

## Attivare il futuro, al femminile

*Sintesi della ricerca condotta da Future Concept Lab*

Stiamo assistendo a un vero e proprio cambiamento d'epoca, a una trasformazione che modifica il coinvolgimento delle persone nelle scelte quotidiane, dal consumo fino all'organizzazione stessa della propria vita. Assistiamo a una evoluzione dei valori verso esperienze che non si possono comprare: l'amicizia, la serenità, la convivialità e tutti quei valori che sono patrimonio privilegiato del mondo femminile.

La sensibilità femminile privilegia la sostenibilità, la centralità dell'umano, la creatività quotidiana, i diritti individuali e collettivi, che dovranno trasformarsi nei prossimi anni in virtù.

Il talento femminile troverà per questo motivo finalmente lo spazio e il modo per ripensare e ri-progettare il futuro determinando nuove priorità e nuovi equilibri, lasciando anche spazio a nuove progettualità. Forse per la prima volta nella storia, la dimensione femminile sembra maggiormente attrezzata e molto più compatibile di quella maschile per affrontare le nuove sfide della contemporaneità, e la ricerca di Future Concept Lab ispirata all'esperienza *Vasi Comunicanti*, ha sviluppato in termini di esperienze femminili le quattro direzioni paradigmatiche che faranno la differenza in futuro: il Trust & Sharing, il Quick & Deep, il Crucial & Sustainable, lo Unique & Universal.

[www.progettovasi.it](http://www.progettovasi.it)

- 
- 1) Trust & Sharing. Fare Rete partendo dal mondo femminile con credibilità e condivisione, proponendo il valore del “fare insieme”. Sostenere comunità che si rigenerano e rinnovano. Fare rete, che significa anche “essere una rete”, con una centralità sul territorio. Apprendere da esempi al femminile, con donne blogger che guidano l’affermazione di nuovi diritti. Con progetti di inclusione sociale come Coopa Roca in Brasile, o di sostegno e promozione dell’imprenditoria femminile come la Banca Cooperativa delle Donne a Cipro. Supportando le giovani mamme in età scolare come *Young Mums Will Achieve* o fornendo servizi di cura nelle zone rurali come *Working for the family welfare* in Lituania
  - 2) Quick & Deep. Proporre una capacità tempestiva e felice nelle nuove trame del quotidiano. Rispondere in modo tempestivo alle esigenze e alle occasioni di vita delle diverse generazioni. Seguire con attenzione le diverse occasioni e necessità vitali che si dispiegano nella vita quotidiana. Sostenere le occasioni “felici” con servizi (o sostegno) in linea con le specificità dei singoli. Il mondo femminile si dimostra campione ad esempio nella valorizzazione delle gastronomie tipiche, del territorio, incentivando occasioni di ospitalità secondo pratiche tradizionali come nel caso de Le Cesarine che rilanciano l’home food, o nelle iniziative di welfare aziendale, rivolte alla riconciliazione tra famiglia e lavoro, semplificando il rapporto e la gestione delle incombenze quotidiane, come avviene nel caso internazionale del maggiordomo aziendale. O ancora come in Francia con La Balle au Bond, un servizio di consulenza per offrire soluzioni di cura per l’infanzia su misura, per le neo-mamme in cerca di lavoro, o con programmi di re-inserimento all’istruzione per le donne appartenenti

---

[www.progettovasi.it](http://www.progettovasi.it)

---

alla categoria NEET, che non studiano e non lavorano, come avviene nel regno Unito con il progetto West Kent Education and Skills.

- 3) Crucial & Sustainable. Reinventare la propria vita e re-interpretare i luoghi cercando nuovi equilibri tra tempo di vita e lavoro. Contribuire a dare ordine alle priorità, da quelle personali, a quelle familiari e alle scelte professionali. Implementare la formazione con progetti avanzati e innovativi. Dare ascolto e visibilità alle esperienze eccellenti di “quote rosa”, per attivarne di nuove in modo virtuoso e credibile. In Italia questo avviene ad esempio attraverso l’iniziativa *Donne senza guscio*, che sviluppa ricerca, sostegno e formazione nell’area del management femminile, condividendo strategie per vivere con successo la differenza di genere. O attraverso i Creative Mornings a Milano: un network di incontri, idee, conoscenza e lavoro, rivolte alle comunità creative. Perfino paesi apparentemente periferici si adoperano al miglioramento delle pari opportunità per le donne sul posto di lavoro come avviene a Malta con il progetto *Unlocking the female* o in Romania con l’iniziativa *Better Future for Women*. Vengono in questo modo identificate opportunità di lavoro e formazione per potenziali imprenditrici, in materie utili alla futura impresa.
- 4) Unique & Universal. Esprimere la nuova creatività femminile lavorando sull’attrattività e l’eccezione. Dimostrare una capacità creatrice di nuovi immaginari, tra materialità e innovazione creativa. Conservare l’antico “saper-fare” passando per il moderno saper-gestire: definire il tempo, gli spazi e le azioni, per una rinnovata creatività. Ciò implica politiche di relazioni interne in ambito industriale, con definizione di spazi di ricreazione, fino al sostegno della gestione del tempo, della cura e dell’alimentazione.

---

[www.progettovasi.it](http://www.progettovasi.it)

---

Un esempio tra innovazione e tradizione è invece *Grannies.inc* in Gran Bretagna, che propone la vendita on line di prodotti artigianali in maglia realizzati da donne della terza età, recuperando memorie, talenti e valori. In Polonia invece Initiative is a female propone finanziamento e supporto delle migliori studentesse per la creazione della loro start-up.

In conclusione - per le considerazioni emerse dal progetto *Vasi Comunicanti* e per gli stimoli illustrati con i casi esemplari a impronta femminile - riteniamo che la valorizzazione delle differenze di genere siano un dovere fondamentale per la civile convivenza e per un futuro più felice. Di questo movimento, non più sotto traccia, di azioni e progetti di “conciliazione” per un mondo più equo - spesso non sufficientemente raccontato e condiviso - dobbiamo diffondere le sue ambizioni, per rilanciare la sfida del cambiamento. Con la questione femminile al centro, come opportunità trasformativa: non è femminismo, ma convenienza. Per tutti.

Roma, 17 Gennaio 2013

---

[www.progettovasi.it](http://www.progettovasi.it)

2007  
2013 **POR**  
PROGRAMMA OPERATIVO  
REGIONE LAZIO

FONDO SOCIALE EUROPEO  
Obiettivo Competitività Regionale  
& Occupazione



REGIONE  
LAZIO  
ASSESSORATO  
LAVORO E FORMAZIONE

in partnership con

