



OBIETTIVO 5: INDAGINE SULLA PARITA' DI GENERE ALL'INTERNO DELLE AZIENDE ITALIANE



L'indagine quantitativa è stata condotta mediante una rilevazione online con **metodo CAWI** (Computer Assisted Web Interview), all'interno di tre target di riferimento. Ovvero:

-  514 donne lavoratrici con età compresa fra i 30 e i 50 anni
-  104 donne impiegate come manager/dirigenti/quadri/imprenditrici
-  103 uomini impiegati come manager/dirigenti/quadri/imprenditori

Le interviste sono state somministrate dal 10 al 15 febbraio 2022.



I VISSUTI IN AZIENDA



SUMMARY



Di fronte alla richiesta di raccontare i propri vissuti all'interno del contesto lavorativo emerge un quadro di netto squilibrio di genere e di sostanziale penalizzazione delle donne siano esse lavoratrici o manager. Circa il 30% delle lavoratrici tra i 30 e i 50 anni intervistate ritiene che la posizione occupata non sia in linea con le proprie competenze ed aspettative. Il 36% non ritiene adeguatamente valorizzate le proprie competenze e oltre il 40% ritiene inadeguata la retribuzione. Tutto ciò in un contesto in cui la metà delle intervistate ritiene presente una sperequazione di possibilità di carriera e di compensi tra uomini e donne.

Altro dato particolarmente emblematico delle difficoltà con cui si devono misurare le lavoratrici è il fatto che oltre la metà di esse si sia sentita chiedere in sede di primo colloquio di lavoro informazioni rispetto al fatto di avere figli o di volerne avere in futuro, elemento indicativo di come la genitorialità (intesa soprattutto come maternità) continui ad essere un elemento ostativo nei percorsi di ingresso nel mondo del lavoro e di carriera. Unico dato in controtendenza da questo punto di vista è quello relativo alle donne che lavorano per aziende internazionali, segno di come il tema sia profondamente connesso a questioni culturali e di stile aziendale.

A conferma di tutto ciò il dato che mostra come tanto nella percezione delle lavoratrici, quanto in quella dei dirigenti, in oltre la metà delle imprese i ruoli dirigenziali continuano a parlare principalmente al maschile e anche laddove le donne hanno acquisito ruoli dirigenziali si trovano a gestire un numero ridotto di risorse rispetto ai colleghi maschi.

Alcuni dati sembrano poi indicare la possibilità di assistere ad un fenomeno di segregazione al femminile che porta le donne ad assumere più spesso ruoli dirigenziali in imprese più piccole caratterizzate fin da subito da una leadership femminile.

Tra le lavoratrici, oltre un terzo non ritiene valorizzate le proprie competenze professionali e oltre il 40% ritiene la retribuzione non adeguata alle proprie competenze

Personalmente, all'interno del suo lavoro su una scala da 1 a 10 dove 1 vuol dire per niente e 10 del tutto, quanto ritiene che...

VALORE MEDIO

Il suo ruolo/la sua posizione sia in linea con le sue competenze

29

34

37

6,4

La sua posizione sia soddisfacente

30

41

29

6,2

Le sue competenze tecniche e professionali vengano valorizzate

36

34

30

6,1

La sua retribuzione sia adeguata alle sue competenze

44

34

22

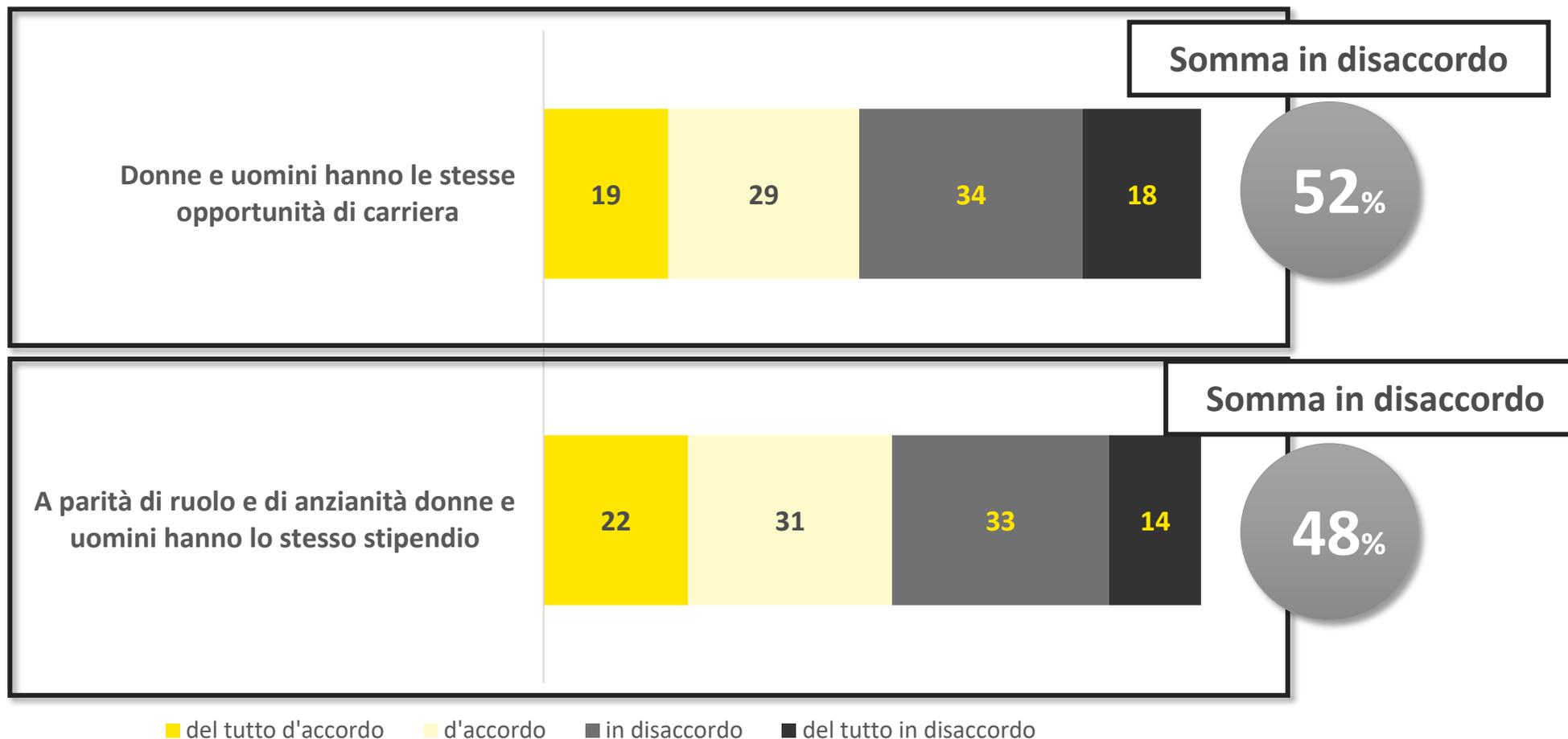
5,6

■ Meno di 6 ■ Tra 6 e 7 ■ 8 o più

Valori %.

La metà delle lavoratrici riconosce che nella propria azienda uomini e donne non hanno le stesse opportunità di carriera e di retribuzione

Quanto è d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni? All'interno della sua azienda...



Valori %.

A oltre la metà delle lavoratrici tra i 30 e i 50 anni è stato chiesto, durante almeno un colloquio di lavoro se aveva figli o intendeva averne

Durante un colloquio di lavoro le è mai stato richiesto se aveva figli o se aveva intenzione di avere figli nei prossimi anni?



