

Parità di genere e politiche di welfare nell'Events & Live Industry italiana

Introduzione

Da sempre, la discriminazione di genere sul lavoro spreca talenti e soffoca opportunità. In molti Paesi molte donne sono ancora intrappolate in lavori poco qualificati e retribuite in maniera inferiore rispetto agli uomini, quindi lontane dal raggiungimento dell'uguaglianza di genere lavorativa.

"Triumph Group International è chiaramente un esempio di imprenditoria femminile e credo che il suo valore non dipenda dalle quote rosa presenti, bensì dalla preparazione, dalle abilità che cerchiamo di assecondare e valorizzare e dal senso di responsabilità dei professionisti di cui ci circondiamo. Il successo non è una scelta ma un processo da alimentare quotidianamente. Il Gruppo Triumph è fatto prima di tutto di professionisti, e che l'81% di questi siano donne è un valore "accessorio" che non dovrebbe in nessun caso fare più notizia delle competenze stesse". Così la chairwoman di TGI, Maria Criscuolo, ha introdotto il focus sull'imprenditoria femminile, presente nel 1° Bilancio Sociale del Gruppo Triumph.

Ed è questa visione imprenditoriale, unitamente alla voglia di attivarci concretamente ed in maniera mirata, ad aver portato TGI ad interrogarsi sui temi dell'imprenditoria femminile e della parità di genere, all'interno del proprio ambito di appartenenza.

Conoscere bene il proprio contesto operativo, analizzarlo per comprenderlo - nelle sue mancanze e virtù - è il punto di partenza necessario perché si promuova un cambio di rotta che possa coinvolgere attivamente tutti gli attori interessati.

Nasce così l'idea di condurre un'analisi relativa alle quote di genere e di sistematizzare le informazioni a nostra disposizione, in modo da ottenere una più appropriata rappresentazione del contesto nel quale operiamo e preparare la base di studi futuri.

"L'uguaglianza di genere deve essere una realtà vissuta" affermava Michelle Bachelet che è stata la prima donna a ricoprire l'incarico di presidente del Cile per due mandati (2006-2010 e 2014-2018), dopo essere stata anche Ministro della Sanità, Ministro della Difesa e, dal 2018, Alto commissario delle Nazioni Unite per i diritti umani.

Bachelet è un esempio virtuoso, ma ancora troppo sporadico, di un'uguaglianza di genere reale, tangibile, misurabile e meritocratica: un modello che molti Paesi faticano a far proprio, tanto nella politica, quanto -soprattutto- nel contesto lavorativo.

Triumph Group International S.p.A. Società Benefit

Via Lucilio 60 – 00136 Roma
Tel. +39 06 355301
Fax +39 06 35340213
E-mail info@thetriumph.com

Cap.Soc. € 1.100.000,00 i.v.
C.F./P.IVA 04135821009
Reg. Imprese di Roma 8517/91
R.E.A. di Roma 735507/91

www.triumphgroupinternational.com

Ipotesi iniziali della ricerca.

Partendo dall'osservazione diretta, abbiamo ipotizzato che il comparto dell'Events & Live Industry fosse:

1. popolato prevalentemente (oltre il 90% per ciascuna categoria) sia a livello apicale sia nei livelli sottoposti, da persone di genere femminile,
2. costituito da micro e PMI a conduzione familiare,
3. caratterizzato da un gap strutturale in termini di politiche di welfare aziendale a sostegno della famiglia e, più specificatamente, dall'assenza di azioni positive dedicate in particolare alle persone di genere femminile.

Metodologia di raccolta dei dati e quadro normativo di riferimento.

