

Donne, Lavoro e Sfide Demografiche

Modelli e strategie a sostegno dell'occupazione
femminile e della genitorialità



Indice

Prefazione a cura di Fondazione Gi Group	6
Prefazione a cura di Valore D	8
Introduzione metodologica	10
Il punto di partenza: l'occupazione femminile	12
Sintesi del contesto italiano	18
Gli interventi più efficaci per sostenere occupazione e natalità: tre pilastri	22
Il ruolo delle aziende	26
Conclusioni	30



FR Francia
DE Germania
IT Italia
NL Paesi Bassi
ES Spagna
SE Svezia



Nota metodologica

Questo documento è un **executive summary** dello studio "Donne, Lavoro e Sfide Demografiche. Modelli e strategie a sostegno dell'occupazione femminile e della genitorialità".

La ricerca, di tipo comparato, multidisciplinare e multistakeholder, combina analisi di tipo secondario (studio di letteratura, rapporti e dati da fonti istituzionali) con analisi di tipo primario (interviste, tavoli di lavoro e survey) condotte specificamente per questo studio coinvolgendo aziende di grandi dimensioni a carattere multinazionale e aziende di piccole e medie dimensioni operanti in Italia.

Pubblicazione a cura di Fondazione Gi Group, Osservatorio sul Lavoro Sostenibile

Rossella Riccò ha curato la direzione scientifica del progetto "Donne, Lavoro e Sfide Demografiche. Modelli e strategie a sostegno dell'occupazione femminile e della genitorialità".

Francesca Luppi, Alessandro Rosina, Francesco Seghezzi, Daniela Del Boca, Rossella Riccò, Ulrike Sauerwald hanno composto il team di ricerca.

Si ringraziano inoltre:

Giovanna Badalassi, Anna Brambilla, Luna Provenzi per i contributi alla scrittura di alcuni capitoli. Tindara Addabbo, Federica Origo, Paola Profeta per i confronti avuti e le riflessioni fatte insieme nel corso del progetto, i componenti del Comitato Scientifico dell'Osservatorio sul Lavoro Sostenibile, per gli spunti condivisi e le aziende che hanno condiviso il loro sguardo sul tema donne, lavoro, genitorialità: Amazon EU S.a.r.l.; Carrefour Italia S.p.a.; Chiesi Italia S.p.a.; CISCO Systems (Italy) S.r.l.; Credit Agricole Italia S.p.a.; Crif S.p.a.; Danone S.p.a.; Eli Lilly S.p.a.; Findomestic Banca S.p.a.; Generali Italia S.p.a.; GFT S.r.l.; GSK S.p.a.; Henkel Italia S.r.l.; Ikea Italia Retail S.r.l.; Kraft Heinz (Plasmon) S.p.a.; Lamborghini S.p.a.; Leroy Merlin Italia S.r.l.; Nestlé Italiana S.p.a.; Pirelli & C. S.p.a.; Prysmian S.p.a.; Sanofi S.r.l.; SAS Italia S.r.l.; TIM S.p.a.; Vodafone S.p.a.; (WBD) Discovery Italia S.r.l.; Zurich Insurance Company Ltd.; Hugo Boss; Confcommercio; il team Marketing di Gi Group Holding, per aver contribuito alla realizzazione dello studio "Donne, Lavoro e Sfide Demografiche. Modelli e strategie a sostegno dell'occupazione femminile e della genitorialità".

Data di pubblicazione:

Aprile 2024

Responsabile collana e revisione editoriale:

ODM Consulting

Progetto grafico e impaginazione:

Intwig

Sede Fondazione Gi Group:

Milano, Piazza IV Novembre, 5

Prefazione

A cura di Chiara Violini, Presidente Fondazione Gi Group

Sebbene il 2024 si sia aperto con un timido segnale di ripresa del tasso di occupazione femminile, trainato dalle fasce più adulte di popolazione, l'Italia rimane fanalino di coda a livello europeo e si trova a dover **affrontare una sfida occupazionale determinante per la sostenibilità del sistema Paese.**

Osservando il fenomeno in maniera più approfondita, **emergono una serie di profili che letti in correlazione ai dati di maternità risultano critici:** abbiamo il più alto tasso di inattività nella fascia d'età 25-34 anni e il più alto tasso di part-time involontario.

Occupazione femminile e natalità sono infatti due fenomeni strettamente correlati tra loro che affondano le proprie radici in una **cultura stereotipata**, che relega la donna alle cure della famiglia. Questa penalizzazione non solo **fertilizza lo sviluppo di pregiudizi e dinamiche culturali e sociali viziose**, ma è anche **sintomo di una forte vulnerabilità che incide sulle persone, sulle aziende e sull'intero mercato del lavoro.**

Ne emerge una fotografia che mostra un mercato che evolve lentamente in termini di **parità di genere**, che soffre le ripercussioni di **processi demografici** rallentati, il persistere di **convenzioni culturali** difficili da scardinare, ma soprattutto la **manca di sistemi di welfare, politiche familiari e occupazionali** che sostengano l'employability femminile e agevolino la genitorialità.

Un mercato del lavoro che non è in grado di sistematizzare e sostenere l'occupazione femminile, quella giovanile, conciliare le necessità di vita e lavoro, e agevolare le scelte di genitorialità è un mercato desti-

nato a collassare. Identificare e risolvere le criticità che alimentano queste dinamiche è **prioritario per la sostenibilità del mercato del lavoro e lo sviluppo del sistema Paese.**

In quest'ottica, attraverso lo studio "Donne, Lavoro e Sfide Demografiche" Fondazione Gi Group offre una lettura approfondita delle **cause**, degli **impatti** e delle **possibili soluzioni in grado di sostenere un'inversione di rotta partendo dal valore e dal ruolo del lavoro**, che non deve essere un'obiezione a priori alla genitorialità, ma motore capace di assecondare e agevolare le scelte genitoriali.

Attraverso un'**analisi socio-istituzionale**, e dando **voce alle aziende** che hanno preso parte alla ricerca, lo studio condivide **spunti di riflessione e azioni da intraprendere** per costruire esempi virtuosi e positivi, che accompagnino lo **sviluppo di un futuro sostenibile, rendendo il binomio donne e lavoro più produttivo ed equo.**

In questo percorso di cambiamento **l'intervento pubblico** può essere determinante per fare sistema. **L'Italia è il paese che investe meno** in servizi a sostegno della maternità, specie nella fascia 0-3 anni, e questa spesa si concentra principalmente su trasferimenti in denaro alle famiglie. Come riportano gli esempi virtuosi di Germania e Svezia, **investire direttamente sui servizi alla maternità, su una rete di cura familiare efficace e strutturata, oltre che sulla rimodulazione del calendario scolastico**, può essere fondamentale per supportare la conciliazione di vita e lavoro ed evitare che la donna funga da ammortizzatore sociale che sopperisce alle carenze di politiche e servizi di cura per la famiglia.

Anche il ruolo delle **aziende** può avere un impatto decisivo per far fronte alle sfide occupazionali e demografiche. Come già evidenziato nel nostro studio "**Women4: superare le disparità di genere per un futuro del Lavoro Sostenibile**", **sostenere l'occupazione femminile consente il raggiungimento dell'autonomia finanziaria della donna, contribuendo ad abbattere la penalizzazione che soffre nel mercato del lavoro e innescando un'inversione di rotta sostenibile.** Non è infatti un caso che **i Paesi con il maggior tasso di occupazione femminile siano anche quelli che registrano tassi di natalità più alti.**

In questo senso, **le aziende possono essere apripista e sperimentatrici di progetti e sinergie** che, fungendo da facilitatori, sopperiscano alla mancanza di servizi proponendosi come **guide di un cambiamento sia**

culturale che organizzativo, diffondendo la cultura dell'inclusività, della parità di genere e della genitorialità anche su clienti, fornitori e partner esterni.

Progettando e sperimentando, ma anche **facendo rete e portando alle istituzioni istanze** e proposte concrete di intervento, il ruolo delle aziende può **innescare dinamiche virtuose che possono ribaltare il tasso di inattività e fare da volano allo sviluppo dell'occupazione femminile e della natalità**, portando benefici considerevoli, sia per l'economia che per la società.

Il nostro sentito ringraziamento va a Valore D, per aver accolto con entusiasmo la proposta di partecipare a questo studio, e alle aziende e agli esperti che hanno dato il loro contributo per aprire una riflessione importante sul tema.



Prefazione

A cura di Barbara Falcomer, Direttrice Generale Valore D

La crescita demografica è **una delle sfide di maggior rilievo** per i paesi più industrializzati e un **fattore chiave per la prosperità e lo sviluppo** dei singoli paesi.

In questo contesto guardare all'invecchiamento della popolazione e al futuro delle nuove generazioni diventa un **esercizio prioritario per le imprese e per la società tutta**.

Pur essendo una delle dieci economie più grandi al mondo, **l'Italia da anni fa i conti con un grave ritardo in termini di occupazione femminile, posizionandosi in coda alle classifiche del Global Gender Gap Index**. I dati ultimi del World Economic Forum ci ricordano, infatti, che se non agiamo con determinazione e non acceleriamo il cambiamento, **con l'attuale trend ci vorranno ancora 131 anni per raggiungere la parità di genere**, un traguardo a cui neanche le nostre figlie e nipoti potranno assistere.