No, non mi è mai successo

47

Sì, ma solo una volta

13

Sì, alcune volte mi è successo

28

Sì, ad ogni colloquio

12

Lavoratrici a cui è stato chiesto almeno una volta

53%

57%

Azienda italiana con dimensione internazionale

54%

Azienda italiana con dimensione nazionale

53%

Settore privato

47%

Settore pubblico

36%

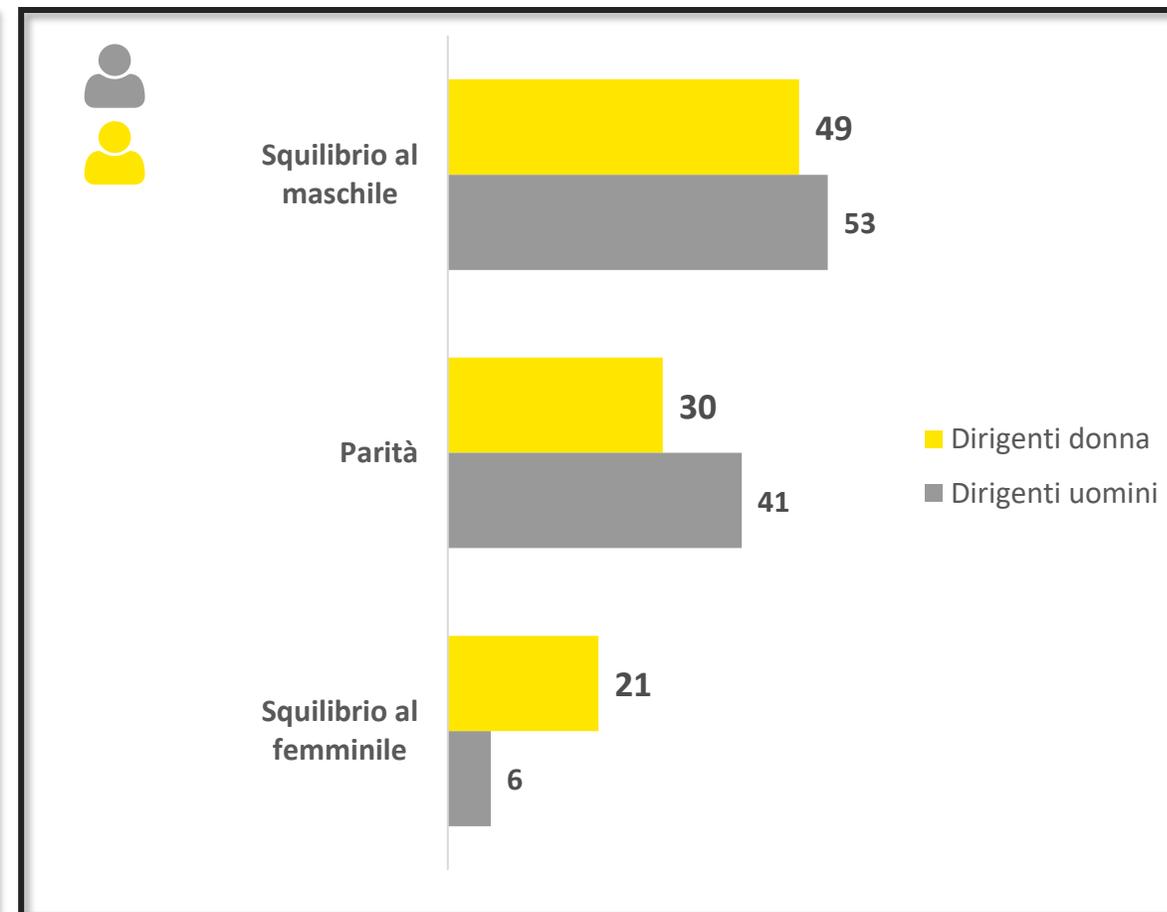
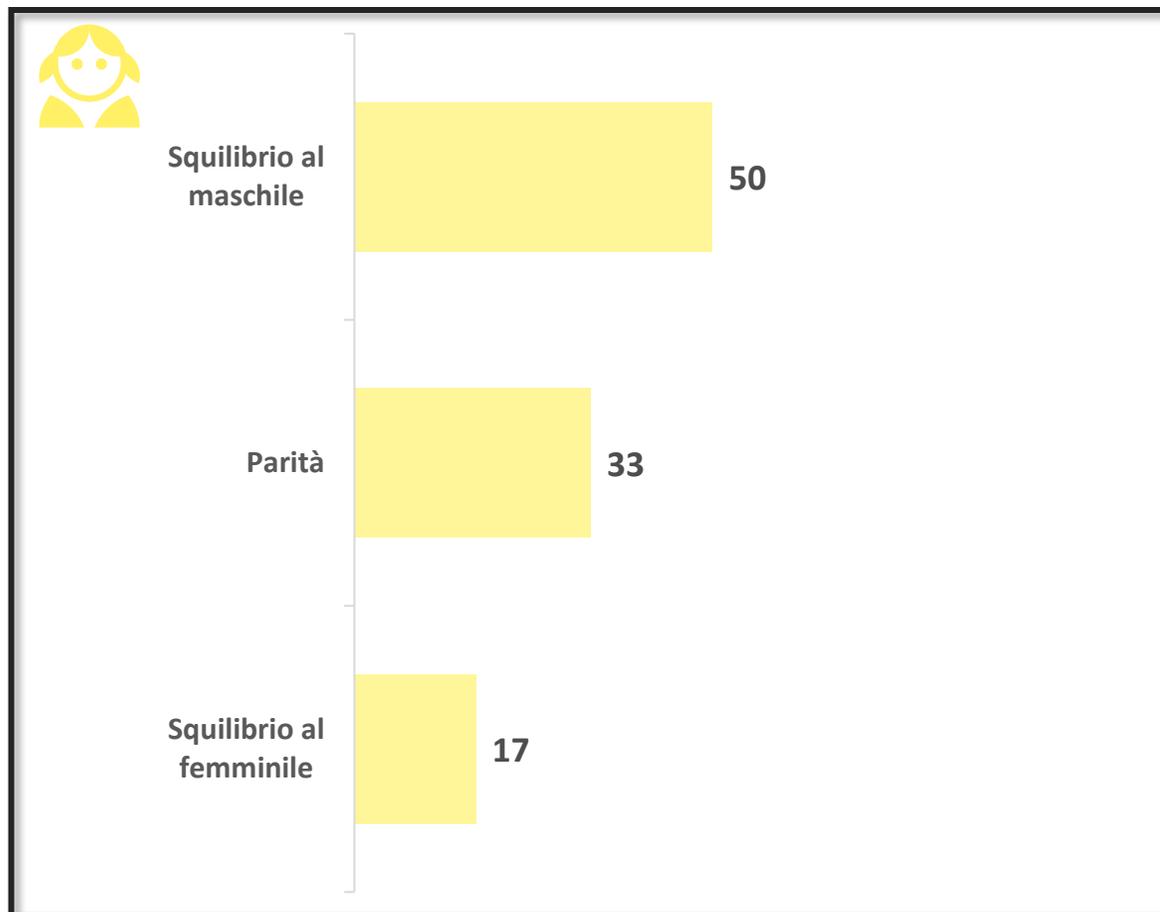
Azienda internazionale

Valori %.

Tutti i diritti riservati

Per la metà degli intervistati, indipendentemente dal ruolo, i ruoli dirigenziali nella propria azienda, sono occupati principalmente da uomini.

Nella sua azienda, in questo momento, i ruoli direttivi sono occupati...

