



Welfare, Riccardi (Prg Retail Group): "Senza nuove nascite non c'è futuro per il Paese"

Descrizione

(Adnkronos) "Sul welfare sicuramente dobbiamo fare squadra perché è un tema veramente enorme. Siamo il più importante hub retail di prodotti per bambini presente nel Sud Europa. Abbiamo effettivamente avvertito per primi questo calo drammatico delle nascite, negli ultimi 15 anni in Italia abbiamo perso oltre il 34% delle nascite, quindi più di un bambino su tre. Quello che per noi potrebbe essere un tema di business, siamo convinti che in realtà sia un tema di sostenibilità per l'intero sistema Paese. Senza nuove nascite non c'è futuro, quindi riteniamo che sia fondamentale creare un'alleanza per, in qualche modo, frenare questa caduta e possibilmente invertire questo trend in modo da poter ricominciare ad avere magari una piccola crescita". A dirlo oggi Claudio Riccardi, Quality and Sustainability Director PRG Retail Group, intervenendo all'appuntamento Adnkronos Q&A "La cura delle persone", in corso al Palazzo dell'Informazione, in occasione della Giornata mondiale della popolazione. "In questo", precisa, "noi vediamo il nostro ruolo proprio come hub retail, quindi come punto d'incontro tra le famiglie, tra i nostri fornitori, ma anche come capillarità sul territorio, con la possibilità di essere un centro di aggregazione, di fare qualcosa assieme. Siamo arrivati, qualche anno fa, partecipando ai primi Stati generali della natalità e poi anche con un confronto che abbiamo avuto con il Moige, per creare un'iniziativa, un progetto che fosse collettivo, di attivismo sociale e che potesse mettere insieme le aziende, il pubblico, il terzo settore, i nostri clienti. E le aziende, i nostri partner, i nostri fornitori". "Abbiamo così creato", sottolinea, "una raccolta fondi a cui hanno aderito con grande entusiasmo anche i nostri stessi clienti, che hanno donato, nei primi mesi, ben settecentomila euro e questa donazione sta continuando. Questa raccolta fondi ci ha permesso poi di finanziare un progetto con il Moige, il quale ha formato alcuni genitori esperti che hanno offerto la loro attività, la loro competenza, i loro servizi, per supportare all'inizio duecentocinquanta famiglie italiane fragili e, soprattutto, i nostri clienti. Speriamo entro fine anno di poterne aggiungere altri duecentocinquanta. Supportare le famiglie in tutte quelle che sono le piccole esigenze quotidiane". "Noi", rimarca, "speriamo di avere tante nostri competitor che decidano di copiarci o di unirsi a noi per portare avanti idee simili. Quando parliamo di 250-500 famiglie alla fine dell'anno può sembrare poco, però la forza è nel dare l'esempio concreto di quello che si può fare. Per stimolare e tracciare una via in cui ci possano seguire altre aziende, le istituzioni e altre associazioni. Una via che ci possa veramente portare a un'azione collettiva che è fondamentale per il futuro del nostro Paese, non solo della nostra economia. Abbiamo fatto anche dei passaggi

istituzionali â?? ricorda â?? come la sottoscrizione di un impegno con il ministero per la Famiglia, la natalit  e le pari opportunit  per garantire che veramente non ci sia, al rientro dalla maternit  o paternit  , alcuna discriminazione, anzi abbiamo anche lanciato un programma di formazione usufruibile in modalit  online. L'anno scorso siamo arrivati al percorso di certificazione della parit  di genere, lo riteniamo uno strumento utilissimo per misurarci con degli indicatori sia di qualit  che di quantit  e per capire anche qual   la progressione". "Questo strumento â?? spiega Claudio Riccardi â?? ha comportato anche la creazione all'interno della direzione dell'azienda di un comitato specifico per la parit  di genere e questo   importante, perch  anche la presenza di un comitato dedicato alla parit  di genere ci permette di portare avanti delle iniziative in modo continuativo. Ovviamente quando parliamo certificazione non vuol dire che   stata raggiunta, la certificazione   l'inizio di un percorso,   in qualche modo l'inizio di un'azione continuativa. In questo senso noi la vediamo un po' pi  come un punto di partenza che come un punto d'arrivo che secondo me invece   costituito non solo da avere una parit  per i generi, ma dall'inclusione delle competenze specifiche che hanno ad esempio le donne nel valore dell'azienda e nello stile di management aziendale".

  laborowebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. News Nazionali

Tag

1. adnkronos
2. ultimora

Data di creazione

Luglio 11, 2024

Autore

admin

default watermark