Aver messo al centro del dibattito la questione dell'occupazione femminile e della natalità è il pregio della ricerca a cura di Fondazione Gi Group, a cui Valore D come associazione di aziende ha avuto il piacere di partecipare.

Sappiamo bene che **occupazione femminile e natalità sono intrinsecamente correlate**: le indagini più recenti evidenziano che i paesi con un più alto tasso di occupazione femminile sono anche quelli che meglio affrontano la sfida demografica riportando un più alto tasso di natalità.

Ma l'innalzamento dell'occupazione femminile non basta a invertire la rotta: come dimostra il confronto con gli altri paesi Europei indicati nello studio, **il tasso di natalità è correlato alla presenza di servizi dedicati all'infanzia, a strutture capillari sul territorio, a sistemi di supporto alla famiglia moderni e attuali, e a**

contesti lavorativi che consentano un'effettiva conciliazione tra lavoro e vita privata.

In questo senso le imprese dimostrano di poter fare molto, spesso precorrendo i tempi e investendo su politiche di welfare innovative e attente al valore della genitorialità e della cura all'interno della dimensione organizzativa.

Negli anni abbiamo osservato da parte delle nostre aziende associate un **impegno crescente volto a identificare politiche aziendali e buone pratiche in grado di produrre risultati concreti**. Tra queste, l'estensione della durata del congedo di paternità (fino a 4 mesi), lo smart-working, la creazione di asili aziendali o le convenzioni con strutture territoriali che promuovono attività di sostegno concreto e coaching alle famiglie, e iniziative di accoglienza e reskilling delle donne al rientro dal congedo di maternità, partendo dalla considerazione che è ancora troppo alto il tasso di lavoratrici che abbandonano il lavoro dopo la nascita del primo e del secondo figlio.

Tuttavia, **anche il mondo aziendale di oggi progredisce a velocità diverse**, mostrando una spaccatura interna significativa.

Se, da una parte, infatti, le politiche di Diversità, Equità e Inclusione sono ormai presenti nella strategia di molte grandi imprese in Italia, dall'altra parte per le realtà di piccole e medie dimensioni emerge un tema di possibilità di investire nel welfare, di qui la necessità di politiche fiscali incentivanti. Spesso inoltre le imprese più piccole presentano forti resistenze culturali, in particolare al Sud, e faticano a staccarsi da una configurazione più tradizionale dei ruoli e ad adottare politiche all'avanguardia riguardanti la genitorialità.

Per questo motivo oggi **è sempre più necessario rimuovere le barriere culturali che ostacolano l'occupazione femminile**, supe-

rando la convinzione ancora dominante nella nostra società secondo cui la cura sarebbe un compito di pertinenza femminile. Colpisce, infatti, che in Italia vi sia una stereotizzazione così marcata della maternità che altrove, in particolare nei Paesi Europei considerati nello studio, risulta ormai superata: dalle indagini condotte, emerge infatti che, a fronte di esempi come Svezia e Paesi Bassi, in cui è presente una visione paritaria fra donne e uomini, il nostro Paese si distingue per le percentuali più alte di persone che ritengono giusto dare precedenza agli uomini sul mercato del lavoro, che considerano gli uomini dirigenti aziendali migliori rispetto alle donne e che affermano che i bambini in età prescolare soffrono se la madre lavora, lasciando intendere che una donna che lavora è una "cattiva madre".

È proprio rispetto al tema della cultura, dunque, che è importante intervenire con un approccio di sistema. Ancora oggi, infatti, la partita più difficile da giocare è quella contro gli stereotipi che delimitano il campo di azione di donne e uomini, tanto nella sfera pubblica quanto in quella privata.

Per vincerla occorre agire su più fronti, partendo dall'infanzia e coinvolgendo sin dalla più giovane età bambine e bambini, come anche genitori e docenti, in **processi educativi che abbattano le discriminazioni di genere e gli stereotipi inconsapevoli**, che liberino le aspirazioni dei più giovani e diano loro la possibilità di confrontarsi con esempi positivi.

Con il sostegno delle imprese, dal 2017 Valore D, grazie al progetto di innovazione sociale **"Inspiring Girls"**, porta nelle scuole esempi di donne impegnate in settori tradizionalmente considerati maschili – in particolare quelli STEM – per **offrire un'alternativa ai vecchi adagi**, spesso ancora presenti nei libri di scuola, che considerano le donne protagoniste della cura e della casa e gli uomini bread-winner. **Puntare sulle nuove generazioni incoraggiando la loro libertà individuale è fondamentale per costruire un futuro del lavoro più inclusivo**.

Sebbene le aziende continuino a mostrare grande capacità nell'intercettare le istanze provenienti dalla società, è indispensabile che esse trovino nelle istituzioni la disponibilità a collaborare per accelerare il cambiamento necessario. Serve un approccio di sistema, che metta al centro la crucialità del superamento del divario di genere e tutti gli aspetti ad esso correlati – a partire dalla natalità – e in cui pubblico, privato e società civile mettano in campo investimenti e intelligenza collettiva.

Un ringraziamento va, dunque, a Fondazione Gi Group e a tutte le persone che hanno preso parte a questo lavoro, che rappresenta **una preziosa bussola in grado di orientare istituzioni, imprese e società civile** su un tema delicato come quello della genitorialità e del futuro del nostro Paese.



Introduzione metodologica

Uno studio per scoprire come intervenire sia a livello paese che a livello aziendale per far sì che vengano **create le condizioni affinché lavorare e avere figli sia per le donne, e per le famiglie italiane, una "reale scelta"**.

A questo scopo Gi Group Holding e Fondazione Gi Group, in collaborazione con Valore D, avvalendosi del contributo di studiosi e studiose che sono fra i massimi esperti italiani sui temi di genere, demografici e occupazionali, hanno voluto realizzare uno studio **comparato, multidisciplinare e multistakeholder**, che combina analisi di tipo secondario (studio di letteratura, rapporti e dati) con analisi di tipo primario (interviste, tavoli di lavoro e survey), per contribuire a identificare soluzioni efficaci per far sì che lavoro e genitorialità siano per le donne, e per le famiglie italiane, scelte possibili e armonizzabili fra loro.

Nello studio completo *"Donne, Lavoro e Sfide Demografiche. Modelli e strategie a sostegno dell'occupazione femminile e della genitorialità"*, il tema donne lavoro e natalità viene introdotto da una contestualizzazione del fenomeno realizzata attraverso l'analisi della letteratura e di alcuni elementi che esprimono la cultura paese sistematizzando le opinioni di donne e uomini su ciò che viene considerato corrispondente al ruolo che uomini e donne devono ricoprire nel mondo del lavoro e nella gestione del lavoro di cura, misurando anche il diverso impiego del tempo in attività lavorative pagate e non pagate. Segue l'approfondimento, comparato rispetto a **6 paesi europei**, dei **dati** che **dimostrano la bassa natalità** e quelli **alla base degli squilibri demografici** che mettono seriamente in crisi la sostenibilità sociale, economica e occupazionale nel prossimo futuro, provvedendo a sistematizzare in un capitolo a parte le **poli-**

tiche familiari e istituzionali per **sostenere** la natalità e la **genitorialità**. Dai dati demografici si passa a esaminare le caratteristiche della situazione occupazionale delle donne in età fertile indagando in particolar modo come tale soluzione si modifica con la **presenza di figli** identificando i **sistemi di welfare in grado di sostenerla**. Tenendo conto della **specificità italiana**, l'analisi dei dati demografici e occupazionali è stata arricchita da un **affondo sui dati regionali** che presentano ancora una volta un paese a tre velocità.

I sei paesi considerati nello studio sono **Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna e Svezia**, scelti poiché rappresentativi all'interno dell'Unione Europea dei casi più virtuosi e meno virtuosi rispetto a dati demografici ed occupazionali nonché paesi che complessivamente generano oltre la metà della ricchezza dell'Unione (il 68% del PIL dell'UE27).

Per individuare **cosa possa essere fatto di diverso nel nostro paese per favorire contemporaneamente occupazione femminile, natalità, conciliazione e condivisione e creare le condizioni affinché lavorare e avere figli sia per le donne, e le coppie italiane, una "reale scelta"**, lo studio non si è limitato a identificare **politiche familiari** e soluzioni che rappresentano **best practices a livello internazionale**, ma ha ritenuto importante mettersi in ascolto delle imprese distinguendole in due diversi gruppi: imprese di grandi dimensioni a carattere multinazionale **già impegnate sui temi di diversity, equity & inclusion, parità di genere, supporto alla genitorialità**, che rappresentano un **punto di riferimento** in termini di visione e di buone pratiche nel contesto italiano (26 interviste) e imprese di medio-piccole dimensioni (PMI, aziende fra 0-250 dipendenti, che in Italia raccolgono il 55% delle persone occupate);

quest'ultima survey ha coinvolto 383 PMI e 73 imprese di grandi dimensioni.

Nel pieno rispetto delle persone, uomini e donne, non interessate o intenzionate a diventare genitori e di coloro che preferiscono dedicarsi a tempo pieno o parziale alle attività di cura, questa ricerca di Gi Group Holding e Fondazione Gi Group, in collabo-

razione con Valore D, giunge a definire le priorità di intervento a livello istituzionale e organizzativo per **creare le condizioni affinché sia consentito a tutte e tutti di poter davvero scegliere come distribuire il proprio tempo e le proprie energie fra lavoro e genitorialità**, rendendo questa scelta concretamente realizzabile in modo libero da ogni tipo di condizionamento esterno.