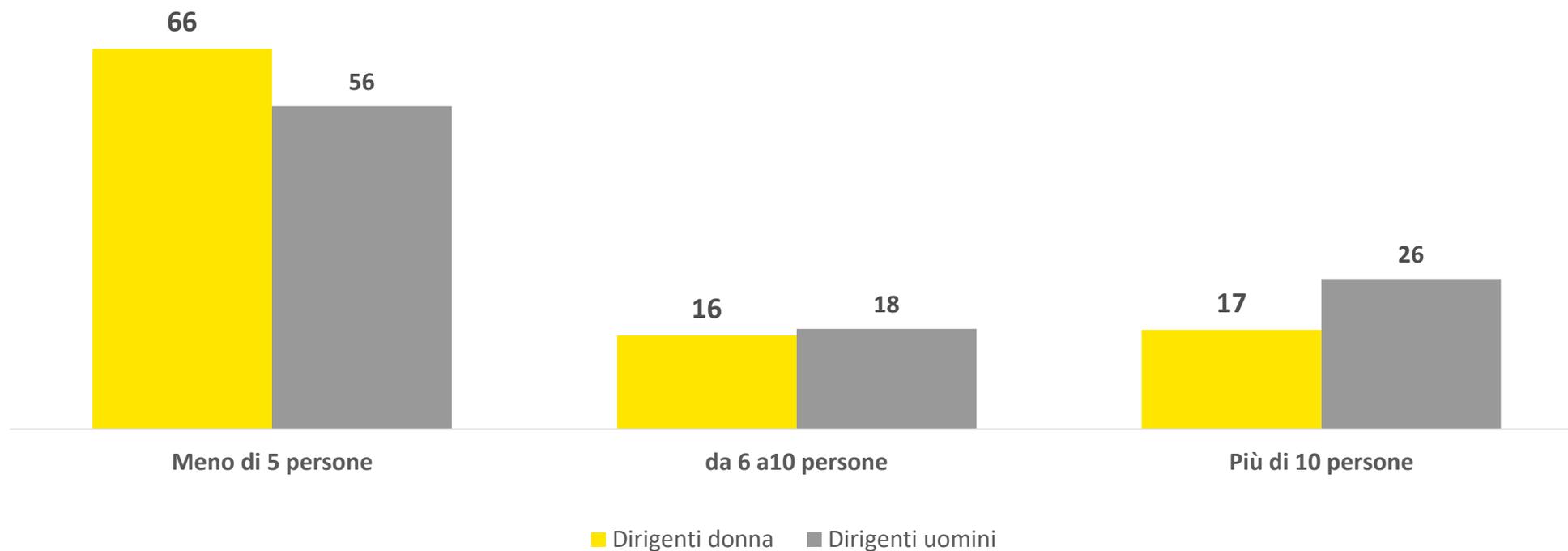


Valori %.

Dirigenti: le donne coordinano team più piccoli, mentre gli uomini sono assegnati a gruppi più numerosi



Quante persone coordina nel suo ruolo?



Valori %.



La leadership



SUMMARY



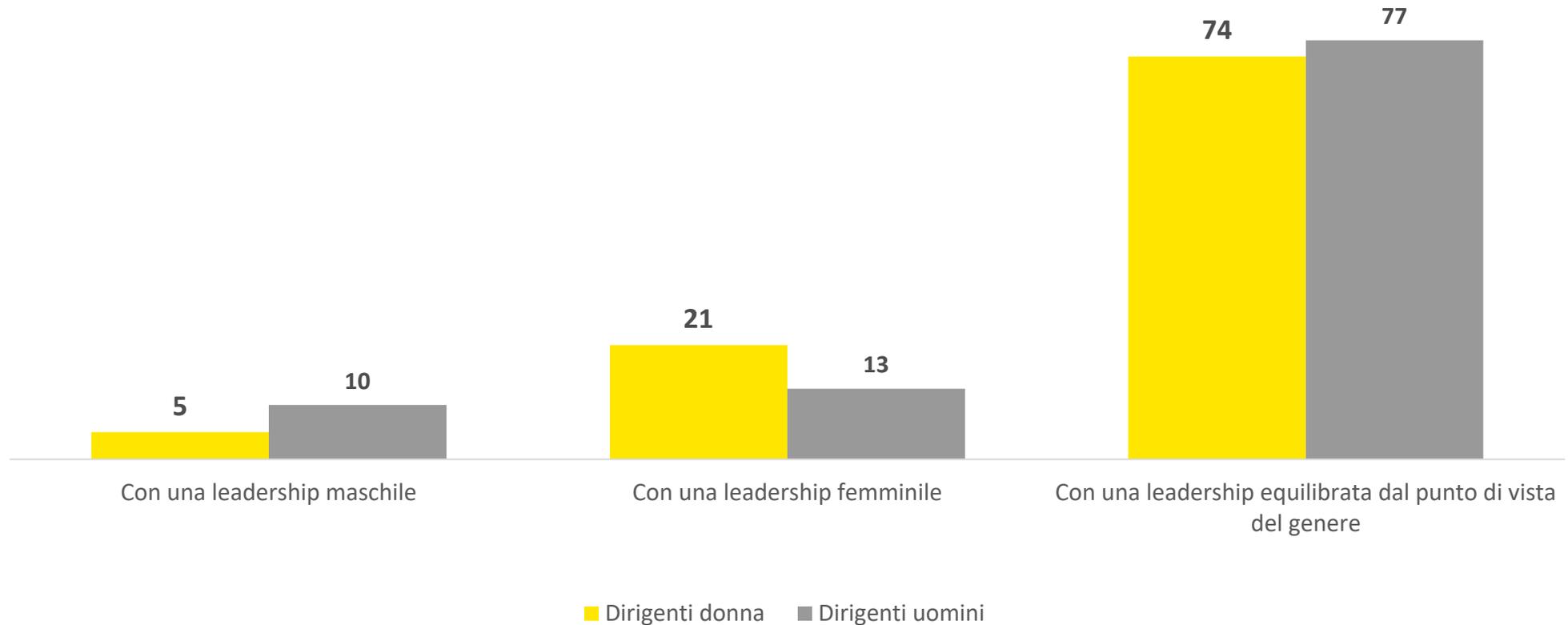
Pur a fronte di una situazione reale ancora fortemente sbilanciata verso una leadership maschile, i tre quarti dei dirigenti intervistati ritengono che una azienda con una leadership equilibrata dal punto di vista del genere sia più performante.

La percezione generalizzata è che le caratteristiche di un buon leader non dipendano dal genere, anche se su alcuni tratti emergono delle sfumature che sembrano attribuire maggiormente alle donne le competenze di inclusività e di motori del cambiamento e agli uomini autorevolezza e carisma.

Netta bocciatura invece del luogo comune che le donne non sarebbero interessate a fare carriera. Gli ostacoli principali rimangono quelli legati alla conciliazione tra lavoro e attività di cura e la predominanza maschile nei ruoli chiave. Tra le donne (dirigenti e non) ampio il gradimento per una eventuale legge che rendesse vincolante per le aziende perseguire obiettivi di parità di genere.

Tre dirigenti su quattro concordano sul fatto che gli obiettivi aziendali vengono raggiunti meglio da imprese con una leadership equilibrata dal punto di vista del genere

Secondo lei gli obiettivi aziendali vengono raggiunti meglio da imprese...



Valori %.

Le qualità di un leader non dipendono dal suo genere, per quanto su alcuni temi sono percepite differenze anche significative

Di seguito le presenteremo alcune caratteristiche di un leader.

Per favore indichi se secondo lei appartengono di più ad una leadership femminile, maschile o ad entrambe.