La necessità di fotografare lo stato attuale del settore Events & Live Industry rispetto a temi fondamentali come l'imprenditoria femminile e la parità di genere è stata declinata in una indagine intitolata "Le donne nell'Events & Live Industry in Italia". Questa ha previsto la redazione di un questionario con 13 domande e risposte su scala Lickert, previo pre-test somministrato a un campione selezionato. Dopo la revisione del pre-test è stato divulgato il questionario ufficiale, aperto con una specifica finestra temporale di risposta. A tale questionario è stata affiancata una serie di interviste a testimoni privilegiati, volta a validare, con dati qualitativi, i dati quantitativi già ottenuti mediante questionario.

L'indagine è stata sottoposta a tutte le aziende aderenti a Federcongressi e al Club degli Eventi e della Live Communication; associazioni che rappresentano le imprese pubbliche e private che svolgono attività connesse al settore dei congressi, convegni, seminari ed eventi live e alla comunicazione.

Al sondaggio hanno risposto 48 aziende. Il campione preso in esame risulta stratificato per regione e popolato da cluster omogenei per comportamento, attitudini e altre variabili.

Nella scelta delle aziende target, così come nella redazione delle domande del questionario e delle risposte, si è tenuto conto dei parametri della legge c.d. Golfo-Mosca (l. n. 120/2011), ancorché non cogente per le società intervistate.

La legge in questione, preso atto della situazione di cronico squilibrio nella rappresentanza dei generi nelle posizioni di vertice delle imprese, è nata per riequilibrare l'accesso agli organi apicali da parte delle minoranze di genere, tenendo conto del "genere meno rappresentato" (generalmente costituito dalle donne).

Le risposte al questionario sono state elaborate con statistiche descrittive, testando anche alcune correlazioni tra variabili.

Dati rilevati

Dal punto di vista statistico-descrittivo i dati analizzati restituiscono una situazione in cui:

- il 54,1% delle aziende del campione intervistato presenta fondatori uomini;
- il 22,92% delle aziende intervistate fa parte di gruppi societari, presenti anche all'estero;
- il 50% delle aziende del campione annoverano più di una sede in Italia.

In maggiore dettaglio, si riscontra che:

- l'81,25% delle aziende del campione ha in forza tra il 50% e il 90% di personale di genere femminile;
- il 32,4% della forza lavoro di genere femminile ha un livello di istruzione medio alta (laurea magistrale);
- il 45,83% delle aziende intervistate non prevede politiche di welfare aziendale a supporto della vita familiare del personale dipendente;
- nel 39,58% dei casi non viene raggiunta la soglia di un terzo relativa al genere meno rappresentato nei ruoli apicali;
- il 54,17% di presenza maschile, nelle aziende intervistate, ricopre ruoli apicali. A tal proposito si veda l'approfondimento successivo.

Per fare chiarezza su espressioni di uso ricorrente nell'ambito della questione di genere, riportiamo alcune definizioni tratte dal glossario *Gender School*, pubblicazione a cura del Dipartimento Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri, dell'Istituto nazionale documentazione innovazione ricerca educativa (INDIRE) e della IUL - Università telematica degli studi.

Discriminazione di genere: La discriminazione di genere è una disparità o un trattamento svantaggioso di un individuo o di un gruppo di individui basata sul genere. La discriminazione di genere è, di fatto, relativa al diverso modo di trattare con le persone solo perché sono maschi o femmine, piuttosto che sulla base delle loro capacità fisiche, intellettuali. La discriminazione di genere, sebbene sia generalmente riferita alle donne, viene sperimentata anche da uomini.

Segregazione di genere: La segregazione di genere è la separazione delle persone secondo le costruzioni sociali di ciò che significa essere maschio o donna, ed è diversa dalla segregazione sessuale che è la separazione fisica, legale e culturale delle persone in base al loro sesso biologico. Con segregazione di genere ci si riferisce alla distribuzione ineguale di uomini e donne nella struttura occupazionale, talvolta anche (e più precisamente) chiamata "segregazione professionale per sesso". Esistono due forme di segregazione di genere: la "segregazione verticale" descrive il raggruppamento degli uomini nella parte superiore delle gerarchie occupazionali e delle donne nella parte inferiore; La "segregazione orizzontale" descrive il fatto che a parità di livello occupazionale (cioè all'interno delle classi occupazionali, o anche occupazioni stesse) gli uomini e le donne hanno compiti lavorativi diversi.