Il punto di partenza: l'occupazione femminile

Per affrontare il tema della natalità e della genitorialità risulta prioritario un approccio che abbia come punto di partenza l'analisi dello scenario occupazionale delle donne. **Nelle economie sviluppate, durante gli ultimi 25 anni è stato osservato un significativo aumento della partecipazione delle donne al mercato del lavoro**, generato da una pluralità di fattori: il **miglioramento dell'accesso all'istruzione**, il **cambiamento degli atteggiamenti sociali**, la **crescita dei settori dei servizi** e il **rafforzamento di politiche volte a promuovere la parità di genere**. Se è vero che una crescita della partecipazione delle donne al mercato lavoro sia in termini quantitativi (numerosità) sia qualitativi (in posizioni lavorative ben pagate) è stata registrata anche in Italia, **il nostro paese sconta ancora oggi una ridotta valorizzazione del capitale umano femminile**. Si tratta di una **dinamica riconducibile a più cause**, che affondano le proprie radici in **scelte personali** o alla **mancanza di competenze** richieste

dal mercato (skill mismatch), ma anche – in misura più frequente – in **elementi organizzativi o socio-istituzionali**.

Sul versante organizzativo, l'accesso delle donne al mondo del lavoro e lo sviluppo di traiettorie di carriera sono resi difficili dalla **presenza di culture stereotipate** (caratterizzate da disparità di genere), da **attività e orari di lavoro prolungati e poco flessibili** (non adatti a favorire la conciliazione fra tempi di vita personale, familiare e professionale), dalla **valutazione della maternità come un problema e un costo** (e che, in quanto tale, viene considerata una condizione da limitare o evitare). Sul fronte socio-istituzionale, invece, l'occupazione femminile è limitata dal **perdurare di modelli di suddivisione per genere di settori e lavori**, dal forte **sbilanciamento in capo alle donne per quel che riguarda i carichi di cura e il lavoro familiare e dalla mancanza di servizi per sostenere la genitorialità**.

Investimenti, volontà di cambiare e visione sono gli elementi che possono attivare un virtuoso **processo di trasformazione** che crei le condizioni per supportare – per chi lo desidera – la scelta combinata di lavorare e avere figli.



Cambiamenti culturali, cambiamenti occupazionali

Nel corso del tempo, la redistribuzione del lavoro di cura e la partecipazione di genere al mercato del lavoro sono andate profondamente cambiando. Dal **modello male breadwinner** (l'uomo come unica fonte di reddito del nucleo familiare e la donna demandata ad occuparsi a tempo pieno delle attività di cura e domestiche) si è giunti a una maggior partecipazione delle donne al mondo del lavoro, determinata dal crescente investimento formativo, dall'adozione di nuovi modelli culturali, dal diffondersi della società dei servizi, sino a sviluppare un **modello dual earner** basato sulla partecipazione di entrambi i genitori al lavoro con il carico di cura che resta gestito dalle donne.

Dagli anni Ottanta si inizia a diffondere una nuova prospettiva rappresentata dal modello dual earner e dual carer in cui entrambi i genitori lavorano e svolgono in modo equamente distribuito il lavoro di cura familiare. Ne consegue che, a partire **dagli anni Duemila, nei paesi sviluppati in cui è forte l'intervento e l'investimento pubblico a sostegno del lavoro e della genitorialità si è assistito al cambio di correlazione fra occupazione femminile e natalità**: dove è più alta la parte-

cipazione al lavoro delle donne – una partecipazione contraddistinta da investimenti su un lavoro dignitoso e ben remunerato, con servizi di supporto e redistribuzione dei carichi di cura – si osserva un maggior numero di nascite. Questa combinazione è possibile anche perché l'inclusione delle donne nel mercato del lavoro aumenta il reddito familiare, ma deve essere accompagnata da una rete di politiche volte alla conciliazione tra vita e lavoro e alla redistribuzione dei carichi di cura.

Tale visione non risulta tuttavia ancora pienamente implementata, soprattutto nei contesti nazionali in cui il mercato del lavoro è più fragile e gli investimenti istituzionali per il sostegno del lavoro e della genitorialità sono più contenuti. Comparando il tasso di occupazione tra lavoratori senza figli e lavoratori con figli, emerge infatti l'impatto della genitorialità sul mercato del lavoro. **L'arrivo di un figlio aumenta in modo significativo le probabilità di un'uscita – temporanea o anche definitiva – dal posto di lavoro (motherhood penalty o child penalty)**. La caduta maggiore dei tassi di occupazione avviene entro il primo anno dalla nascita, con andamenti poi differenti a seconda del contesto nazionale.

Lo scenario europeo

La situazione occupazionale delle donne è fortemente differenziata a seconda del paese. Il tasso di occupazione femminile tra i 25 e i 49 anni – la fascia d'età in cui tendenzialmente si entra nel mercato del lavoro, ci si stabilizza e si può creare la propria famiglia – supera infatti l'80% tra i principali Paesi cen-

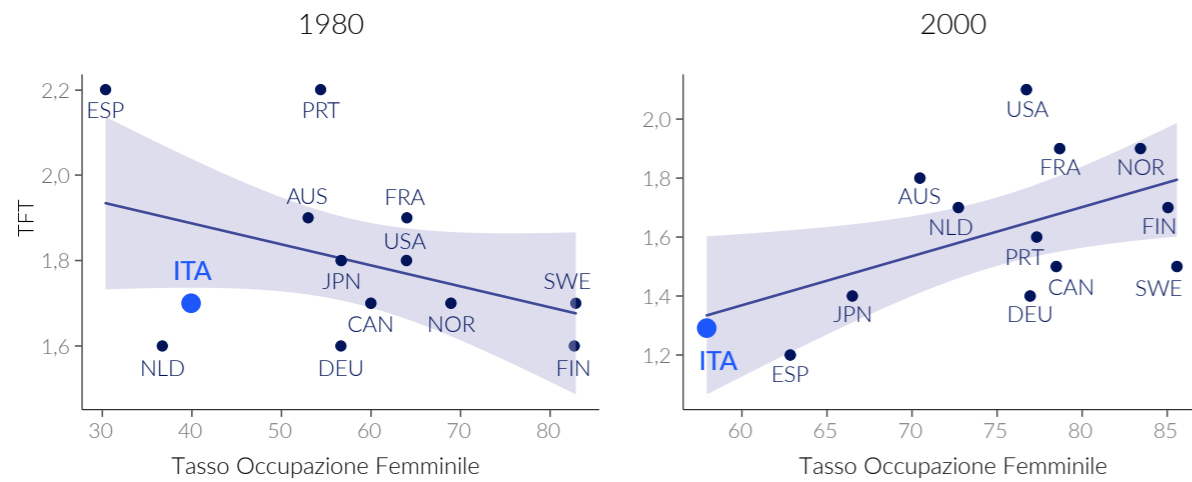
tro-nordesteuropei (80,5% in Germania, 83,7% nei Paesi Bassi, 82,9% in Svezia), mentre il gap con i tassi di occupazione maschili è contenuto al di sotto dei 10 punti percentuali (-8,7 punti in Germania, -7,1 nei Paesi Bassi, -6,1 in Svezia); nei Paesi dell'area mediterranea si rilevano invece tassi d'occupazione femmi-

nile molto più bassi, fermi al 62% in Italia e al 72,8% in Spagna.

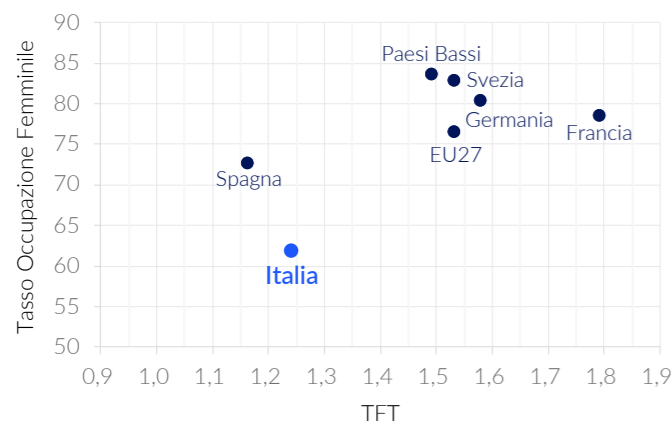
Il ricorso al part-time evidenzia un forte gap di genere. Nella fascia d'età tra i 25 e i 49 anni, nell'Unione europea solo il 6,4% dei lavoratori maschi è impiegato a tempo parziale (nei Paesi Bassi il dato più alto, 14,3%), mentre l'incidenza sale al 25,5% tra le lavoratrici donne (con punte del 45,6% in Germania e del 57% nei Paesi Bassi). Ma perché si ricorre al part-time? Il 40,8% delle lavoratrici europee indica come motivazione le ragioni famigliari (nei Paesi Bassi lo segnala il 60,9%), mentre un altro 19,6% indica di vivere una situazione di part-time involontario, cioè perché non trova un lavoro full-time (in Italia le donne che indicano di vere un part-time involontario sono il 51,7%).