Autorevolezza
Capacità di raggiungere gli obiettivi di business e aziendali
Carisma

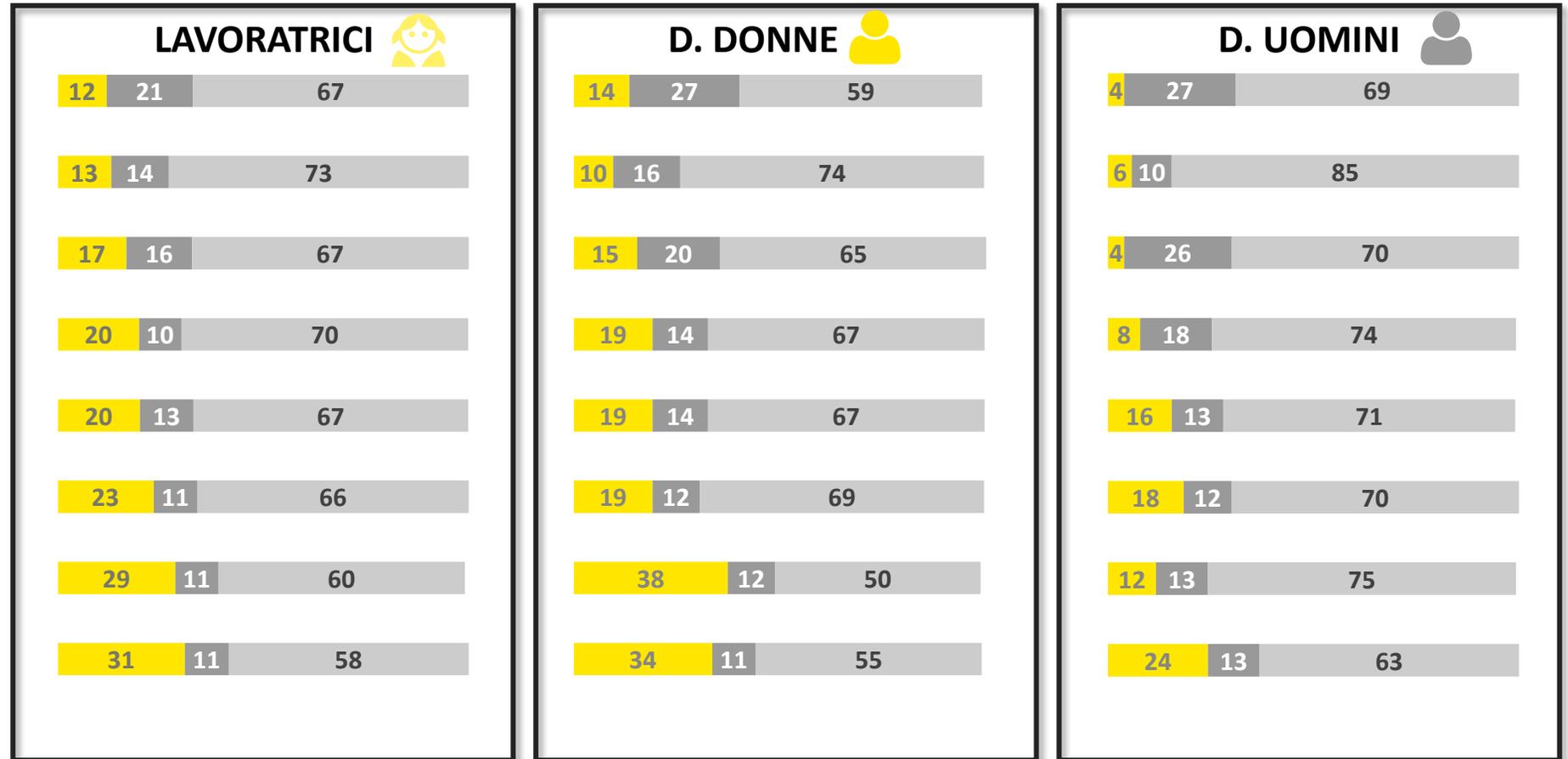
Assunzione di responsabilità

Fiducia e positività nel team

Capacità di incentivare e stimolare il cambiamento

Attitudine al problem solving

Comunicazione efficace ed empatica



Valori %.



femminile



maschile

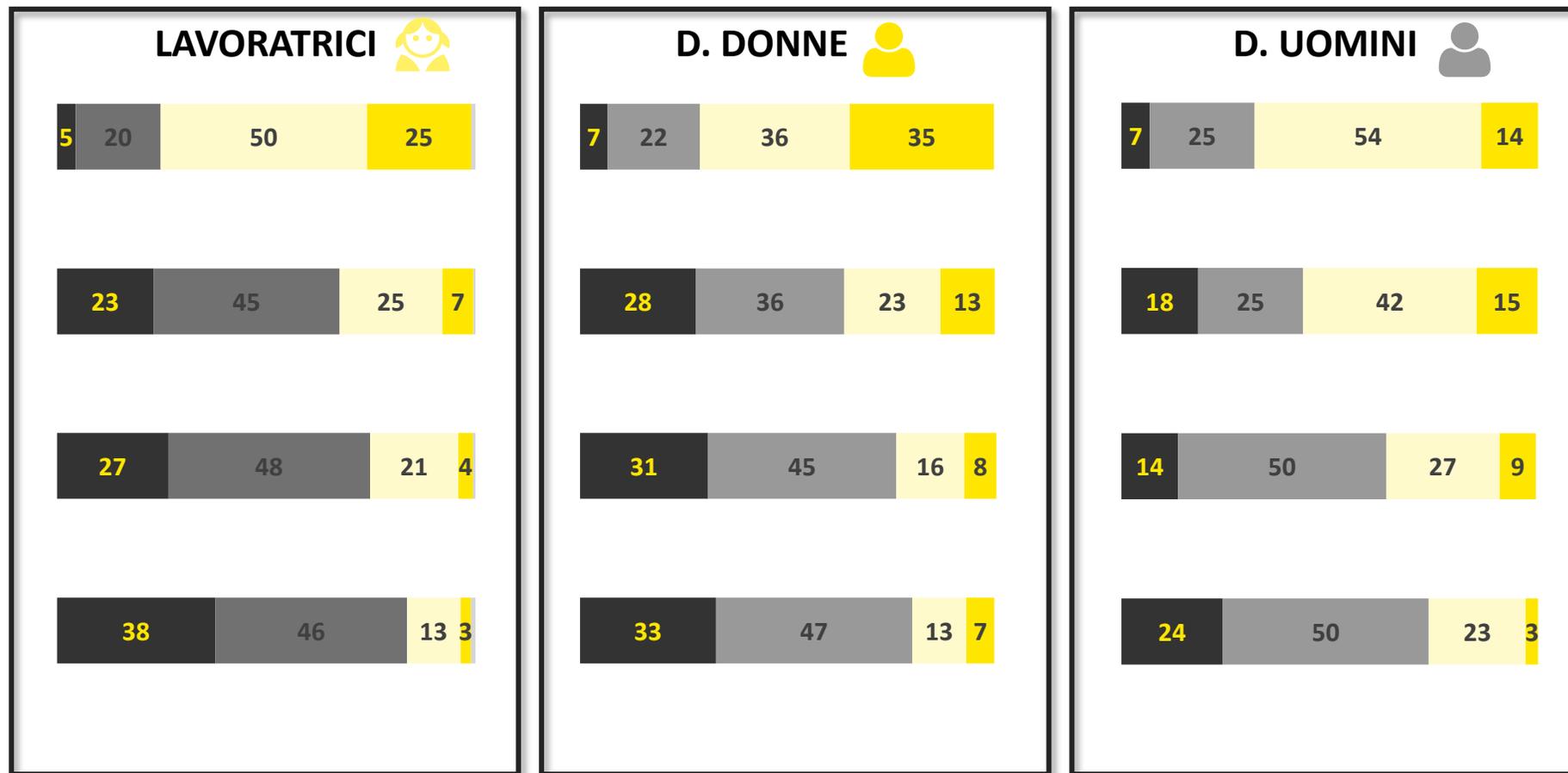


entrambe

Poco accordo sul fatto che le donne non siano interessate a fare carriera. Conciliazione, potere maschile e mancanza di una legge i principali ostacoli



Per favore indichi il suo grado d'accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni relative alla leadership femminile all'interno di una azienda.



