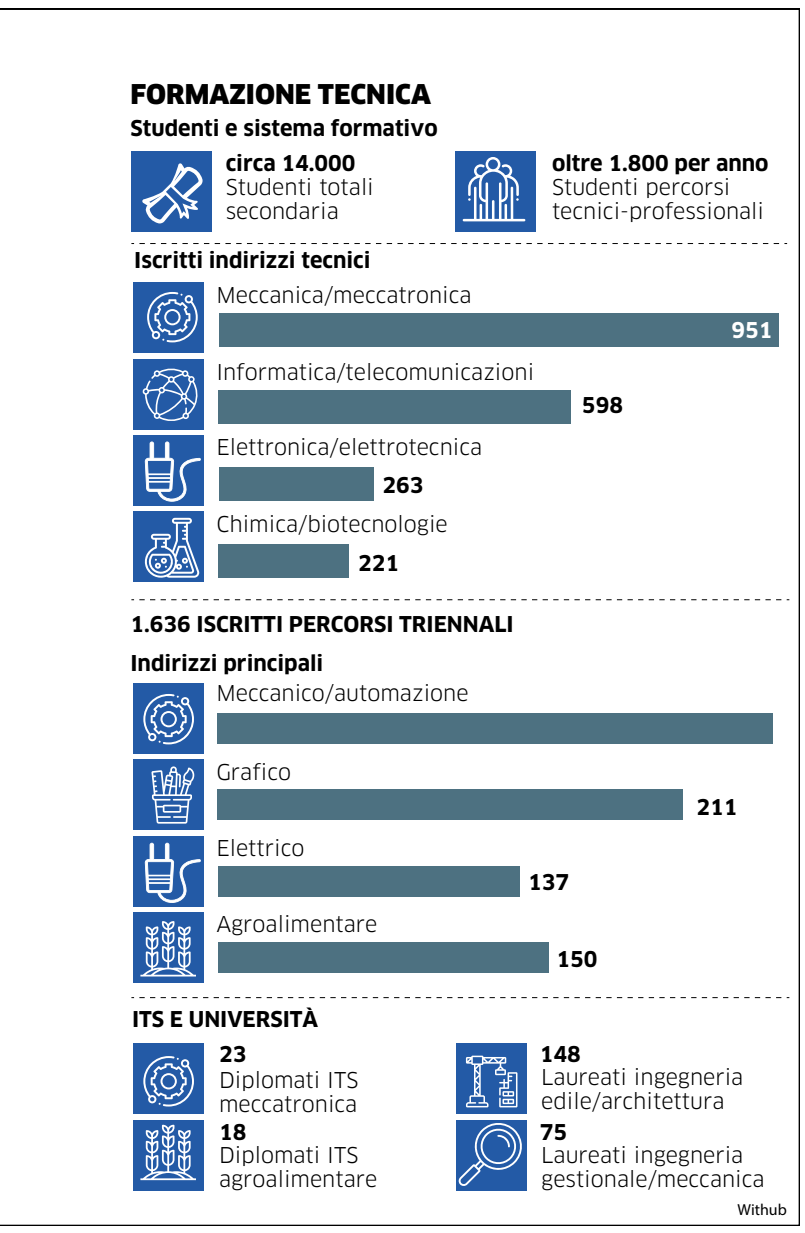
collaboratori scolastici, insegnanti e personale amministrativo per raccogliere informazioni sulle abitudini quotidiane e sui consumi. Da questo lavoro sono poi nati cartelloni e materiali dedicati alle buone pratiche e ai comportamenti sostenibili da adottare all'interno dell'ambiente scolastico", ha proseguito Motta.
Accanto ai temi ambientali, una parte importante del percorso è stata dedicata anche alla conoscenza delle figure professionali presenti in azienda. L'obiettivo era mostrare concretamente alle ragazze il ruolo delle donne all'interno di una realtà industriale ad alta specializzazione come Cama Group, dando loro esempi diretti di percorsi professionali legati alle discipline Stem.
Tra le professioniste di Cama coinvolte nel progetto, oltre ad Annalisa Bellante, Nadia Comi ha accompagnato le studentesse alla scoperta del packaging industriale, spiegando il funzionamento delle macchine e il processo di progettazione delle scatole utilizzate nei sistemi di confezionamento automatico. Le ragazze hanno poi partecipato ad attività pratiche di assemblaggio e confezionamento dei prodotti, simulando alcune operazioni svolte quotidianamente dalle linee automatizzate dell'azienda.
Elisa Stucchi ha invece guidato le studentesse in un'esperienza dedicata alla realtà virtuale e alle sue applicazioni nel mondo industriale contemporaneo, mostrando come le nuove tecnologie immersive possano essere integrate nei processi aziendali. Ampio spazio anche al tema della robotica e dell'automazione industriale.



