



Kobieta Strona Lidla

MISJA

1. Łamiemy stereotypy: „Stanowisko to nie płęć”.
2. Naszą misją jest dążenie do takiego środowiska pracy, które będzie dawało równe szanse zawodowe wszystkim osobom.
3. Kobieta Strona Lidla to część zmiany w Lidlu – zarządzanie różnorodnością, którego celem jest wyrównywanie szans i współgranie zespołów w duchu Diversity&Inclusion.
4. Kobieta Strona Lidla to nie tylko wiara w idee, ale też chęć przełożenia ich na konkretne działania przynoszące wymierne korzyści biznesowi.

CELE

1. Wzmacnianie osiągnięć kobiet w Lidlu oraz wypracowanie mechanizmów i wytycznych, które pozwolą zwiększyć liczbę kobiet na stanowiskach kierowniczych.
2. Nagłośnienie Diversity&Inclusion w Lidlu. W pierwszej kolejności podjęcie tematu płci.
3. Budowanie świadomości wśród najwyższej kadry managerskiej.
4. Wprowadzenie otwartości w firmie na feminytywy.

LICZBY

- ✓ Tylko 67% kobiet w Polsce jest aktywnych zawodowo (71% - w UE, 81% - w Szwecji) (PwC).
- ✓ Polki zarabiają średnio o 7,7% mniej niż ich koledzy (Eurostat).
- ✓ 49% firm zna pojęcie zarządzania różnorodnością.
- ✓ 78% badanych kobiet oczekuje, że w ogłoszeniach o pracę znajdą się feminytywy.



PRZYDATNE LINKI



Zarządzanie różnorodnością. RAPORT 10-lecia KR | odpowiedzialnybiznes.pl



FEMINATYWY. O genderowej nowomowie słów kilka. | Maciej Makselon: TEDxKoszalin – Youtube



BNP PARIBAS „Wystarczy Słowo” | Youtube