È possibile consultare la versione completa del glossario *Gender School*, o, in alternativa, scansionare il QR Code:



Survey “Le donne nell’Events & Live Industry”

Domanda n° 1: Nome dell’azienda/società, ragione sociale

(48/48 risposte sono applicabili)

Abbiamo raccolto dati anagrafici che non vengono illustrati in questo contesto per ragioni di privacy.

Domanda n° 2: L’azienda/società fa parte di un gruppo societario?

(48/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
Azienda / società singola	77,08%
Azienda / società singola parte di un gruppo societario italiano	16,67%
Azienda / società singola parte di un gruppo societario italiano ed estero	2,08%
Azienda / società singola parte di un gruppo societario estero	4,17%

Degno di nota il fatto che la maggior parte delle aziende (quasi l’80%) non appartenga a gruppi. Segno che in Italia si continua a privilegiare un business da solista, dove si cerca di valorizzare la propria autonomia e originalità, ma rischiando nel contempo di perdere opportunità di crescita, di innovazione e scalabilità, come anche altri investimenti consistenti, possibili soprattutto in presenza di reti internazionali. Di ciò se ne deve tenere conto a livello di turnover del personale, nel senso che è possibile che l’azienda che non appartiene a gruppi strutturati possa perdere alcuni talenti, attratti da realtà maggiormente connesse a reti o con una ramificazione di società partecipate sotto ad una holding, con ramificazioni anche all’estero (ma ciò necessita una indagine di dettaglio, maggiormente approfondita).

Domanda n° 3: Dove si trova la sede principale?

(48/48 risposte sono applicabili)

Delle aziende intervistate è risultato che:

- 34 di esse hanno sede principale nel nord Italia;
- 9 in centro Italia;
- 4 in sud Italia;
- 1 in USA.

Domanda n°4: Quante sedi e unità locali ha l’azienda in Italia?

(48/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
1 sede	50,00%
Da 2 a 3 sedi	37,50%
Da 4 a 6 sedi	10,42%
Oltre 6 sedi	2,08%

Questo dato risulta particolarmente interessante a fine di approfondire indagini relative alla mobilità e alle trasferte del personale dipendente.

Domanda n° 5: Qual è l'anno di fondazione dell'azienda?

(47/48 risposte sono applicabili)

Le risposte hanno condotto a rilevare che:

- 1 azienda sul totale è stata fondata nel tardo '800
- 20 aziende nella seconda metà del 1900, a partire dagli anni '70
- 26 aziende tra il 2000 e il 2018, quindi abbastanza recentemente.

Domanda n° 6: Chi è stato il fondatore?

(45/48 risposte sono applicabili)

Delle 48 aziende intervistate è risultato che:

- 15 sono state fondate da donne, ossia il 33% del totale;
- 26 da uomini, ovvero il 58% circa del totale;
- 4 da uomini e donne, ossia il 9% circa.

Domanda n° 7: Quanti dipendenti conta la tua azienda/società?

(48/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
Tra 1 e 15	60,42%
Tra 16 e 50	12,50%
Tra 51 e 100	10,42%
Oltre 100	16,67%

Interessante il dato dimensionale, dal quale traspare che in oltre il 60% del totale corrisponde a micro o PMI, con meno di 15 addetti.

Solo il 26% circa presenta una situazione con oltre 50 dipendenti.

Domanda n° 8: A quanto ammonta la percentuale del personale di genere femminile?

(45/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
Tra 1 e 10%	0,00%
Tra 11 e 20%	2,08%
Tra 21 e 30%	8,33%
Tra 31 e 50%	8,33%
Tra 51 e 60%	14,58%
Tra 61 e 70%	10,42%
Tra 71 e 90%	33,33%
Oltre il 90%	22,92%
Altro/i genere/i	6,24%

L'81,25% delle aziende presenta una maggioranza di dipendenti di genere femminile.