Valori %.



Del tutto d'accordo



D'accordo



In disaccordo



Del tutto in disaccordo



LE INIZIATIVE
PER RIDURRE
IL GENDER GAP

WIND THE GAP



SUMMARY



Nella percezione delle lavoratrici e dei dirigenti intervistati sono ancora poche le aziende che si sono dotate di una reale struttura organizzativa che opera nella direzione di ridurre le differenze di genere. A mancare sono soprattutto le strutture che possono aiutare la conciliazione (considerata per altro il principale problema per l'inclusione e la leadership femminile), ma anche sistemi organizzati di misurazione del gender gap.

Nel confronto tra dirigenti uomini e donne il percepito appare spesso molto distante, con i dirigenti uomini che tendono ad affermare più spesso la presenza di tutte le iniziative di intervento indicate e con una differenza di percepito di oltre 20 punti quando si parla di effettiva equità nel trattamento di uomini e donne e della capacità dell'azienda di promuovere la formazione professionale delle donne.

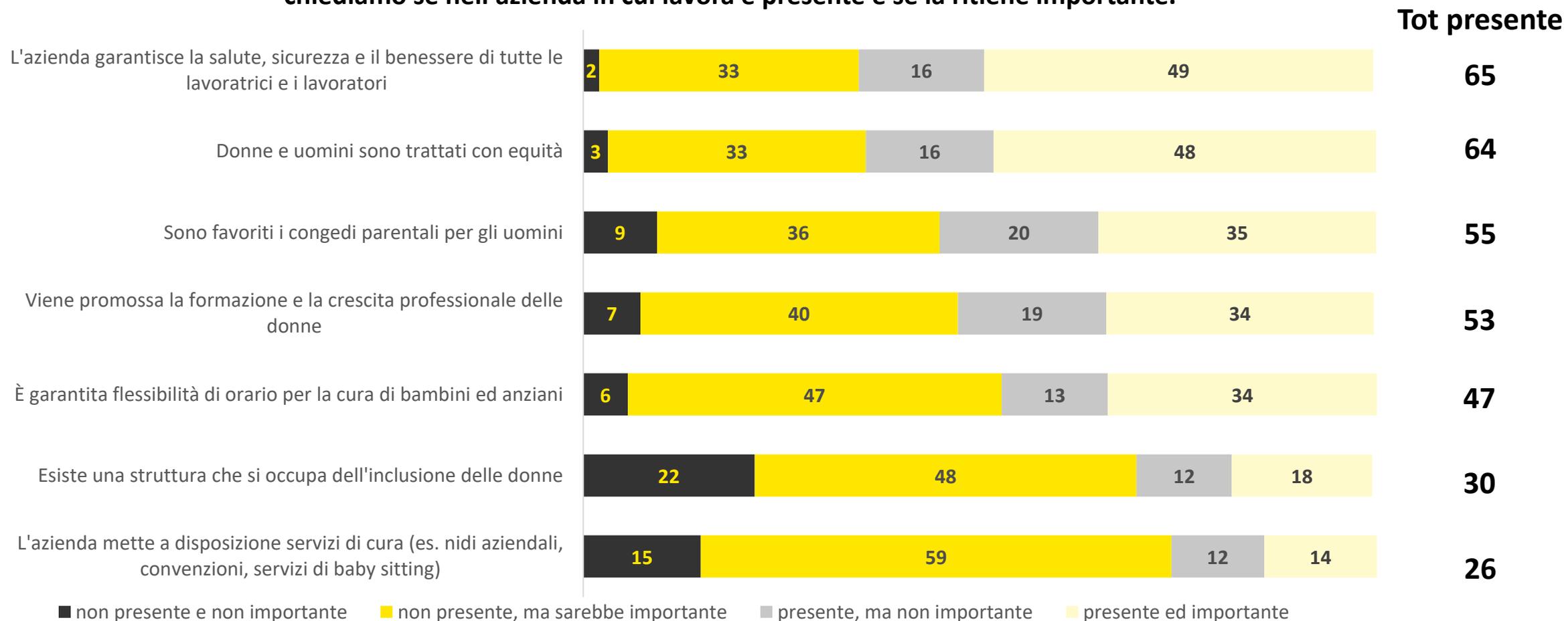
Solo per il 31% delle dirigenti donna e per il 39% dei dirigenti uomini nella propria azienda è previsto un piano per la parità di genere.

Ne deriva che l'obiettivo di raggiungere la parità di genere nei ruoli dirigenziali non appare facile da raggiungere nel breve periodo e per il 16% delle dirigenti donne intervistate sarà comunque irraggiungibile. L'ingaggio diretto a questo riguardo di uomini e donne appare piuttosto diverso, con una maggiore tendenza dei dirigenti uomini a lasciare che le cose si compiano secondo il loro corso, senza intervenire direttamente.

Non sorprende il fatto che la maggior parte degli intervistati non conosca né la Certificazione della parità di genere, né il concetto di misurazione dell'impatto di genere, anche se è ampio il consenso verso l'introduzione di premi ed incentivi per realizzare obiettivi misurabili di impatto di genere

Tra le lavoratrici, fra le iniziative non presenti ma importanti, spiccano le strutture che si occupano dell'inclusione femminile, servizi di cura e flessibilità di orario

Le presentiamo ora una serie di iniziative che le aziende possono realizzare per favorire la parità di genere. Per ciascuna di esse le chiediamo se nell'azienda in cui lavora è presente e se la ritiene importante.

