

MOLESTIE SULLE DONNE, UN'AZIENDA SU TRE NON HA ANCORA FATTO NULLA

Il centro studi di Fòrema e il Dipartimento FISPPA (sezione di Sociologia) dell'Università di Padova presentano l'indagine sui temi della diversità e dell'inclusione nelle aziende padovane. Quattro aziende su cinque non usano procedure gender neutral. Roberto Baldo, direttore centro studi di Fòrema: "La formazione è necessaria per cambiare le prassi attuali". La ricercatrice Vittoria Benfatto: "Stop al pinkwashing".

Nel mese di aprile 2024, 90 aziende (molte del settore metalmeccanico) hanno condiviso le loro pratiche di diversity management rispondendo a un questionario sui temi della gestione delle risorse umane, del welfare e del work-life balance, della formazione aziendale e della certificazione UNIPDR 125:2022, quella collegata ai temi della diversità e dell'inclusione.

La ricerca ha coinvolto l'ufficio studi di Fòrema e l'Università degli Studi di Padova: il professor Claudio Riva ha coordinato il lavoro della ricercatrice Vittoria Benfatto. L'obiettivo dell'indagine? Evidenziare le tendenze attuali delle aziende in materia di gestione della diversità analizzando i processi hr, il welfare, la tutela della genitorialità e la formazione aziendale. Un'indagine che è parte del progetto S.I.A.D.O.M. (Social Innovation Alliance for Diversity management and innovation of Organizational Models), finanziato dal bando P.A.R.I. della Regione Veneto.

"I persistenti divari di genere nelle organizzazioni in termini di bilanciamento generale e per mansioni, l'affidamento dei ruoli apicali e i differenziali retributivi e contributivi sono un aspetto critico per quanto riguarda il benessere lavorativo dei dipendenti e delle dipendenti e per la sostenibilità delle aziende", spiega Roberto Baldo, direttore del centro studi di Fòrema. "Non solo, in un periodo storico caratterizzato dalla generale mancanza di personale, il divario di 20 punti percentuali nel tasso di occupazione tra uomini e donne non è più tollerabile. Il diversity management rappresenta un approccio di gestione delle risorse umane che può fare da driver per il cambiamento delle organizzazioni, allineato agli obiettivi ESG. Queste dimensioni rappresentano inoltre alcuni dei KPI principali della certificazione UNIPDR 125:2022, dell'European Gender Equality Index e del Diversity Inclusion Index dell'istituto FTSE Russel LSG Business che molte aziende ancora ignorano. C'è tanto da fare".

"Emerge un panorama aziendale omogeneo rispetto alla diffusione del diversity management che appare piuttosto parcellizzata e limitata, nonostante non manchino aziende meritevoli che si distinguono dalle altre", sintetizza così l'indagine la dottoressa Vittoria Benfatto. "Vi è una tendenza generale a riconoscere l'importanza di un modello organizzativo più attento ai lavoratori e alle lavoratrici, che tuteli l'equità di trattamento e l'inclusione sociale, nonostante di fatto questa consapevolezza rimanga ancora solo su un piano prevalentemente teorico per la maggior parte delle aziende. La cultura aziendale resta uno degli aspetti chiave su cui è fondamentale lavorare per innescare un cambiamento e renderlo permanente, evitando che le azioni e i processi messi in campo abbiano un impatto solo su un piano formale, traducendosi in un caso di pink-washing aziendale".

L'AZIENDA È GENDER NEUTRAL?

Entrando nell'analisi dei dati, il 70% delle aziende non fa uso di procedure di selezione gender neutral, perché non sono mai state prese in considerazione (75%) o perché non vengono ritenute utili. Tra i settori in cui la resistenza verso queste procedure sembra essere più diffusa vi è quello metalmeccanico (48%). Non basta: l'80% delle aziende non usa procedure gender neutral per la valutazione delle prestazioni, il 37,8% non è interessato a implementarle in futuro, mentre il 42,2% ritiene che queste procedure potrebbero essere utili, ma non ne fa uso. "Dai dati emerge che vi è una diffusione limitata di queste procedure a fronte di una più diffusa consapevolezza della loro importanza – commentano i ricercatori - probabilmente dovute a resistenze culturali legate alla percezione di una non-utilità di tali procedure, soprattutto in aziende con una percentuale di donne inferiore al 20%".