Dal punto di vista dei modelli culturali, **Paesi Bassi e Svezia possono essere indicati come le realtà più virtuose:** si tratta di contesti dove non c'è sofferenza se la madre lavora, non si dà la precedenza agli uomini nella scelta su quale componente della coppia debba lavorare, gli uomini non sono reputati manager migliori delle donne, vi è la minor differenza fra donne e uomini rispetto alle ore giornaliere dedicate alla cura dei figli. La Svezia si distingue inoltre per la più **rapida emancipazione dei giovani** (in media escono da casa a 21,4 anni) e il più **basso gender pay gap nel settore privato**. La presenza di **coppie dual earner** trova la massima diffusione in Svezia, Paesi Bassi, Francia e Germania, con un'incidenza che supera il 69%.

DAGLI ANNI 2000 CORRELAZIONE POSITIVA TRA TASSO DI OCCUPAZIONE FEMMINILE E TASSO DI FECONDITÀ TOTALE (TFT)



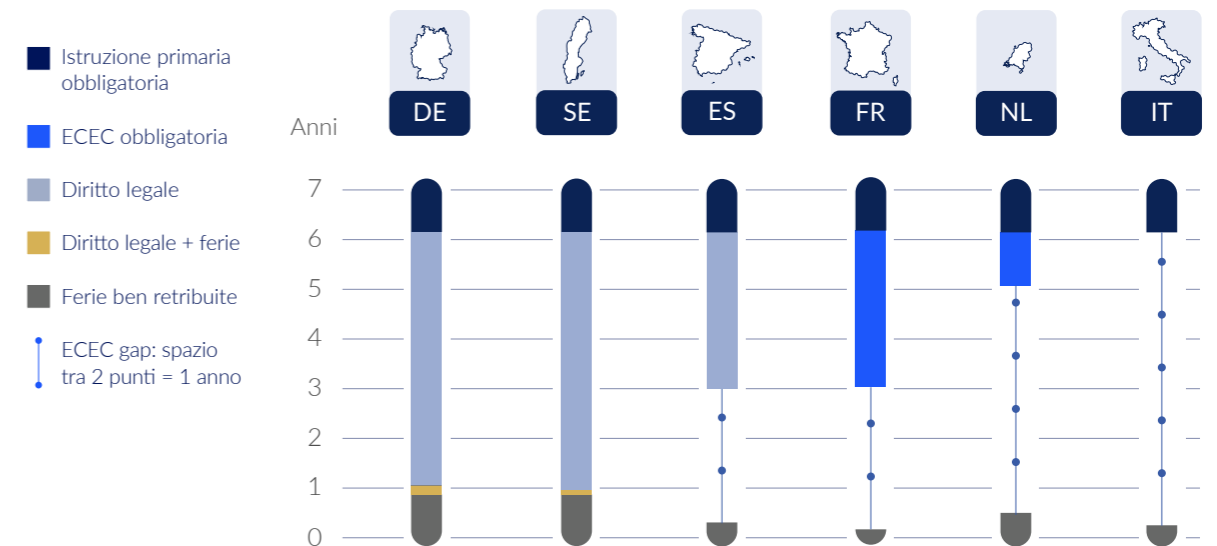
TFT E TASSO OCCUPAZIONE DONNE 25-49 ANNI 2022



INTEGRAZIONE TRA CONGEDI PARENTALI E SERVIZI PER L'INFANZIA, PERIODO DI COPERTURA FASCIA 0-6 ANNI

	FR	DE	IT	NL	ES	SE
Durata congedo cura ben pagato dopo nascita figlio/a	5,25 mesi	16,5 mesi	6,5 mesi	4 mesi	8 mesi	13 mesi
Età a partire dalla quale ECEC è riconosciuto come diritto legale (posto garantito)	-	1 anno	-	-	3 anni	1 anno
Età a partire dalla quale ECEC obbligatorio	3 anni	-	-	5 anni	-	6 anni
Età in cui inizia la scuola primaria	6 anni	6 anni	6 anni	6 anni	6 anni	7 anni
GAP congedi ECEC Periodo "scoperto" da congedi di cura ben pagati e servizi di prima infanzia garantiti che le famiglie devono scegliere come gestire	30,75 mesi	0 mesi	65,5 mesi	56 mesi	28 mesi	0 mesi

GAP FRA CONGEDI PER LA CURA (BEN PAGATI) E POSTI GARANTITI IN SERVIZI DI ISTRUZIONE E ASSISTENZA ALLA PRIMA INFANZIA (ECEC), 2022/2023



Il caso italiano

Tra i Paesi europei, l'Italia si distingue per alcuni primati negativi e – più in generale – per una complessiva debolezza nell'inclusione delle donne nel mercato del lavoro.

Solo il 51% delle donne tra i 15 e i 64 anni è occupata. Tale condizione risente di molteplici fattori, culturali prima ancora che economico-sociali, e presenta forti differenze territoriali all'interno del paese; analogamente ai tassi di occupazione complessivi, la partecipazione delle donne al mercato del lavoro risulta sensibilmente più bassa al Sud, mentre conserva valori più incoraggianti al Nord. L'Italia sembra scontare ancora stereotipi culturali che frenano l'inclusione delle donne nel mercato del lavoro, privilegiando invece il lavoro domestico e la cura; se è vero che i tassi di natalità italiani sono i più bassi, il paese si distingue invece per un più marcato invecchiamento, che porta in molti casi al ritiro della donna dal mercato del lavoro per accudire i parenti anziani. L'invecchiamento della popolazione, in assenza di una rete efficiente e accessibile di presa in carico per la non autosufficienza, rischia di avere infatti ulteriori impatti negativi sulla condizione lavorativa delle donne.

Per osservare invece più in profondità l'impatto della maternità sull'occupazione è utile guardare alla fascia tra i 25 e i 49 anni, quella in cui si entra nel mercato del lavoro e si consolida il proprio percorso di carriera, ma anche il periodo della vita in cui si costruisce la famiglia e si hanno figli (l'età fertile va infatti dai 15 ai 49 anni): in questo caso il tasso di occupazione delle donne in Italia sale al 62%, ma resta 14,6 punti percentuali al di sotto della media dei Paesi Ue e di circa 20 punti percentuali inferiore al tasso di occupazione maschile in Italia (82,1%).

Nel nostro paese il 32,1% delle donne tra i 25 e i 49 anni lavora a tempo parziale; di queste, il 51,7% afferma di vivere una condizione di part-time involontario: si tratta di lavoratrici che non riescono a ottenere un full-time, principalmente perché all'interno della propria azienda – e per la propria posizione – non è possibile convertire quel rapporto di lavoro in full-time. In alcuni casi il part-time involontario può essere segno di una combinazione forzata di lavoro regolare e irregolare; in altri casi, invece, il part-time è una scelta a volte connessa a preferenze individuali, altre volte dovuta a motivi familiari riconducibili alla debolezza delle politiche di conciliazione lavoro-famiglia.

La conseguenza evidente è che la maternità genera una penalizzazione ai danni delle lavoratrici. La recente ricerca «Equilibriste», realizzata da Save the Children attraverso l'analisi di dati statistici e il ricorso a interviste, mette in evidenza i cambiamenti che incorrono nella carriera lavorativa delle donne dopo la nascita di un figlio: **il 28% delle intervistate afferma di lasciare il proprio impiego dopo la maternità, il 17% ridimensiona la propria carriera (e il 5% ha visto ridimensionate le proprie mansioni), il 27% è passato al part-time, nel 10% dei casi è avvenuto un licenziamento.** Ancora, lo studio mostra come **avere un figlio fino a sei anni abbassi il tasso di occupazione tra le donne dai 25 ai 49 anni, con una penalizzazione di 7,7 punti percentuali rispetto alle donne senza figli e di ben 30,7 punti rispetto agli uomini padri.**

La natalità, un quadro

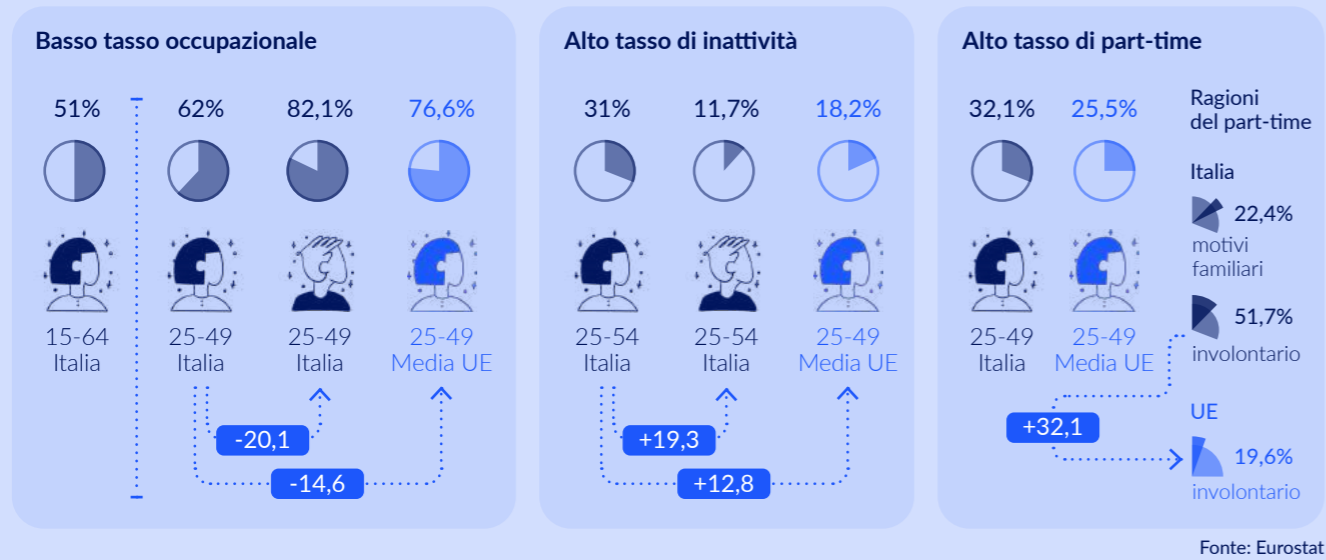
Tracciato il quadro della situazione occupazionale, è utile approfondire lo scenario demografico, partendo dall'evidenza di come lo sguardo di medio periodo restituisca la fotografia di una costante e complessiva erosione della natalità nei Paesi dell'Unione europea. **Fra il 2009 e il 2021 i nuovi nati in Europa sono mediamente calati da oltre 4,6 milioni a poco più di 4 milioni l'anno, con una contrazione dell'11,5%;** Italia (vicina al -30%) e Spagna (-32%) sono i Paesi dove questa riduzione ha assunto le proporzioni più drastiche. Al tempo stesso cresce l'età delle madri al primo figlio: se nel 2009 la media Ue si attestava a 28,8 anni, nel 2021 si è saliti a 29,7 anni. **Non in tutti i Paesi europei si assiste a un**

