti Van Melle rappresentano il 36% della popolazione di riferimento (\*). Un valore ancora non paritario.

**Il nostro obiettivo è di bilanciare questa rappresentanza (il 36% della popolazione di riferimento)\*, puntando al 50%. Nei prossimi 3 anni puntiamo a far crescere questo numero di 4 punti percentuali, arrivando almeno al 40%.**

### Come?

Formazione continua, pianificazione di percorsi di sviluppo per le donne, processi non condizionati da preconcetti per la selezione e inserimento di donne in posizioni manageriali sono gli strumenti primari su cui agiamo per perseguire l'obiettivo di lungo termine. Accanto a questi strumenti prevediamo anche l'introduzione di strumenti aggiuntivi, come ad esempio programmi di mentoring per giovani donne professioniste con la collaborazione di manager più senior.

*\* da band 7 in su, con riferimento al PVM banding system, sistema di valutazione interno del ruolo basato su criteri di complessità e responsabilità.*



## 5 DISABILITÀ

Le persone con fragilità o diverse abilità fisiche, mentali o sensoriali possono rappresentare una risorsa per le aziende e hanno diritto a una piena e attiva partecipazione nella società e nel mondo del lavoro.

**Il nostro obiettivo è rafforzare il nostro contributo all'integrazione nella società e in azienda di persone con disabilità agendo su fronti diversi.**

### Come?

- Sostenuti dal supporto di Cooperative che hanno maturato esperienza nella formazione e addestramento al lavoro di categorie svantaggiate, creiamo opportunità all'interno delle nostre sedi a favore di persone con fragilità diverse;
- Assicuriamo che ogni posizione vacante offra pari opportunità alle persone con disabilità che abbiano i requisiti necessari per ricoprire i ruoli;
- Collaboriamo con associazioni che promuovono l'integrazione tramite eventi ed esperienze offerte anche ai nostri collaboratori.

## 6 IDENTITÀ DI GENERE E ORIENTAMENTO SESSUALE

Crediamo che ognuno debba sentirsi sé stesso sia sul luogo di lavoro che nella società, perché è solo quando si è se stessi che si dà il meglio. L'OMS stima che la comunità LGBTQ+ sia oltre il 5% della popolazione mondiale. In Italia si stima che oltre 1 milione dei 23 milioni di lavoratori sia omosessuale, bisessuale o transessuale.

**Il nostro obiettivo è creare un ambiente di lavoro privo di discriminazioni a causa dell'orientamento sessuale o dell'identità di genere.**

### Come?

Tramite partnership con associazioni autorevoli nella promozione della cultura inclusiva mirata alla identità di genere, vogliamo approfondire la conoscenza di tutti gli aspetti sociali e culturali connessi con i diversi orientamenti. L'obiettivo è migliorare la consapevolezza su questi temi e distinguerci per essere un ambiente totalmente inclusivo.



## 7 DIVERSITÀ GENERAZIONALE

Attualmente le generazioni al lavoro in Perfetti Van Melle Italia sono quattro. Seguendo la classificazione ISTAT, la generazione più popolosa è la Generazione X (1966 – 1980) con il 58%, seguita dai Millennials (1981 – 1995) con il 26%, Baby Boomer (fino al 1965) con il 15% e Generazione Z (dal 1996 in poi) con il 1%.

**Il nostro obiettivo è far sì che l'ambiente lavorativo sia accogliente e stimolante per tutte le generazioni e che ci sia scambio di valore tramite la condivisione di esperienze, competenze e punti di vista.**

### Come?

Per favorire l'inserimento delle giovani generazioni prevediamo programmi strutturati come Career Kitchen ([www.careerkitchen.it](http://www.careerkitchen.it)) e collaboriamo con istituzioni scolastiche e universitarie del territorio. Abbiamo creato inoltre community interne come "Young Professionals" per giovani fino ai 32 anni di età, per favorire lo sviluppo delle soft skill e creare maggiori scambi relazionali.

Promuoviamo iniziative di **Active Ageing** per garantire l'aggiornamento e l'allineamento delle competenze alle innovazioni tecnologiche, oltre a preservare il benessere psico-fisico della popolazione più matura dell'azienda.

### LE NOSTRE PARTNERSHIP

