8 gennaio 2025

Riconosciuto l’impegno per la valorizzazione delle donne e la costruzione di un ambiente di lavoro improntato all’equità

Henkel Italia ottiene la certificazione UNI PdR 125:2022 per la parità di genere

Milano – Henkel Italia ha concluso con esito positivo il percorso per la **certificazione UNI PdR 125:2022**, che riconosce i risultati quantitativi e qualitativi che l’azienda ha raggiunto sul tema della **parità di genere**. La certificazione è una dimostrazione tangibile dell’impegno di Henkel per creare un ambiente di lavoro improntato al principio dell’equità e rimuovere qualsiasi ostacolo alla partecipazione delle donne alla vita dell’impresa e della comunità.

Promossa dal Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri, la certificazione rilasciata sulla base della prassi UNI PdR 125:2022 prevede un’accurata verifica dell’operato dell’azienda in sei diverse aree: cultura e strategia, governance, processi di gestione delle risorse umane, opportunità di crescita e inclusione delle donne in azienda, equità remunerativa per genere, tutale della genitorialità e conciliazione vita-lavoro. La certificazione ha validità triennale ed è soggetta a monitoraggio annuale.

“*La certificazione per la parità di genere ci rende particolarmente orgogliosi perché conferma il grande lavoro fatto in questi anni per promuovere la cultura dell’inclusione a tutti i livelli dell’organizzazione. Questo riconoscimento è un traguardo certamente significativo, ma vogliamo viverlo soprattutto come punto di partenza per porci nuovi obiettivi ancora più ambiziosi*”, ha commentato **Mara Panajia**, presidente e amministratore delegato di Henkel Italia. “*Siamo convinti che, per valorizzare il talento femminile, serva un cambiamento culturale accompagnato da iniziative concrete per sostenere le donne sul lavoro, cominciando da un nuovo concetto di genitorialità condivisa*”.

Negli ultimi anni, la **presenza femminile** è aumentata in tutte le funzioni di Henkel Italia, inclusi i siti produttivi. Oggi l’azienda conta circa il 40% di **manager donne**, con l’obiettivo di arrivare al 50% anche grazie a un’attenta politica di recruitment che prevede, nella fase iniziale di ogni selezione, il bilanciamento delle candidature femminili e maschili.

Promuovendo una **genitorialità** **sempre più condivisa**, Henkel offre a tutti i dipendenti, indipendentemente dal genere e dallo stato familiare, l’opportunità di partecipare all’accudimento dei figli. Le [linee guida per la gestione del congedo parentale](https://www.henkel.it/spotlight-magazine/lavorare-henkel-italia/essere-genitori-henkel-italia-1989466), introdotte a livello globale nel 2024, si traducono in Italia nell’estensione del **congedo per i neopapà o i secondi caregiver**, che possono usufruire di 8 settimane di astensione lavorativa retribuita al 100%. A questa misura si aggiungono altre iniziative a sostegno delle famiglie, tra cui la flessibilità dell’orario lavorativo e ‘**MasterGenitori**’, una piattaforma di formazione e supporto per affrontare con serenità le varie fasi di crescita dei figli e favorire il giusto equilibrio tra la casa e l’ufficio.

L’impegno per la parità di genere è parte di cultura aziendale orientata all’inclusione e alla valorizzazione di ogni forma di diversità. Tra i progetti di Henkel Italia in ambito Diversity, Equity & Inclusion c’è ad esempio **#diversaMENTE**, con eventi e appuntamenti periodici per i dipendenti in cui stimolare la riflessione e il confronto su varie tematiche quali il genere, l’orientamento sessuale, la disabilità e la multiculturalità, anche con l’aiuto di ospiti e testimonial.

Infine, in quanto produttrice di marchi che vengono usati ogni giorno da milioni di persone, Henkel Italia vuole contribuire al cambiamento collettivo e alla costruzione di una società libera dagli stereotipi che ancora ostacolano le donne. Dal 2022, in collaborazione con Eumetra, l’azienda promuove l’[**Osservatorio ‘Genere e Stereotipi’**](https://www.henkel.it/spotlight-magazine/osservatorio-genere-e-stereotipi-1960980) per studiare l’evoluzione degli stereotipi legati al genere e il loro peso nelle scelte personali e famigliari. Nella comunicazione dei prodotti, Henkel è attivamente impegnata nella rappresentazione delle famiglie e della vita domestica in modo non convenzionale, scardinando i pregiudizi sui ruoli maschili e femminili.

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei rivestimenti funzionali. Con Consumer Brands, l’azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono Loctite, Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Nel 2023 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 21,5 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,6 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega circa 48.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: “Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni”. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Per informazioni alla stampa:**

**Giusi Viani Silvia Vergani**

Head of Corporate Communications, Henkel ItaliaCorporate Communications Consultant, Henkel Italia

E-mail: [giusi.viani@henkel.com](mailto:giusi.viani@henkel.com) E-mail: [silvia.vergani@henkel.com](mailto:silvia.vergani@henkel.com)