marcato arretramento della natalità. Ci sono infatti delle interessanti eccezioni: tra 2013 e 2021 in Germania il numero di primi figli è aumentato dell'8,84%, quello dei secondi figli del 20,7%, quello dei terzi figli (o figli successivi) del 31,75%, e segnali incoraggianti si rilevano anche nei Paesi Bassi (+2,47% di primi figli, +3,59% di secondi figli, +13,4% di terzi figli o figli successivi). **Complessivamente, la Germania evidenzia una ripresa delle nascite e registra un incremento del 20% dei nati su base annua tra 2011 e 2021 (da 662mila a 795mila nuovi nati).** Proprio l'analisi dei casi più virtuosi, come si vedrà, può permettere di comprendere quali siano le politiche più efficaci per supportare natalità e genitorialità.

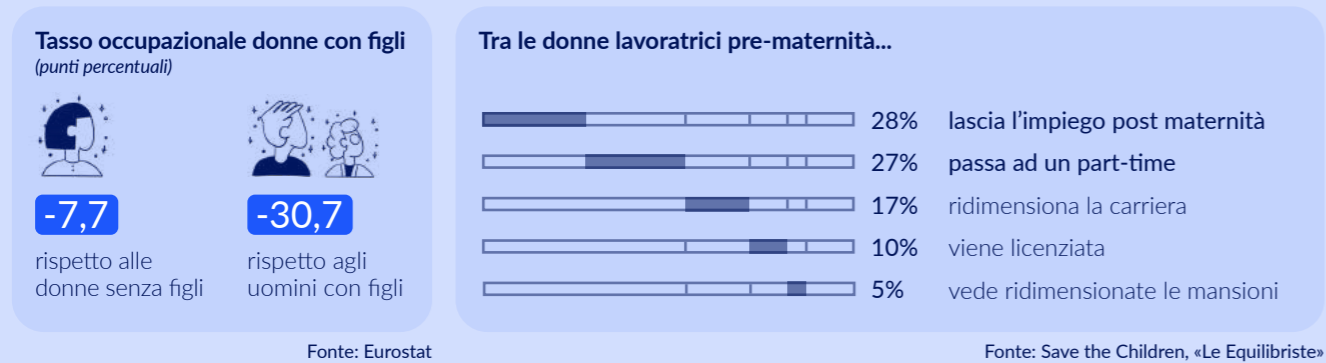


Sintesi del contesto italiano

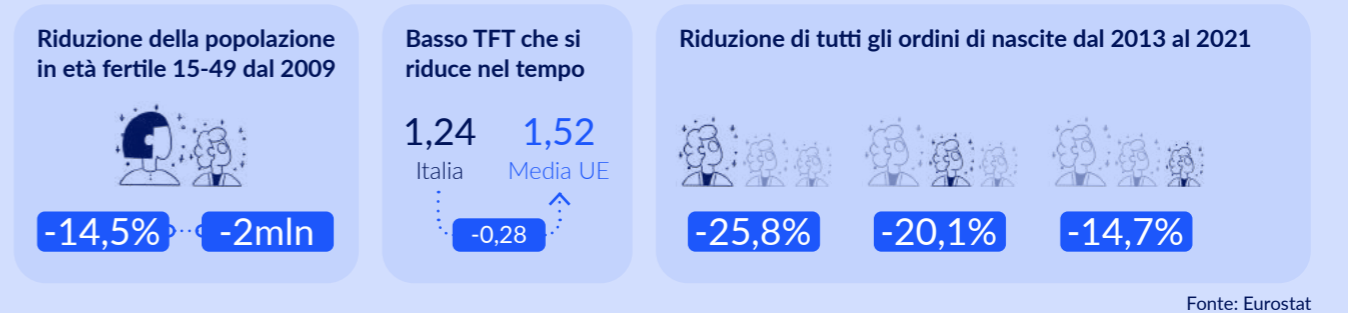
Le donne sono metà della popolazione, ma solo **il 51% in età 15-64 lavora**



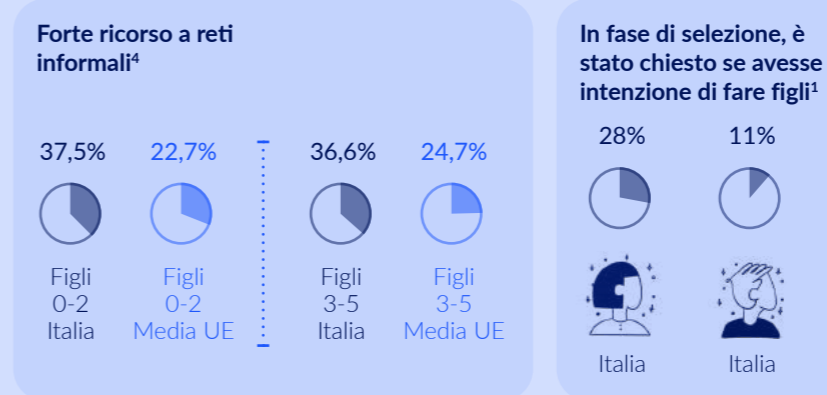
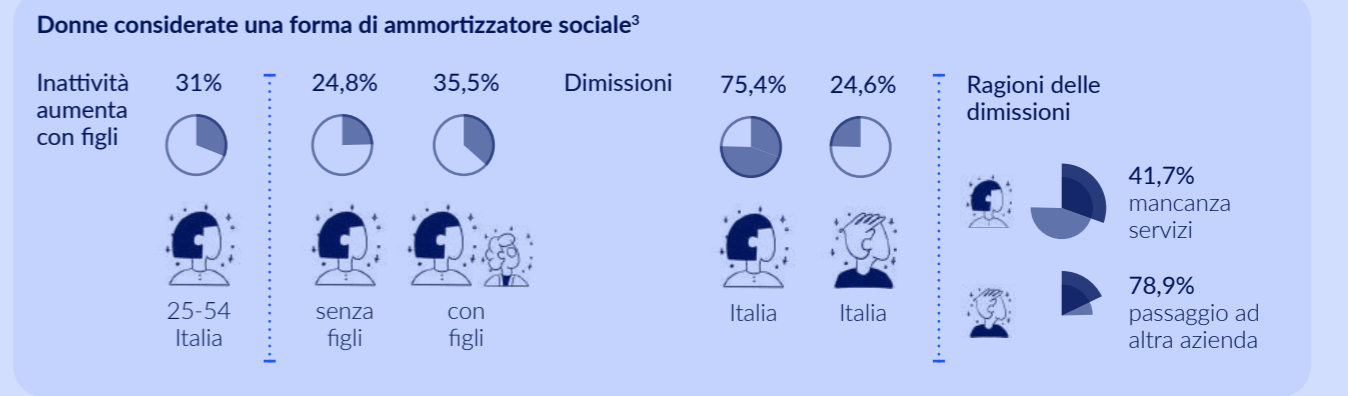
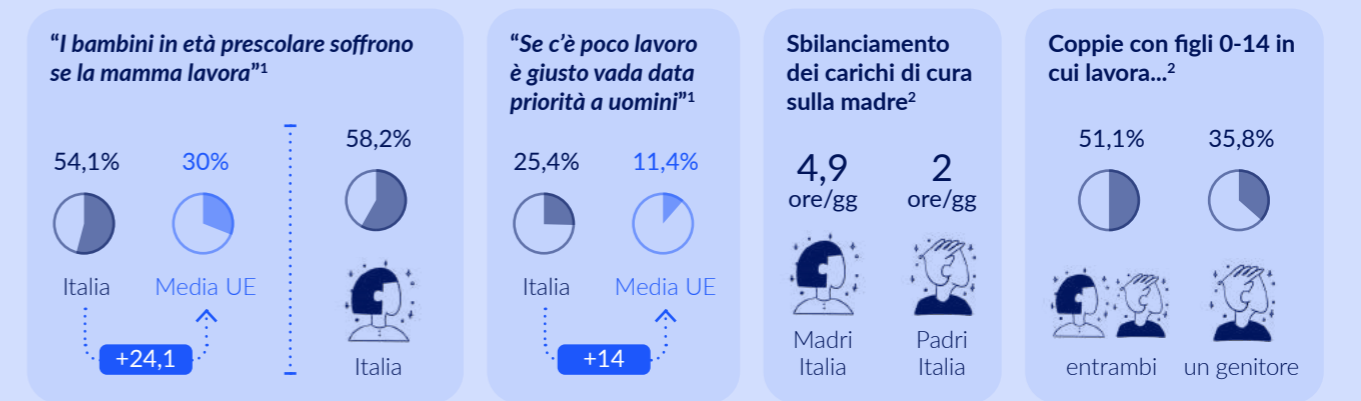
La **maternità** genera «penalizzazione»: avere un figlio di età inferiore o uguale ai 6 anni abbassa i tassi d'occupazione femminile in età 25-49