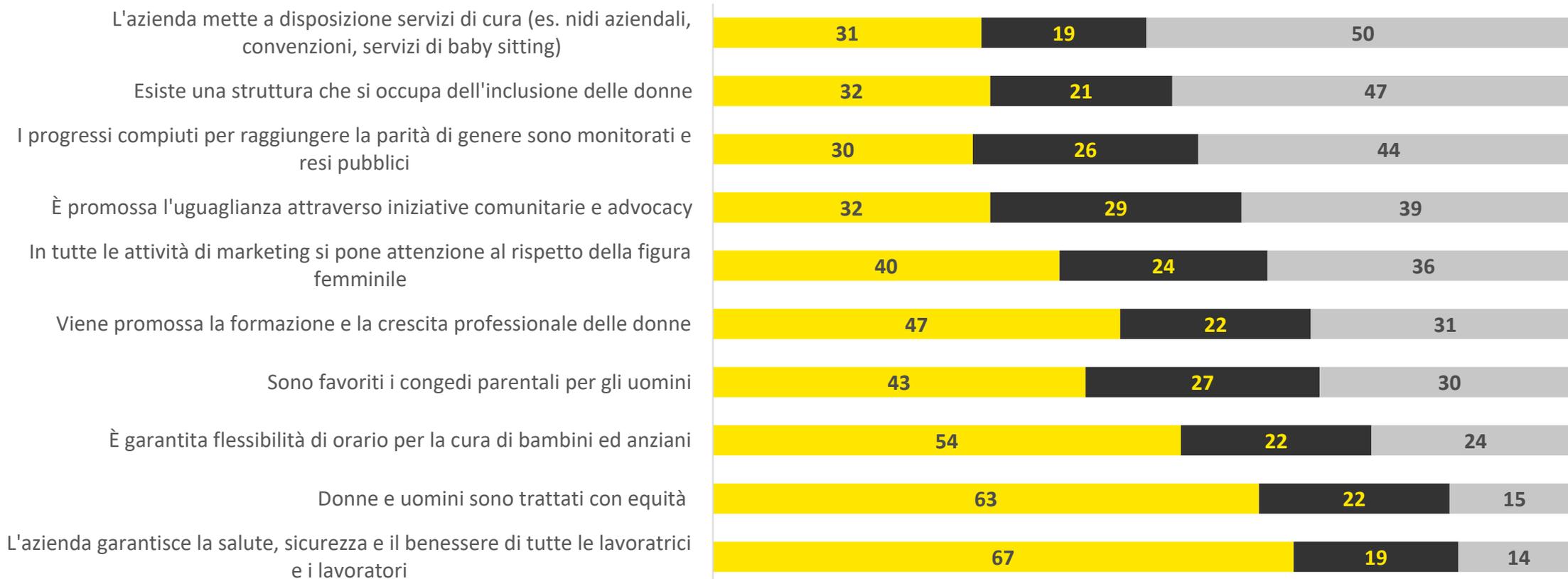


Valori %.

Anche per i dirigenti solo una minoranza delle aziende ha messo in atto iniziative specifiche per la parità di genere



Le presentiamo ora una serie di iniziative che le aziende possono realizzare per favorire la parità di genere. Per ciascuna di esse le chiediamo se nell'azienda in cui lavora è presente o se verrà adottata nei prossimi anni



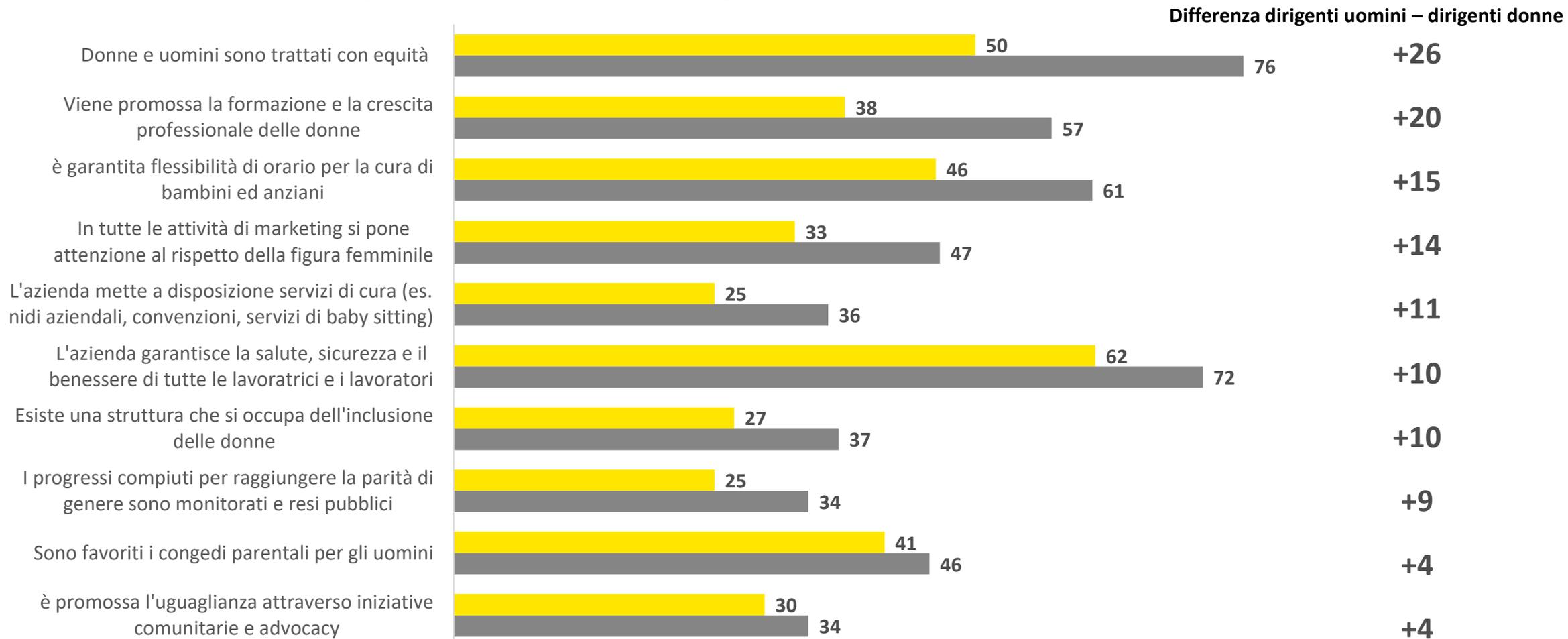
■ presente attualmente ■ non presente, ma è prevista la sua adozione nei prossimi anni ■ non presente e non è prevista la sua adozione nei prossimi anni

Valori %.

La differenza di percezione tra dirigenti uomini e donne sulle iniziative per la parità di genere presenti in azienda è forte



Percentuale di dirigenti donne e uomini che ritengono che l'iniziativa indicata sia presente nell'azienda

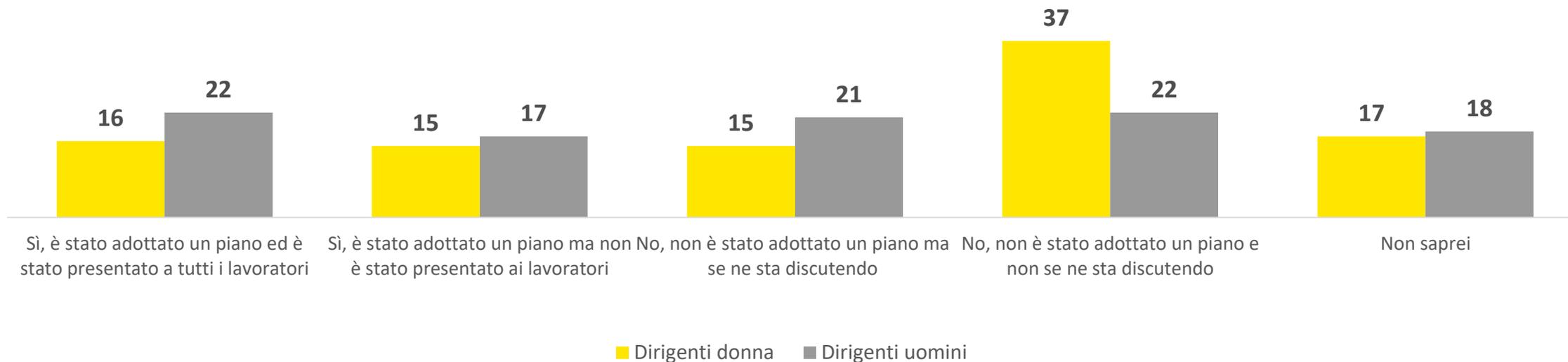


Valori %.

Solo per un dirigente su tre (due su cinque tra gli uomini) la propria azienda ha un piano per la parità di genere



Al momento l'azienda per cui lavora ha adottato o adotterà un piano per la parità di genere nei prossimi cinque anni?