FORMAZIONE

Sul fronte della formazione, l'80% delle aziende non ha svolto alcuna formazione specifica sui temi del genere, della diversità e dell'inclusione perché il tema non è stato ritenuto rilevante (46%), per mancanza di risorse (15%). "Rispetto a questo dato viene spontaneo chiedersi se effettivamente quello del genere non sia un tema rilevante – commentano i ricercatori - o se questo dato sia invece sintomo della mancanza di una cultura organizzativa diffusa che sostiene la formazione come canale di comunicazione e sensibilizzazione fondamentale per la parità di genere". Tra le (poche) aziende che hanno svolto attività formative negli ultimi due anni i temi maggiormente affrontati sono: sostenibilità sociale e parità di genere (61%), molestie discriminazioni e mobbing (56%), gestione del personale e politiche di welfare (50%), benessere e empowerment personale (44%), leadership e team-building (39%), linguaggio inclusivo e tematiche tecniche sulla parità di genere (33% entrambe).

VIOLENZE DI GENERE

Il 64,4% delle aziende non fa uso di un linguaggio inclusivo, e sono piuttosto eterogenee per settore e dimensione aziendale, mentre nei contesti con una percentuale di donne superiore al 60% aumenta la diffusione di un linguaggio inclusivo. Tra le aziende del campione il 48% usa un software whistleblowing per la raccolta anonima delle segnalazioni, mentre il 27% delle aziende non dispone di canali con cui i dipendenti e le dipendenti possono segnalare eventuali episodi di violenza subiti. Commentano i ricercatori: "Sono troppe le aziende che ancora si appoggiano a strumenti e canali che implicano che chi effettua le segnalazioni debba "metterci la faccia" o che lasciano alla discrezione di chi riceve le segnalazioni stabilirne la gravità ed eventuali sanzioni, entrambi elementi che potrebbero fungere da deterrente per le vittime".

SCHEDE DI APPROFONDIMENTO

LA RICERCA E IL CAMPIONE ANALIZZATO

Il questionario è stato costruito identificando tre macroaree tematiche principali: a) processi HR (selezione, onboarding, valutazione delle prestazioni, tasso di turnover e di avanzamenti di carriera); b) work-life balance e tutela della genitorialità (welfare aziendale, flessibilità lavorativa e i servizi di tutela della genitorialità); c) formazione sui temi della diversità e del genere. In aggiunta a queste tre aree, nel questionario sono presenti altre due sezioni che riguardano: i dati anagrafici delle aziende che hanno risposto (dimensioni aziendali, settore produttivo, percentuale di donne presenti in azienda) e il posizionamento dell'azienda rispetto allo strumento di certificazione UNI PDR 125:2022, e la valutazione della sua efficacia. Il questionario è stato condiviso con 630 aziende tramite e-mail e la compilazione è avvenuta dunque in modo autonomo su Google moduli. In totale hanno risposto 90 aziende, il 14,3% di quelle contattate. Il settore metalmeccanico è predominante nel campione analizzato, costituisce il 54,5% delle grandi imprese, il 42,9% delle medie imprese e il 37,1% delle piccole imprese. Piccole e medie imprese presentano un panorama settoriale più variegato con una predominanza nel settore della gomma plastica di cui compongono il 75%. Oltre due terzi del campione (72%) presenta una percentuale di donne pari o inferiore al 40%. I settori con una predominanza di forza lavoro femminile (maggiore all'80%) sono i servizi e la ristorazione, mentre i settori che presentano una minor percentuale di forza lavoro femminile sono i settori metalmeccanico (60% delle aziende totali), commercio, edile marmifero ed estrattivo; questo dato conferma una tendenza di segregazione occupazionale orizzontale già nota a livello nazionale. Anche le dimensioni aziendali sembrano giocare un ruolo fondamentale, in quanto le medie e grandi imprese mostrano una maggiore presenza di forza lavoro femminile rispetto alle aziende di piccole e micro dimensioni.