Inverno demografico



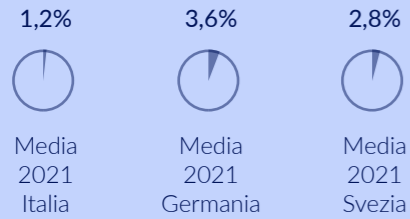
Cultura paese «stereotipata»



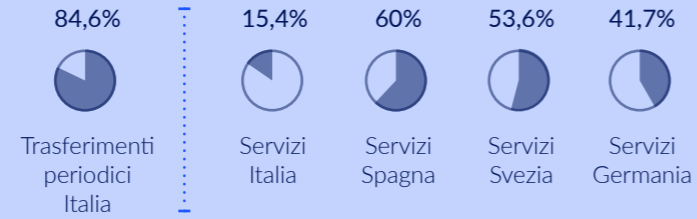
1: Save the Children, «Le Equilibriste»
 2: OECD, Gender, Institutions and Development Database (GID-DB) 2023
 3: INPS
 4: Eurostat/EU-SILC

Minori investimenti dello Stato

La spesa pubblica (trasferimenti e servizi) per le famiglie con figli in percentuale del PIL è la più bassa tra i paesi considerati⁸



La spesa pubblica per le famiglie con figli è gestita attraverso⁸



La spesa pubblica per famiglie con figli destinata a servizi 0-2 e 3-5 corrisponde a⁹



Assegno universale familiare (non automatico come in Germania e in Svezia)

Previsione **aumento in caso di donna lavoratrice** (aumento irrisorio pari a 30€ mese)

Bonus nido in base a ISEE¹⁰

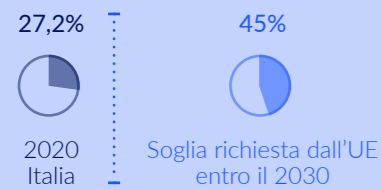
Congedi⁹



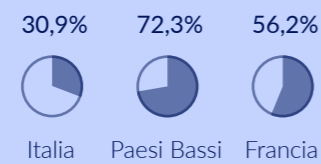
Fonti - 8: Eurostat - 9: OECD - 10: INPS

Minor presenza di servizi, non garantiti e più costosi

Numero di posti disponibili in asili nido e servizi prima infanzia per 100 residenti tra 0 - 2 anni¹¹



Bambini di età 0-2 anni che frequentano servizi per l'infanzia sul totale dei bambini 0-2 anni¹¹



Unico paese fra i considerati a non garantire servizi di istruzione e assistenza alla prima infanzia

Paese con «gap di non copertura» maggiore dalla nascita figli all'inizio scuola primaria

Costo dei servizi per l'infanzia (pubblici e privati) come percentuale del reddito familiare equivalente¹²



(calcolato fra le coppie con due figli che usano tali servizi, con il primo precettore di reddito al 100% e il secondo che ha un reddito pari al 67% del salario medio anno, al netto dei benefit pubblici erogati per l'uso dei servizi per l'infanzia)

Calendario scolastico

Più alta concentrazione delle vacanze nei mesi estivi

Orari attività scuola lasciano scoperta la gestione figli soprattutto nella scuola secondaria¹³

Fonti - 11: ISTAT - 12: OECD - 13: Eurydice



Gli interventi più efficaci per sostenere occupazione e natalità: tre pilastri

Istituzioni e organizzazioni possono contribuire a sostenere occupazione e natalità attraverso l'ampliamento, il rafforzamento e l'armonizzazione di interventi strutturati e di lungo periodo. Questa strategia può enu-

La crescita economica e dell'occupazione

Il primo pilastro si focalizza su crescita economica e occupazione giovanile. Le istituzioni possono creare le condizioni per coinvolgere i giovani nel lavoro, promuovendo un'autonomia economica e alimentando una fiducia verso il futuro che crei le condizioni necessarie per poter trasformare il desiderio di genitorialità in scelta realmente agita.



clearsi attorno a tre pilastri che gli studi di letteratura mostrano essere maggiormente efficaci: **crescita economica e dell'occupazione; sostegno, cura e conciliazione dei tempi di vita; cambiamenti culturali.**

Queste condizioni maturano in un contesto di **economia prospera, ad alta produttività e innovazione, con un mercato libero** in cui le imprese nazionali possano essere competitive sullo scenario globale: è dunque necessario un **mercato del lavoro regolare** (bassa incidenza del lavoro nero), **dinamico e aperto** (alta disponibilità di posti di lavoro, possibilità di passaggio tra un posto di lavoro e l'altro, stabilità nei rapporti di lavoro), **attento allo sviluppo e al benessere delle persone** (lavoro a tempo parziale reversibile, mercato del lavoro co-progettato da sindacati e datori di lavoro, investimenti nel welfare e nello sviluppo delle competenze, sostegno economico e accompagnamento all'inserimento, forti investimenti in politiche attive del lavoro), **redditizio** (retribuzioni adeguate al costo della vita), in **dialogo con il sistema educativo-formativo e l'orientamento, equo e inclusivo** (orientato a promuovere imparzialità e parità di genere). Le organizzazioni possono sostenere l'occupazione giovanile, delle donne e delle madri migliorando le condizioni di lavoro offerte, ricorrendo a tipologie di contratto più stabili e riconoscendo una miglior remunerazione.

Il sostegno, la cura e la conciliazione dei tempi di vita

La combinazione e l'integrazione di servizi di cura per figli e famiglie, di congedi e di trasferimenti economici disegnano una strategia che favorisce la conciliazione dei tempi di vita. L'estensione dei servizi educativi e di cura – con caratteristiche di qualità, di capillare presenza sul territorio, di accessibilità dei costi e di efficace copertura del calendario e degli orari – è uno degli elementi determinanti per sostenere al contempo scelte occupazionali e di genitorialità. Queste politiche che, in base agli studi, risultano essere le più efficaci, possono essere affiancate da **finanziamenti per sostenere i costi dei servizi di cura privati** (baby sitter, Tagesmutter, supporti domestici), da **sistemi di congedi di maternità di durata congrua** (non superiore alle 30 settimane) e **adeguatamente indennizzati** (almeno all'80% della retribuzione media della lavoratrice), così come da **congedi di paternità sufficientemente estesi** (almeno 1-3 mesi) e **ben pagati**. Anche in questo caso, il ruolo delle organizzazioni è complementare e si traduce in un'ampia serie di possibili azioni che rafforzino le politiche pubbliche di conciliazione.

Il quadro europeo presenta modelli di welfare diversi, con politiche e sensibilità differenziate: **nel 2021 la spesa pubblica (trasferimenti economici+servizi) in favore delle famiglie con figli impegnava mediamente il 2,4% del Pil dei Paesi Ue**, all'interno però di una forbice che vedeva primeggiare la Germania (3,6%), peraltro il solo paese capace di aumentare sensibilmente la natalità, e in coda l'Italia (1,2%), il paese con i più bassi tassi di occupazione femminile e natalità. Rispetto ai servizi dedicati alla fascia 0-5 anni (asili nido e scuole d'infanzia) è la Svezia il paese che investe più risorse (l'1,5% del Pil, dato 2019), mentre Italia (0,6%) e Spagna (0,5%) si distinguono come i Paesi meno virtuosi. Proprio **la Germania è, insieme alla Svezia, l'unico paese tra quelli di riferimento a investire almeno il 50% di questa spesa pubblica in servizi**, mentre l'Italia (15,4%) risulta ancora una volta quello con la quota più bassa, privilegiando invece politiche di sussidi economici periodici. Proprio gli studi sul tema dimostrano come i bonus per la nascita di un figlio o i trasferimenti periodici di breve periodo a favore delle famiglie con un figlio presentino



un effetto positivo solo temporaneo sui livelli di occupazione femminile e fecondità: per essere efficaci, tali sussidi dovrebbero essere consistenti economicamente, riproporzionati in base ai **quozienti famigliari** e incrementati in modo significativo quando entrambi i genitori lavorano, favorendone un **riconoscimento automatico** e meno burocratizzato.