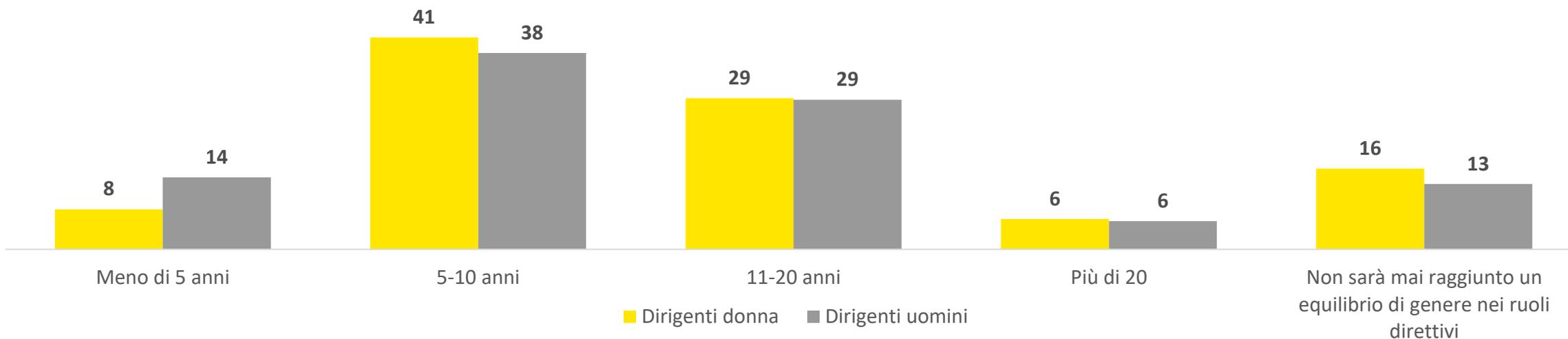


Valori %.

Per raggiungere la parità di genere in azienda per la metà delle donne dirigenti ci vorranno più di 10 anni



Secondo lei, realisticamente, in quanti anni l'azienda per cui lavora riuscirà ad ottenere l'equilibrio di genere nei ruoli direttivi?

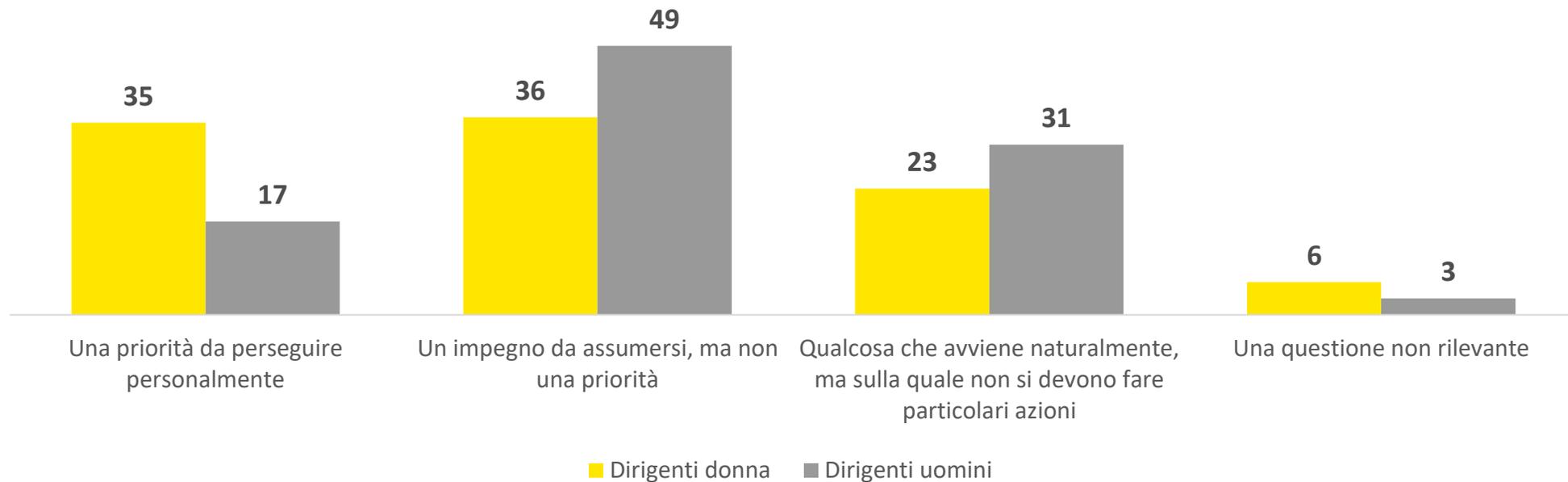


Valori %, risponde solo chi indica che non è presente una parità di genere nella propria azienda.

La promozione di più donne in posizione di leadership è una priorità soprattutto per le dirigenti donne, mentre gli uomini tendono più a dilazionare



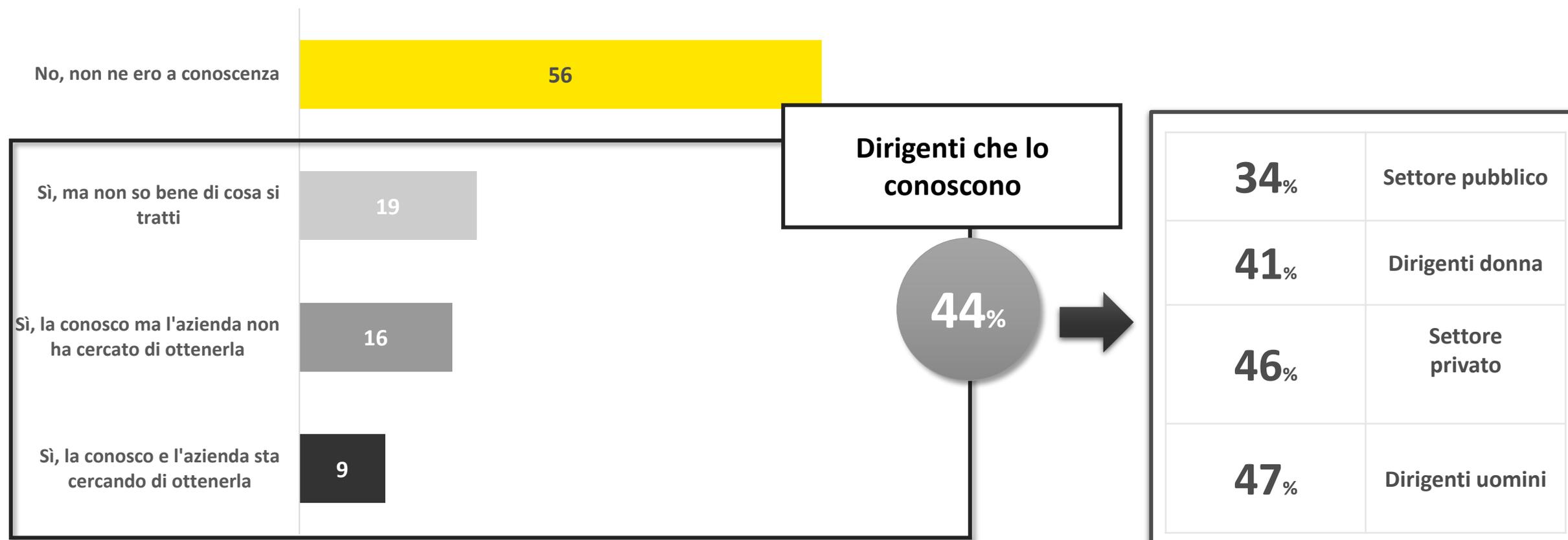
La promozione di più donne in posizione di leadership è per lei...



Valori %.