«Coinvolgere le donne per essere più competitivi»

Stem. La vice presidente Annalisa Bellante ha spiegato l'impegno di Cama «Siamo orgogliosi di promuovere il progetto, strategico sotto ogni aspetto»

MOLTENO
MARTA COLOMBO

«L'obiettivo del progetto è quello di diffondere quelle che sono le opportunità e gli studi Stem all'interno di un percorso scolastico che sembra essere più prettamente maschile. Vogliamo sradicare questi pregiudizi che devono essere superati»

Annalisa Bellante, vicepresidente di Cama Group, sintetizza così il significato di Girls Get Set. L'iniziativa nasce negli Stati Uniti e nel Regno Unito ed è arrivata in Italia nel 2024.

«È un progetto che sarà esportato addirittura in Brasile e in Arabia Saudita, ha spiegato Bellante. In Italia ha coinvolto 12mila ragazze tra i 12 e i 14 anni, quindi parliamo della fascia delle scuole medie».


Annalisa Bellante vice presidente Cama Group

L'approccio culturale

Il progetto punta ad avvicinare le studentesse a percorsi legati a scienza, tecnologia, ingegneria e matematica attraverso attività pratiche, esperienze dirette e momenti di confronto con il mondo aziendale. Un approccio che nasce dalla volontà di intervenire soprattutto sul piano culturale, cercando di superare stereotipi ancora molto presenti - specie nelle famiglie - rispetto alle professioni tecnico-scientifiche.

Per Cama Group l'iniziativa rappresenta anche un investimento sul territorio e sulle nuove generazioni, in un contesto economico che richiede sempre più competenze legate all'innovazione, all'automazione e alla trasformazione digitale. Il tema riguarda in particolare un territorio come quello lecchese, storicamente caratterizzato da una forte presenza manifatturiera e meccatronica e oggi sempre più impegnato nella ricerca di personale qualificato.

«Siamo orgogliosi di promuovere queste iniziative sul nostro territorio e di far comprendere realtà aziendali così votate all'alta tecnologia e all'eccellenza a livello mondiale», ha sottolineato Daniele Bellante, presidente dell'azienda. Secondo Daniele Bellante, il tema centrale riguarda la capacità delle imprese di costruire competenze e capitale umano partendo già dagli anni della scuola media, creando un rapporto diretto tra formazione e mondo produttivo. «Le aziende hanno bisogno di arricchire sempre più il proprio capitale umano. Quale terreno fertile migliore delle scuole medie per poter dare un orientamento di lunga durata tanto agli studenti quanto ai propri genitori».

L'obiettivo, quindi, non è soltanto presentare alle ragazze alcune professioni tecniche, ma anche mostrare come il mondo industriale contemporaneo sia profondamente cambiato rispetto all'immagine tradizionale della fabbrica. Automazione, robotica, realtà virtuale, sostenibilità e progettazione digitale rappresentano oggi elementi sempre più centrali nei processi produttivi e richiedono competenze multidisciplinari e trasversali.

In questo scenario, il coinvolgimento femminile viene considerato da Cama Group un elemento strategico non soltanto dal punto di vista sociale, ma anche sotto il profilo dell'innovazione e della competitività.

«Crediamo profondamente che tecnologia e innovazione possano beneficiare di una contaminazione femminile, con un conseguente arricchimento di visioni e stimoli», aveva osservato la stessa Annalisa Bellante durante il progetto.

Migliaia di studenti

La diffusione internazionale di Girls Get Set e il coinvolgimento di migliaia di studentesse testimoniano inoltre come il tema del gender gap nelle discipline Stem sia oggi centrale non solo per il sistema educativo, ma anche per il tessuto economico e produttivo. Secondo le analisi più recenti, infatti, la presenza femminile nei percorsi universitari tecnico-scientifici continua a restare significativamente inferiore rispetto a quella maschile, nonostante gli elevati livelli occupazionali garantiti da questi ambiti professionali.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I progetti

"Robot motivatore" in aiuto ai lavoratori

Durante l'evento conclusivo del progetto ospitato in Cama, le ragazze hanno presentato alcuni elaborati dedicati al ruolo della robotica nelle aziende, soffermandosi sia sugli aspetti produttivi sia sulla gestione delle persone all'interno dei contesti industriali. Annalisa Bellante, vicepresidente di Cama Group, ha sottolineato in particolare come le studentesse abbiano colto il valore della robotica nel ridurre lavori usuranti, ripetitivi o fisicamente pesanti, mostrando una visione molto vicina alle applicazioni già oggi presenti nelle fabbriche. Uno dei progetti sviluppati immaginava invece un "robot motivatore", pensato per supportare emotivamente i lavoratori e valorizzarne il contributo all'interno dell'azienda. Un'idea che, secondo Bellante, ha centrato un tema sempre più importante per il mondo produttivo: la capacità delle imprese di mettere la persona al centro, incentivando motivazione, coinvolgimento e partecipazione attiva dei dipendenti.