Con riferimento alla situazione del 2022, guardando ai congedi per i genitori, la Francia

risulta il paese con la più ampia durata complessiva di congedi (73 settimane in totale: 42 riservate alle madri, 31 ai padri), mentre i Paesi Bassi si distinguono per la limitatezza (21 settimane complessive: 16 riservate alla madre, 6 al padre). Rispetto alla remunerazione, solo Germania (per 14 settimane), Paesi Bassi (per 16 settimane) e Spagna (per 16 settimane) riconoscono alla madre un congedo retribuito al 100%.

Il cambio culturale

Il raggiungimento della parità di genere passa anche da un **necessario cambiamento culturale**, da favorire attraverso azioni in capo alle istituzioni e alle organizzazioni. Sono fondamentali **programmi socio-educativi diretti a favorire il superamento di bias e norme sociali sedimentate** e ancorate a una cultura patriarcale e a un modello di "male breadwinner e female carer", **supporto alla condivisione dei carichi di cura**, inserimento di **ore giornaliere di allattamento anche per il padre**

nel primo anno di vita del bambino, **servizi di sostegno psicologico e sociale** ai genitori per affrontare il cambiamento di vita che un figlio porta e attività di **empowerment femminile**.

Il cambiamento culturale verso la parità di genere viene anche realizzato attraverso riconoscimenti statali alle imprese impegnate attivamente per realizzare la parità di genere e sostenere la conciliazione e la genitorialità (certificazioni, premi, incentivi o sgravi retributivi).



Il ruolo delle aziende

Come le aziende sostengono la genitorialità: gli interventi su occupazione, sostegno alla cura e alla conciliazione, cambio culturale

È un errore strategico e culturale continuare a immaginare che della questione denatalità si debbano occupare solo le istituzioni politiche. **Anche le imprese rivestono un ruolo centrale nell'attivazione di un processo virtuoso di trasformazione diretta a creare le condizioni per supportare – a favore di chi lo desidera – la scelta di lavorare e avere figli**, agendo su domanda e condizioni di lavoro dirette ai giovani, interventi a sostegno della conciliazione dei tempi di vita e della genitorialità e azioni dirette a sostenere il cambiamento culturale verso equità, inclusione e parità di genere.

Introdurre, perfezionare, ampliare o innovare la propria organizzazione aziendale per favorire la conciliazione vita-lavoro permette di incrementare il benessere dei dipendenti, così da **rafforzare il senso di appartenenza, la talent retention e anche la reputation**.

Già oggi, con un ruolo di supplenza o di in-

tegrazione alle politiche pubbliche, le imprese hanno saputo percorrere questa strada, offrendo ai propri dipendenti nuovi strumenti capaci di andare incontro alle esigenze dei genitori. Le stesse aziende sono dunque parte di questo cambiamento, agendo attraverso il proprio sistema valoriale e la propria cultura organizzativa, in un'ottica che abbraccia la più ampia visione di genitorialità, in luogo del più restrittivo concetto di natalità. I principali driver delle strategie delle aziende in questo campo si possono così riassumere.

- **Maggior flessibilità.** Lo smart working, così come una più agile pianificazione oraria e dei turni, anche con elementi di autogestione, possono rappresentare delle soluzioni efficaci per andare incontro alle esigenze di chi si trova a crescere un figlio.
- **Supporto alla genitorialità.** Attraverso la messa a punto di un sistema di permessi e di congedi. Sono numerose le aziende di grandi dimensioni multinazionali che hanno scelto di investire sul sostegno della genitorialità andando a integrare quanto previsto dalla normativa su maternità e paternità, estendendo la durata del congedo di paternità da pochi giorni fino a 90 giorni.
- **Incentivi e benefit.** Le aziende possono mettere a punto dei sistemi di incentivi economici a sostegno dei genitori, così come possono investire sul rafforzamento e la diversificazione dei servizi di welfare prevedendo anche interventi di supporto psicologico o di coaching.



- **Cultura e leadership.** Occorre promuovere un cambiamento che è sia culturale che organizzativo in direzione di una maggiore parità di genere e di inclusione della genitorialità. Una cultura aziendale orientata alla creazione di un mindset inclusivo, col superamento di bias connessi alla genitorialità, è propedeutica alla concreta introduzione di strumenti a supporto della genitorialità e della conciliazione tra vita e lavoro.

Le soluzioni aziendali messe in atto variano spesso in funzione della dimensione, dei target e delle risorse delle imprese.

Fra le PMI prevale la visione della maternità come un costo, oppure come un valore che tuttavia crea complessità organizzative. Gli esiti della survey portano alla luce come un terzo delle aziende miri, in fase di ricerca e selezione, a "evitare di incorrere in una potenziale maternità" anche ricorrendo a domande sulle prospettive di genitorialità (41% risposte alle donne contro il 24,6% degli uomini) e sui carichi di cura (46% sostenuta alle donne e 40% dagli uomini).

Sia nelle PMI sia nelle imprese di grandi dimensioni è opinione comune che l'utilizzo di soluzioni di riduzione di orario di lavoro

Le azioni più efficaci, le richieste alle istituzioni

L'ascolto delle imprese, la ricognizione delle politiche pubbliche e l'analisi dei dati porta a tracciare alcuni punti nodali d'intervento, in particolare nell'ambito delle politiche pubbliche necessarie.

- **Asili nido: un obiettivo europeo.** Tra le priorità si inserisce l'investimento sull'ampliamento dei servizi per l'infanzia sul territorio, in linea con l'obiettivo dell'Unione

impatti negativamente sulle possibilità di sviluppo di carriera. Analogamente, tanto nelle PMI quanto nelle grandi aziende la soluzione adottata per sostituire chi va in maternità differisce in base al ruolo ricoperto: di consueto si provvede alla copertura della posizione se la dipendente è un'operaia o un'impiegata, mentre nel caso sia un quadro o una dirigente le sue attività vengono redistribuite tra i colleghi.

Per favorire il work-life balance, le azioni più diffuse tra le PMI sono **flessibilità** (turni, smart working, part-time reversibile fino a una certa età del bambino), **welfare e servizi** (assistenza sanitaria integrativa, buono nascita, rimborsi o finanziamenti spese di iscrizione a scuola, borse di studio) e **condivisione dei carichi di cura** (informazione sui congedi di paternità, iniziative per coinvolgere i padri nell'utilizzare maggiormente i congedi sia di paternità che parentali). Oltre un quarto delle PMI non è interessata alla **certificazione per la parità di genere**, mentre un 17,8% l'ha già ottenuta. Lo studio mostra come la certificazione per la parità di genere rappresenti un acceleratore rispetto alle tematiche dell'inclusione: le realtà che l'hanno ottenuta appaiono più virtuose su genitorialità, cultura aziendale e politiche ed iniziative messe in atto.

europea secondo cui entro il 2030 almeno il 45% dei bambini di età inferiore ai tre anni partecipi a servizi di educazione e cura della prima infanzia (asili nido). Gli investimenti sugli asili nido devono raccordarsi con quelli dedicati agli altri servizi per l'infanzia e ai congedi, per costruire un sistema armonico e integrato di conciliazione che supporti i genitori nel coprire in particolare la gestione dei primi anni di vita del bambino.

- **Congedi e sussidi: più lunghi, meglio pagati, meno burocratizzati.** L'intervento economico-normativo dello Stato può poi orientarsi, come già accennato, nell'allungamento del congedo di paternità e nell'incremento dell'indennità di congedo parentale, affinché sia sostenibile per le famiglie e abbassi il rischio di uso improprio delle dimissioni per beneficiare della NASPI. Il sistema degli assegni a sostegno delle famiglie con figli può essere reso automatizzato, con procedure più snelle e burocraticamente meno impattanti. Altro ambito d'intervento è l'erogazione di trasferimenti economici per sostenere le spese per servizi privati (baby sitter, Tagesmutter).
- **Ripensare i calendari scolastici.** Nei lunghi periodi di chiusura delle scuole, molte famiglie – specie nel caso in cui entrambi i genitori lavorino – vivono una situazione di difficoltà organizzativa per la gestione dei figli, soprattutto nelle fasce d'età più piccole. La conciliazione può essere favorita anche da una ridefinizione delle attività scolastiche che porti a calendari con vacanze meno concentrate e orari che garantiscano il tempo prolungato.
- **Sgravi e incentivi: per le famiglie, per le aziende.** Nell'ottica di un aiuto economico alle famiglie e alle aziende impegnate a sostenere la genitorialità, lo Stato può ampliare gli sgravi contributivi in capo alle aziende che assumono o impiegano madri e gli sgravi contributivi in capo alle madri. Effetti positivi deriverebbero anche dall'introduzione di un premio in denaro riconosciuto dall'INPS alle madri che rientrano al lavoro entro 12 mesi dalla nascita del bambino da far confluire nel welfare aziendale.

Per rendere lavoro e genitorialità scelte conciliabili e percorribili da madri e padri, lo studio condotto mostra che le soluzioni che producono maggior effetto sono la strutturazione di una rete di servizi per l'infanzia, capillare nella presenza e accessibile nei costi, che sia armonizzata a un efficiente sistema di congedi adeguatamente pagati, capaci di contribuire a un virtuoso accompagnamento e sostegno di donne e uomini alla genitorialità.

