

Donna *in* Affari.it

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA AL TRIBUNALE DI ROMA nr. 198 del 22/4/2010

[LAVORO](#) [IMPRENDITORIA](#) [FORMAZIONE](#) [SOCIETÀ](#) [DALLE REGIONI](#) [TURISMO](#)

LAVORO

PARI OPPORTUNITÀ

Intervista esclusiva a Eleonora Graffione

Catuscia Ceccarelli

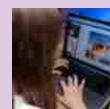
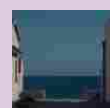
2 Maggio 2026



Donne e retail: il ruolo chiave della leadership al femminile secondo Eleonora Graffione, presidente dell'Associazione Donne del Retail.

Eleonora Graffione ha costruito la sua carriera nella distribuzione organizzata spesso

Articoli Recenti

[Rosé Rosé Evento Roma](#)[Ricerca Scientifica: il futuro dell'Italia](#)[Monitoraggio pensioni 2025](#)[Arte: rete scuole del Lazio](#)[Agrifood: donne lanciate in Europa](#)[Competenze Digitali in Italia in crescita](#)[Vita costiera a rischio](#)

come unica donna ai tavoli decisionali, in un settore che, paradossalmente, si nutre da sempre di competenze e sensibilità profondamente legate al mondo femminile. Da questa esperienza nasce una convinzione ineluttabile: il retail deve puntare sul talento delle donne, soprattutto in una fase di trasformazione in cui relazione, visione e capacità di adattamento fanno la differenza. In questa intervista, la presidente di Coralìs, consorzio di imprese della piccola distribuzione e alla guida dell'Associazione Donne del Retail ripercorre il suo percorso, le sfide ancora aperte e la sua visione per il futuro di questo settore.

A chi ancora non la conosce, come si descriverebbe Eleonora Graffione?

Sono una donna che ha scelto di non rinunciare a niente: lavoro, famiglia, vita privata hanno convissuto per più di 30 anni e continuano a farlo. Non voglio dire che non sia stato faticoso e, in alcuni momenti, ancora lo è, ma è tale la spinta che mi porta a portare avanti i progetti che mi sono prefissata che la fatica spesso non l'avverto. Sono un'entusiasta, una curiosa. Mi piace imparare da chi ne sa più di me, in ogni settore che concerne il mio lavoro e sono disposta a condividere le mie conoscenze e le mie competenze ogni volta che mi viene richiesto. Sono una donna, quindi come tale programmata per essere multitasking. Se poi devo passare ai difetti che mi caratterizzano direi che sono pignola, che reagisco male davanti alle falsità e alle ingiustizie e forse, anche per questo, sono entrata a far parte dell'Associazione Donne del Retail per dare il mio contributo affinché le disparità di genere tuttora presenti nel mondo del lavoro e nel nostro comparto in particolare, vadano scemando sempre più.

Qual è stato il suo percorso professionale e personale che l'ha fatta diventare la donna che è oggi?

Parto da Genova, ho iniziato giovanissima nell'azienda paterna e mi sono appassionata da subito a questo mondo. Mio padre era già negli anni 80/90 all'interno di organizzazioni di Gruppi d'acquisto, e nonostante fossi una ragazza spesso mi portava con lui. Ho seguito le sue orme e mi sono addentrata nel mondo dei Consorzi della Distribuzione Organizzata, unica donna per molti anni a questi tavoli. Ho costituito la mia attività, sono entrata nei CDA di ADM Associazione della Distribuzione Moderna, GSI Italy, Retail Institute e poi ho curato la nascita anche dell'Associazione Donne del Retail. Sono più di 40 anni che lavoro e da 25 anni ricopro questi incarichi. Una strada in salita ma anche di grandi soddisfazioni personali e lavorative.

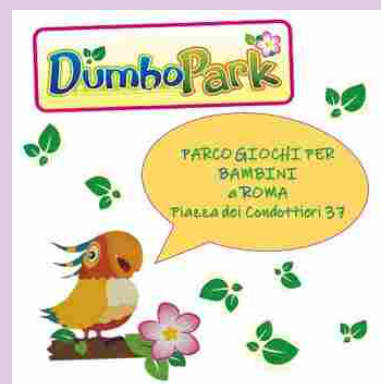


Rete territoriale
dell'antiviolenza



dell'Associazione Donne del Retail?

Eleonora
Graffione,
quali sono gli
obiettivi



Nasce nel 2023 a Milano con lo scopo di promuovere la cultura e la conoscenza del Retail con una visione inclusiva e al femminile, contribuendo così alla costruzione di un mondo del lavoro in ottica di pari opportunità, solidarietà, lotta alle discriminazioni e attenzione per i diritti di tutte e tutti, supportando e contribuendo a costruire un Retail di qualità dal punto di vista sociale e valoriale. Un progetto ambizioso che si impegna nella formazione sociale e professionale delle associate attraverso la creazione di una rete competente, la diffusione di informazioni, l'organizzazione di convegni e seminari per una maggiore conoscenza dell'innovazione per l'impresa e per il mondo del lavoro e la diffusione dei valori del Retail con strumenti e linguaggi innovativi e non da ultimo un sistema di lavoro inclusivo, equo e non discriminatorio. Cristina Lazzati, Barbara Gabrielli, Alessandra Corsi, Dominga Fragassi, Grazia de Gennaro, Rossella Brenna ed io siamo le socie fondatrici. A distanza di tre anni annoveriamo, tra i nostri membri, anche uomini che hanno saputo superare le barriere culturali che fino ad oggi hanno ostacolato la professionalità al femminile nel mondo del retail.

Quali sono oggi le principali barriere che le donne incontrano nel settore retail?