SCHEDA DI APPROFONDIMENTO - LA STORIA DI FOREMA

Dopo la fondazione nel 1983 e le prime esperienze di servizi destinati al mondo degli industriali, la storia di Fòrema ha avuto un'accelerata negli anni Duemila con la presidenza di Giovanni Griggio. Era l'epoca dei fondi sociali europei. Allora, Griggio dovette affrontare una delle prime e importanti crisi del sistema formativo confindustriale: il passaggio al mondo del privato dopo anni di puro sostentamento pubblico, era il 2007 e gli imprenditori chiedevano ancora manager specializzati in delocalizzazione nell'est Europa e verso la Cina. A causa di un ritardo nel rifinanziamento dei fondi sociali europei, l'ente per la prima volta dovette affrontare un buco di bilancio, la rivoluzione fu entrare, tra i primi a livello nazionale, nel settore privato. Furono assunti dei commerciali, fu anche il periodo in cui nacque Fondimpresa.

Subito dopo, al timone di Fòrema fu nominato Marino Malvestio, imprenditore nel settore degli arredamenti per strutture ospedaliere. Sei anni di presidenza, dal 2010 al 2016, ricordati per la scelta di nominare un direttore generale, Cristina Ghiringhello, capace di traghettare l'azienda verso i primi bilanci in utile, a vantaggio di Confindustria Padova. Ma anche l'avventura di Niuko e la nascita de IlCuboRosso. Per la prima volta Fòrema è riuscita in quegli anni a produrre un utile, di qualche centinaio di migliaia di euro. Tra le attività che hanno avuto più eco, va citata l'esperienza de IlCuboRosso, "spazio fisico" di 600 metri quadri per simulare, sperimentare, rielaborare nuovo know how tecnico e manageriale da trasferire al sistema delle Pmi. Due anni dopo, l'altra scelta strategica, quella di far nascere il «super-polo» confindustriale per la formazione d'impresa, primo in Italia per dimensioni, dall'unione tra Padova e Vicenza.

Dopo la separazione da Niuko (la Srl costituita nel 2014 da Confindustria Padova e Confindustria Vicenza), completata nel 2019, e il conferimento della società ad Assindustria Venetocentro, oggi Fòrema si basa sul lavoro di sessanta professionisti, chiamati a proporre e gestire corsi e attività di consulenza con focus su salute, sicurezza e prevenzione nei luoghi di lavoro, ambiente (HSE), sviluppo organizzativo e metodologia lean nelle smart factory, soft skills e formazione esperienziale, servizi per il lavoro. Fòrema lavora in partenariato con molteplici enti pubblici, in particolare segue progetti per la scuola, gli ITS e l'Università di Padova. Questi sono i numeri che la rendono una delle maggiori società di formazione del sistema Confindustria in Italia.

Nel corso del 2022 sono state 26.368 (+9% sul 2021) le persone che hanno seguito corsi di formazione (nel 2021 furono 24.314; +14% sul 2020). In tutto, sono state erogate 41.641 ore in corsi di vario genere, con una crescita del 7,5% sul 2021. Grazie a questi numeri, per Fòrema il 2022 si era chiuso con un fatturato a 7,7 milioni di euro, con un balzo in avanti del 10% rispetto all'anno precedente (quando si era già registrato un +12% sui 6,3 milioni del 2020). Fòrema, che ha sede negli uffici di proprietà collocati nel centro direzionale "La Cittadella" di Padova, occupa una sessantina persone e collabora con decine di professionisti. Il consiglio direttivo è guidato dal direttore generale Matteo Sinigaglia, ed è composto da Roberto Baldo, responsabile attività finanziate, Anna Cracco, responsabile commerciale e Andrea Sanguin, responsabile amministrazione, finanza e controllo. Presidente è Enrico Del Sole.