Domanda n° 9: Quante sono le donne che rivestono ruoli apicali? (in CdA o Consiglio, Direzione Generale o Direzione di un'area...)

(47/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
Tra 1 e 33% (meno di un terzo)	39,58%
Tra 34 e 50% (tra un terzo e metà)	16,67%
Tra 51 e 66% (tra la metà e i due terzi)	12,50%
Oltre il 66%	31,25%

Nel 39,58% dei casi **non** viene raggiunta la soglia di un terzo inerente il genere meno rappresentato; mentre per il resto del campione sono state mappate presenze femminili tra 1/3 e il 100% o totale del personale apicale.

In maggiore dettaglio:

- per 16,67% del campione si riscontra una presenza femminile tra 1/ e la metà (tra 34 e 50% del totale);
- per il 12,5% del campione si riscontra la presenza femminile in cd tra metà e 2/3 (tra 51 e 66%);
- per il 31,25% del campione si riscontra una presenza femminile di oltre 2/3 (più del 66%).

Ciò a significare che nella gran parte delle aziende (oltre il 60%) la presenza femminile tra gli apicali è consistente, preponderante o quanto meno superiore alle soglie indicate dalla legge Golfo-Mosca.

A ciò va tuttavia aggiunto il concetto di delega e/o procura o mandato institorio, ossia l'aspetto più saliente relativo alla rappresentanza legale e all'esercizio dei poteri di spesa e decisionali in genere. Se da un lato ciascuna persona in Consiglio di Amministrazione può informarsi in merito alla gestione e annotare i propri suggerimenti o dissensi in verbale, è altrettanto saliente considerare che il potere giace in mano a chi detiene le deleghe e non anche negli amministratori/trici indipendenti o consiglieri/e privi di delega.

Questa domanda, infatti, va letta assieme alla n. 13, dalla quale traspare che, laddove vi siano uomini in azienda, questi per la gran parte siedono in CdA o - comunque- in posizioni apicali di vertice, quali una direzione generale (dotata ovviamente di potere decisionale di spesa e di gestione).

Il dato preliminare che illustra una folta presenza femminile tra gli apicali, infatti, va approfondito nel senso di cogliere chi di fatto esercita il potere effettivo; e nel verificare meglio se non ricadiamo ancora e anche in questo caso nel fenomeno del c.d. "glass ceiling" o soffitto di cristallo; immagine evocativa, che ci permette di visualizzare nella mente l'arrivo di persone di genere femminile a livelli sub apicali o anche apicali, bloccate tuttavia da una parete di cristallo, che fa intravedere il contesto, ma non permette di agire.

Domanda n° 10: Qual è il livello di istruzione delle donne che lavorano in azienda?

(48/48 risposte sono applicabili)

	1 - 33%	34 - 50%	51 - 66%	67 - 100%
dottorato	66,67%	22,22%	11,11%	0,00%
master II livello	57,14%	42,86%	0,00%	0,00%
master I livello	64,29%	28,57%	7,14%	0,00%
laurea magistrale	27,03%	21,62%	18,92%	32,43%
laurea triennale	36,00%	36,00%	16,00%	12,00%
diploma	39,29%	28,57%	14,29%	17,86%

Dalle risposte a questa domanda traspare l'alta scolarizzazione del personale di genere femminile.

Domanda n° 11: Qual è la loro età media?

(48/48 risposte sono applicabili)

	1 - 33%	34 - 50%	51 - 66%	67 - 100%
fino a 30 anni	75,86%	10,34%	0,00%	13,79%
da 31 a 40 anni	35,14%	35,14%	16,22%	13,51%
da 41 a 50 anni	32,35%	38,24%	20,59%	8,82%
Oltre i 50 anni	80,00%	6,67%	6,67%	6,67%

Dalle risposte a questa domanda traspare che la maggior parte del personale è di giovane e medio-giovane età.