Le barriere oggi sono ancora molteplici e spesso sottili. Nel retail le donne si scontrano con percorsi di carriera meno lineari, soprattutto nei ruoli operativi che richiedono orari estesi o mobilità geografica. Persistono stereotipi che le confinano in funzioni considerate "di cura" o meno strategiche, mentre l'accesso alle posizioni di leadership rimane più complesso. A questo si aggiungono carichi di lavoro emotivo e organizzativo spesso non riconosciuti, oltre alla difficoltà di conciliare turni variabili con responsabilità familiari. Il risultato è un settore che offre molte opportunità, ma che richiede ancora un cambio culturale per valorizzare pienamente il talento femminile.

Che competenze servono oggi a una donna per arrivare a posizioni di leadership in questo settore?

Sappiamo quanto sia difficile raggiungere posizioni di rilievo, ma sono proprio le caratteristiche del femminile: costanza, pazienza, tenacia, curiosità, sensibilità, versatilità che faranno sì che le donne, nel prossimo futuro, rappresenteranno in modo significativo il mondo del lavoro, ne miglioreranno i luoghi, saranno attente alla parità di genere e alla parità salariale. E vi dirò di più: se le donne sono anche madri avranno competenze aggiuntive come la capacità di ascolto, la gestione del tempo, la resilienza e la creatività nel trovare soluzioni. Non sarà semplice far passare questi messaggi e per questo ritengo che sia un percorso collettivo che richiede politiche inclusive, ambienti di lavoro flessibili e una narrazione nuova, capace di valorizzare la pluralità dei modi di essere donna.

Eleonora Graffione, quanto contano mentorship e networking per la crescita professionale delle donne?

Mentorship e networking sono leve decisive: offrono alle donne accesso a modelli di riferimento, opportunità e informazioni che spesso non circolano in modo equo. Una buona mentore accelera la crescita e rafforza la fiducia; una rete solida apre porte, sostiene nei momenti critici e rende più visibili competenze e risultati. Insieme, creano un ecosistema che permette alle donne di avanzare non solo più velocemente, ma con maggiore consapevolezza e supporto.

Smart working e flessibilità: aiutano davvero le donne o creano nuove criticità?

Smart working e flessibilità sono strumenti potenti, ma non neutri: possono liberare tempo, ridurre gli spostamenti e permettere alle donne di gestire meglio carichi familiari e professionali. Allo stesso tempo, però, rischiano di creare nuove criticità: isolamento, confini labili tra lavoro e vita privata, e la possibilità che le donne finiscano per essere meno visibili nei contesti decisionali. La chiave sta nell'equilibrio: flessibilità sì, ma accompagnata da cultura organizzativa, leadership attenta e politiche che garantiscano pari opportunità anche a distanza.

Il retail può diventare un modello di leadership femminile?





Potrebbe e, mi lasci dire, dovrebbe perché le competenze che ho citato sopra renderebbero il retail un modello di business più accogliente. Quando ho intrapreso il mio percorso nel retail ero solita dire che l'industria era maschile e il retail era femminile e lo penso ancora. Oggi ci sono donne che rivestono ruoli apicali all'interno del nostro comparto con ottimi risultati proprio perché mettono in campo competenze e attitudini tipicamente femminili.

Cosa c'è dietro l'angolo per Eleonora Graffione?

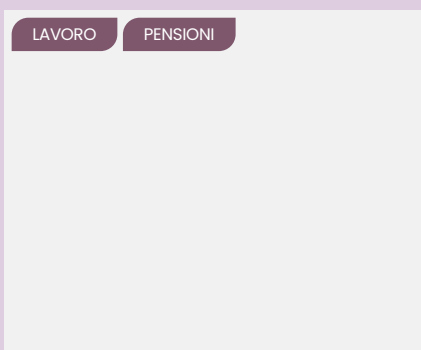
Spero che il tempo che dedicherò ancora a queste attività mi permetta di restituire la mia esperienza a nuove figure femminili che abbiano voglia di dare una lettura diversa al mondo del lavoro e si impegnino su queste tematiche. Sono convinta che le donne siano la chiave di svolta nel nostro settore. Per questo mi piace fare testimonianze in Università come al Master Retail Brand & Digital Management di Parma, portare la mia esperienza e stimolare le giovani studentesse a intraprendere questo lavoro. In ultimo continuerò a dedicare tempo alla prevenzione oncologica, tema che mi è molto vicino e di cui ho ampia esperienza, ma che non è mai stato un limite nella mia carriera.

Tags: [competenze](#) [competenze femminili](#) [lavoro](#) [leadership al femminile](#) [mentoring](#) [retail](#) [settori indicati per lo smart working](#) [smart working](#)

[←](#) Post precedente

Rosé Rosé Evento Roma

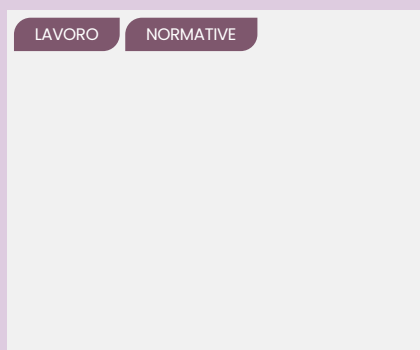
Potrebbe interessarti



Anticipo pensionistico, il parere di Confial

Redazione Donna In Affari 17 Settembre 2016

Il Coordinatore nazionale della CONF.I.A.L. Benedetto Di Iacovo sulla riforma delle pensioni: "concertazione della miseria"



Congedo parentale esteso

Annalisa Marcozzi 3 Febbraio 2026

Il Congedo parentale lavoratori dipendenti esteso dai 12 ai 14 anni rafforza le tutele per i genitori e aiuta le famiglie

LEGGI