



#IOLAVORODACASA

LO SMART WORKING FEMMINILE AL TEMPO DEL CORONAVIRUS

Smart o extreme? Il carico familiare continua a gravare sulle donne

Ricerca Valore D

Milano, 20 marzo 2020 - Uno “smart working” che, per le donne, è poco “smart”. È quanto emerge dalla ricerca #IOLAVORODACASA condotta da **Valore D** con l’obiettivo di analizzare il mondo del lavoro in Italia in questo periodo di grande criticità dovuto all’emergenza Coronavirus.

L’indagine fatta su un panel di oltre 1300 lavoratori, dipendenti e non di multinazionali e PMI, conferma che, per dare continuità al proprio business tutelando la salute dei dipendenti, in questo periodo le aziende sono ricorse ad un uso massiccio dello smart working. Oltre il 93% degli intervistati sta infatti lavorando da casa.

Smart working o extreme working?

L’analisi racconta che il 60% del campione femminile dipendente era già abituato a lavorare in modalità “lavoro agile”, con flessibilità di orario e spazi. Ma lo smart working richiede una grande disciplina personale, la ricerca di una postazione di lavoro tranquilla e isolata, orari determinati - tutti aspetti non facili da mettere in atto in un momento di convivenza familiare forzata. Emerge quindi che, in questo periodo, 1 donna su 3 lavora più di prima e non riesce, o fa fatica, a mantenere un equilibrio tra il lavoro e la vita domestica. Tra gli uomini il rapporto è di 1 su 5.

“La ricerca conferma che la responsabilità della cura familiare continua a gravare in prevalenza sulle donne che, soprattutto in questa situazione di emergenza, fanno fatica a conciliare la vita professionale con quella personale. Sarebbe invece auspicabile che proprio momenti di crisi come questi potessero aiutare a sviluppare una maggiore corresponsabilità genitoriale che alleggerisca la donna dal duplice carico familiare e professionale”, commenta Barbara Falcomer, direttrice generale di Valore D.

Quali sentimenti

Pur avendo una forte tenuta emotiva - oltre il 60% delle donne ha espresso sentimenti “**positivi e di rinnovamento**” - il restante 40% vive questo periodo con “**ansia, rabbia e confusione**”. Ciò è particolarmente vero nella generazione delle Millennials che si sentono molto più confuse rispetto alla generazione delle Baby Boomers (22.8% le prime contro il 6% delle seconde).



La “**resilienza**” è un aspetto che caratterizza in modo importante la fascia femminile sopra i 40 anni. Oltre il 48% di loro ha espresso una forte capacità di affrontare e superare questo periodo di difficoltà, contro l’11% delle donne sotto i 30 anni. In compenso, la “**speranza**” è un sentimento trasversale che in questo momento accumuna le donne di tutte le generazioni con un leggero incremento tra chi ha meno di 40 anni.

E le aziende?

Come hanno reagito le aziende? Quasi la totalità degli intervistati (90%) ritiene che siano intervenute prontamente e che spesso abbiano “**anticipato le disposizioni governative**”. Le aziende si sono mosse su due fronti, quello tecnologico e quello relazionale, favorendo lo smart working in termini organizzativi con strumenti adeguati e supporto IT, ma anche proponendo “**attività di formazione in remoto**”. Il management fa sentire la sua vicinanza aumentando i contatti con i dipendenti con mail, web conferences e telefonate motivazionali e di incoraggiamento, spesso “*rispondendo live a tutte le domande sullo stato del business e rassicurandoci sulla solidità della filiale italiana*”.

Anche la dimensione ludica aiuta a tenere alto il morale. Alcune aziende mantengono viva la Community attraverso il “**gruppo Facebook aziendale o apposite piattaforme utilizzate per attività sia business che leisure (sport, cucina...)**”.

Importanti si rivelano anche le relazioni tra colleghi che, per condividere la difficoltà del momento e allentare la tensione, si ritrovano per “**pause caffè e pranzi virtuali, video call di gruppo**”.

Il futuro

E il futuro? Molti già “**programmano il futuro**” e si stanno “**preparando alla ripresa occupandoci di ciò che abbiamo trascurato**”. La maggior parte (85%) crede che questa situazione contribuirà a introdurre, modificare, e rinforzare il modello di Smart Working in azienda

Valore D è la prima associazione di imprese in Italia – 200 ad oggi, per un totale di più di due milioni di dipendenti e un giro d'affari aggregato di oltre 500 miliardi di euro – che da dieci anni si impegna per l’equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle organizzazioni e nel nostro Paese.

Contatti per la stampa:
Paola Trotta
Comunicazione e Public Affairs
paola.trotta@valored.it
+39 379 1551887

Ariel Mafai Giorgi
Ufficio Stampa
ariel.mafai@valored.it
+39 335 6489445
www.valored.it