Tra i Paesi analizzati, **Germania e Svezia sono gli unici in cui l'integrazione tra servizi e congedi permette una copertura a sostegno della gestione dei figli da 0 anni fino al loro ingresso nella scuola primaria.** Oltre a un congedo ben pagato (almeno 80%) di almeno un anno dopo la nascita del figlio (16,5 mesi in Germania, 13 mesi in Svezia), già dal primo anno di vita l'accesso ai servizi di educazione e cura di prima infanzia è riconosciuto come un diritto legale, con posto garantito (in Svezia è anche gratuito dai 3 anni), con la sostanziale copertura fino all'inizio della scuola primaria.

Questa copertura favorisce in maniera evidente il work-life balance, poiché garantisce ai genitori la possibilità di servizi che prendono in cura il figlio per larga parte della giornata (fornendo peraltro un servizio educativo), rendendo meno probabile o necessario il ricorso a congedi non retribuiti o alla fuoriuscita dal mercato del lavoro.

Viceversa, analizzando il periodo 0-6 anni, la combinazione di congedi e servizi per l'infanzia presenta un gap (scopertura) di ben 65,5 mesi in Italia, di 56 mesi nei Paesi Bassi, di 30,75 mesi in Francia, di 28 mesi in Spagna.

Una trasformazione possibile (anche in Italia): le best practice di **Bolzano** e **Trento**

All'interno del caso italiano, segnato come visto da forti elementi di fragilità, risaltano però delle esperienze positive, contrassegnate da elevati tassi di natalità, politiche di conciliazione strutturate e modelli innovativi. È quanto si osserva nelle Province autonome di **Bolzano** e **Trento**, che **hanno creato un contesto family-friendly molto più favorevole rispetto al resto del Paese.**

La Provincia autonoma di Bolzano raggiunge un TFT (Tasso di Fecondità Totale) di 1,64. La ricognizione delle politiche pubbliche messe in alto segnala una attenzione a diverse forme di famiglia, così come alla presenza di famiglie immigrate. Nel corso degli anni è stato definito un «Piano di promozione per la famiglia», che individua e organizza strumenti e misure per **creare un contesto e una cultura favorevole alla famiglia**, attraverso un sistema di incentivi economici e servizi: tra le opportunità proposte ai nuclei familiari si segnalano ad esempio il **sostegno psicolo-**

gico, sanitario e sociale nei primi tre anni del bimbo, l'istituzione di **family card con sconti su beni, servizi e attività pubbliche**, l'introduzione di un **assegno familiare**. Capillare è poi la presenza di **centri per bambini 0-5 anni** e di **associazioni che offrono servizi di cura integrativi** per l'infanzia ma anche per gli adulti, innovativa è l'esperienza dei **“nidi di famiglia” (Tagesmutter).**

Anche nella Provincia autonoma di Trento (TFT 1,36) sono stati introdotti numerosi incentivi economici (**assegni di natalità, bonus terzo figlio, dote estinzione mutuo per giovani genitori, contributo alle spese scolastiche, voucher culturali e sportivi**, etc), coniugati a una vasta offerta di **servizi per l'infanzia** e i giovani (anche per far fronte ai periodi di chiusura di asili e scuole).

Tra le proposte per promuovere la conciliazione vita-lavoro si segnalano dei **“buoni” per acquistare servizi educativi di cura per i figli, l'incentivo al congedo parentale per i padri** (350 euro ogni 15 giorni goduti).

In entrambe le Province, inoltre, sono state introdotte delle certificazioni di **Family Audit** per le aziende più virtuose sui temi della conciliazione.



Conclusioni

Agire subito, creare rete, nessun alibi

La condivisione di queste soluzioni e la dimostrazione dell'efficacia in alcuni contesti più virtuosi porta a richiamare istituzioni e organizzazioni a **raccogliere la sfida**. Un impegno concreto su questi temi non è più rimandabile: nel nostro paese **è necessario che tutti gli stakeholder divengano attori protagonisti del cambiamento**, per sostenere occupazione femminile e genitorialità attraverso **politiche e azioni trasformatrici**, capaci di generare **ricadute oggettive** e di **favorire un cambiamento culturale** che porti a una concreta parità di genere e a una necessaria condivisione dell'esperienza genitoriale.

È una **prospettiva di rete** in cui tutti sono coinvolti. Le **istituzioni** sono chiamate a rafforzare i propri investimenti di spesa pubblica, a migliorare la qualità dei servizi, a ripensare alle politiche di trasferimenti economici, ma anche a interventi complementari dedicati ai calendari scolastici e alle risposte culturali. Alle **aziende** è richiesto di investire nella trasformazione culturale e organizzativa diretta a sostenere il lavoro dignitoso, la flessibilità a supporto della conciliazione, il maggior coinvolgimento dei padri nella condivisione del lavoro di cura. Il contributo allo sviluppo di occupazione femminile e sostegno della genitorialità può venire anche dalle **parti sociali**: oggi quasi completamente "assenti", potrebbero viceversa sfruttare la propria autonomia per orientare il welfare aziendale a supporto della genitorialità: ciò potrebbe avvenire, in particolare, attraverso la **diffusione e il rafforzamento della contrattazione di secondo livello** (aziendale, distrettuale, territoriale), per costruire in maniera concertata i servizi e i supporti più adatti alla situazione della sin-

gola impresa o del singolo distretto per favorire la genitorialità.

La mancanza di risorse non può più essere presa ad alibi. Da un punto di vista strettamente economico, l'occasione data dalla disponibilità delle risorse del PNRR per rafforzare gli investimenti in servizi per l'infanzia è stata colta solo in parte con un ridimensionamento della spesa prevista per queste voci. **È il capitale umano la grande risorsa su cui deve puntare il nostro paese**, investendo sulle persone e sulla loro possibilità di essere parte attiva nel mondo del lavoro: se si perdono i giovani, si perde la possibilità di migliorare il futuro collettivo. Il miglior investimento che un paese può fare è formare adeguatamente i "giovani" e le "giovani" e dar loro **accesso a un lavoro ben pagato con prospettive di continuità e di sviluppo professionale**. Intervenire con decisione, **azione sistemica e visione di lungo periodo per creare le condizioni** affinché le donne e le coppie abbiano la **reale possibilità di scegliere di lavorare e avere figli**, è la migliore risorsa che possiamo mettere in campo per far funzionare il paese.

La necessità di un sistema olistico e integrato

Il "calo delle nascite" è il calo dei genitori: diventare genitori rappresenta una delle poche scelte irreversibili rimaste e sempre meno persone decidono di fare questo passo. Nel pieno riconoscimento e rispetto della **"scelta"** di alcune donne, e coppie, di **non volere figli, altre di volerli ma non voler lavorare entrambi, e altre ancora di volersi dedicare a tempo pieno o parziale alla cura dei propri figli quando arrivano, questo studio identifica le soluzioni istituzionali ed organizzative che possono consentire a tutti, donne e uomini, di scegliere davvero come distribuire il proprio tempo e le proprie energie fra lavoro e genitorialità**, rendendo questa scelta il più possibile realizzabile, libera da condizionamenti strutturali materiali o culturali.

Occorre dare vita a un sistema olistico di interventi, strutturato, di lungo periodo, che vada al di là delle posizioni politiche, richiamando a collaborare fra loro attori istituzionali, imprese, servizi del terzo settore. È una strategia che poggia sui tre pilastri di crescita dell'economia e occupazione giovanile; sostegno alla cura dei figli e alla conciliazione dei tempi di vita; cambio culturale.

Guidare il cambiamento per far sì che lavoro e genitorialità siano per le donne e per le coppie scelte possibili e facilmente armonizzabili fra loro richiede il coinvolgimento, l'impegno e l'assunzione di responsabilità di tutti: istituzioni, aziende, associazioni datoriali, associazioni sindacali, terzo settore, donne e uomini.



Note

A series of 20 horizontal light blue lines for taking notes.





Gi Group Holding è la prima multinazionale italiana del lavoro e una tra le principali realtà che offrono servizi e consulenza HR a livello globale. Supportiamo lo sviluppo del mercato del lavoro creando valore sociale ed economico, promuovendo una cultura del lavoro sostenibile e contribuendo ad avere un impatto positivo sulla vita delle persone.

gigroupholding.it



Fondazione Gi Group studia, approfondisce e sviluppa pensiero e pratiche per realizzare il concetto di Lavoro Sostenibile.

Concentra la sua attività verso l'individuazione, la prevenzione e il superamento degli ostacoli che impediscono alle persone di realizzarsi nel corso della loro vita personale e professionale, con l'obiettivo di offrire una prospettiva concreta di futuro restituendo alle persone consapevolezza e fiducia.

fondazione.gigroup.it



Valore D è la prima associazione di imprese in Italia che dal 2009 promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva nelle organizzazioni e nel Paese.

Nel corso degli anni l'associazione ha ampliato il suo spettro di azione – originariamente focalizzato sulle tematiche di genere – per abbracciare tutte le diversità presenti nella società. Nel 2015, questo impegno ha trovato un ideale ancora più alto nell'agenda ONU per lo sviluppo sostenibile, con riferimento in particolare agli obiettivi di parità di genere (Obiettivo 5), lavoro dignitoso collegato alla crescita economica (Obiettivo 8) e riduzione delle disuguaglianze (Obiettivo 10). Nel tempo Valore D ha coinvolto un numero sempre crescente di imprese fino a raggiungere il grande network di aziende associate che è oggi (oltre 350 realtà associate), per un totale di più di due milioni di dipendenti e un giro d'affari aggregato di oltre 500 miliardi di euro.

valored.it