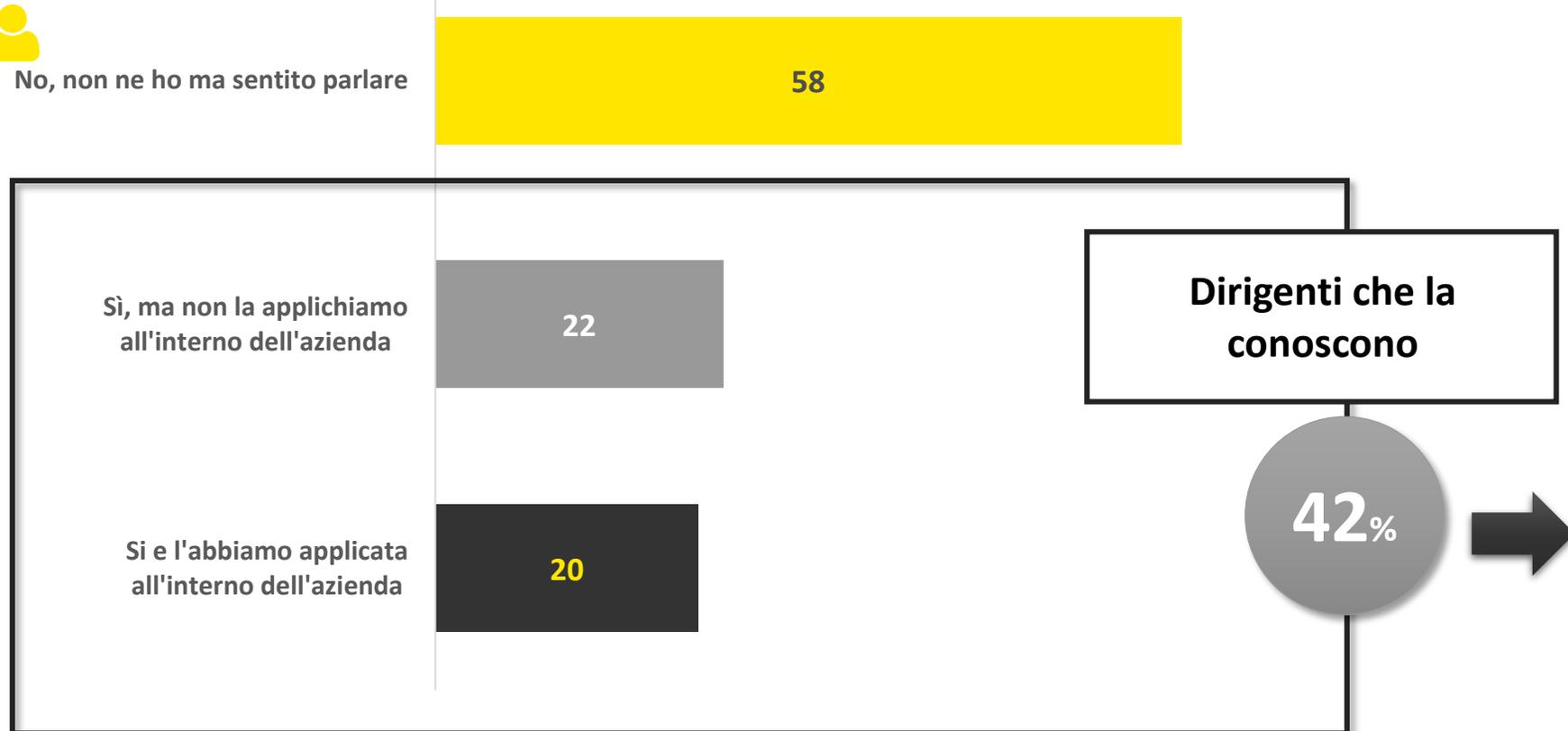
La maggior parte dei dirigenti non conosce la Certificazione di parità per le donne prevista dal PNRR.

A partire dal 1^a gennaio 2022 è stata introdotta la Certificazione di parità per le donne, misura inserita nella missione 5 del PNRR. Questa certificazione, se ottenuta, garantirà uno sconto dell'1 (fino a 50 mila euro) sui contributi da versare. Lei o l'azienda per cui lavora era a conoscenza di questa opportunità?



Solo il 42% dei dirigenti conosce la misurazione dell'impatto di genere, che viene applicata nel 20% delle aziende degli intervistati.

Lei sa in cosa consiste la misurazione dell'impatto di genere?

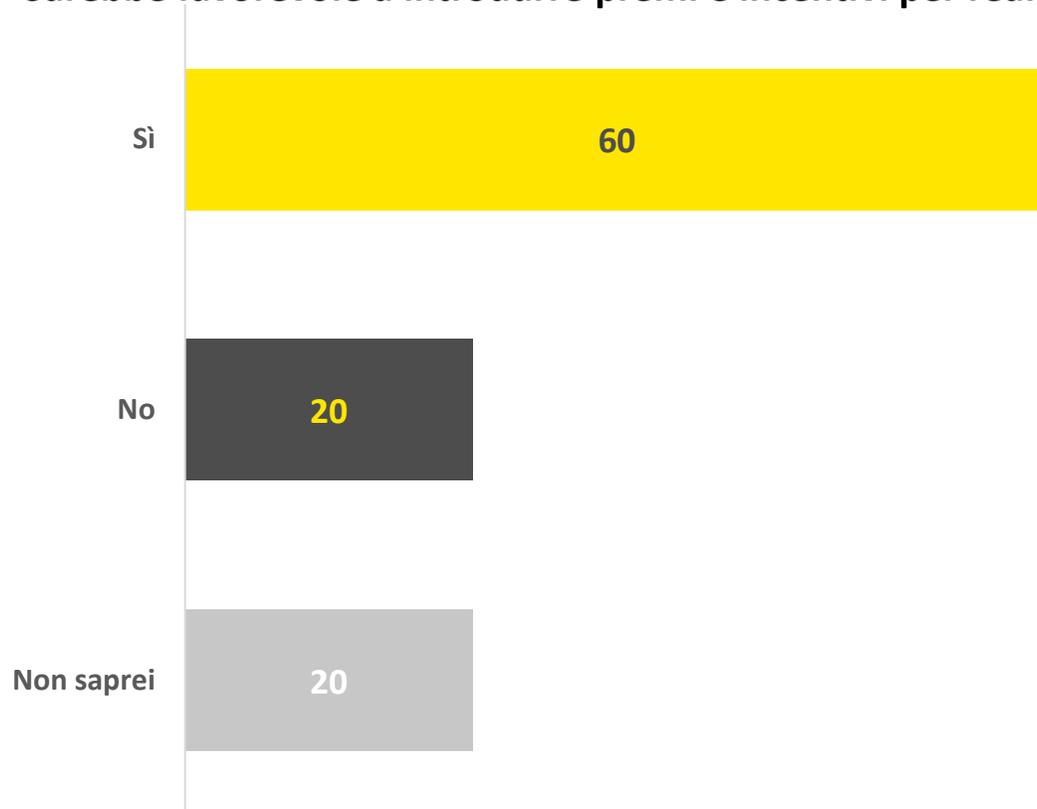


35%	Più di 250 dipendenti
36%	Meno di 25 dipendenti
40%	Dirigenti donne
45%	Dirigenti uomini
60%	25-250 dipendenti

Valori %.

Ampio il consenso ad introdurre premi ed incentivi per realizzare obiettivi misurabili di parità di genere

Sarebbe favorevole a introdurre premi e incentivi per realizzare obiettivi misurabili di parità di genere?



53%	Dirigenti uomini
55%	Più di 250 dipendenti
57%	Meno di 25 dipendenti
66%	Dirigenti donne
67%	25-250 dipendenti

Valori %.

Riccardo Grassi
Head of Research SWG

Giulia Costantini
Junior researcher

"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società. SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA, EphMRA e ASSEPRIM. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 – 34123
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186 Tel.
+39 06 42112
Fax +39 06 86206754