Domanda n° 12: Sono previste politiche di welfare aziendale a supporto della vita familiare?

(40/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
No	45,83%
Si, supporto per anziani a casa	2,08%
Si, supporto per figli minori	22,92%
Si, supporto per spesa / commissioni	8,33%
Si, supporto per baby sitter	2,08%
Si, supporto assicurazione medica	33,33%
Si, supporto per acquisti medicinali/ prenotazioni mediche, ritiro referti	4,17%
Si, supporto per familiari disabili	6,25%

Ciò che sorprende rispetto a quanto solitamente si riscontra, riguarda la scarsità di politiche di welfare aziendale, nonostante la preponderante presenza femminile tra ruoli apicali. D'altronde anche la Legge Golfo-Mosca ci sollecita a garantire una equità di genere, ricercando di stabilire una parità di genere e di

preoccuparsi del genere meno rappresentato (che in questo contesto potrebbe appunto essere quello maschile, laddove non si ricada nel fenomeno del *glass ceiling* e nell'assenza di genere femminile tra le consigliere di amministrazione con delega). La parità sostanziale e non solo formale (nel senso della nostra Costituzione) inoltre, porta a garantire un livello minimo di innovazione necessario in ogni contesto e momento storico; specie in quello attuale, nel quale sono stati riscoperti molti valori che attengono alla gestione della propria vita personale e privata, fonte e carburante della vita lavorativa, nella quale si riesce a produrre il meglio di sé sulla base di un equilibrio che non può prescindere dalla vita privata e dalla conciliazione della medesima con quella lavorativa.

Al fine di calcolare correlazioni statistiche, la ricerca andrebbe peraltro maggiormente approfondita in relazione all'età delle apicali e alla loro condizione familiare, oltre che nell'indagare quali deleghe sono effettivamente esercitabili ed esercitate sostanzialmente. Così come andrebbe approfondita la condizione familiare del personale dipendente (riesce a costruire una famiglia o deve rinunciare? Riesce a gestire il proprio tempo fuori dall'azienda? Qual è il suo livello di benessere e il suo livello di stress lavoro correlato? Ecc.).

Ciò che traspare dalle risposte a questa domanda è comunque inequivocabilmente la necessità di maggiori investimenti, in primis culturali, relativamente alla conciliazione vita privata-lavoro e sugli strumenti di aiuto che possono essere proposti al personale dipendente, per garantire sia produttività sia fidelizzazione sia una serenità che possa generare creatività, ovvero l'anima del nostro lavoro.

D'altronde la metà delle aziende del campione non prevedono azioni o iniziative di welfare aziendale, nonostante la chiara presenza di donne sia tra apicali sia tra sottoposte. E tra le iniziative proposte, la maggior parte attiene ad assicurazioni mediche; segno che senza particolari sforzi il datore di lavoro colma parzialmente il bisogno di sicurezza e la necessità di esborsi extra, senza però preoccuparsi più di tanto dell'analisi dei bisogni e della gestione del tempo e dei rapporti familiari, che costituiscono spesso le difficoltà e le preoccupazioni preponderanti.

Domanda n° 13: In quali dipartimenti/processi operativi si concentra principalmente la presenza di uomini?

(40/48 risposte sono applicabili)

Opzioni di risposta	Valori
CdA, direzione, altri apicali	54,17%
Produzione eventi	22,92%
Digital	31,25%
Creatività	20,86%
Organizzazione	20,86%
Amministrazione, contabilità, bilancio	16,67%
Marketing	16,67%
Comunicazione	14,58%
Salute e sicurezza, RSPP HSE	8,33%
HR (Risorse umane)	10,42%
Acquisti, procurement	8,33%

Si rileva una spiccata presenza maschile nei ruoli apicali seguiti dal settore digital.

Conclusioni

Lo studio preliminare effettuato segnala la necessità di lavorare con più impegno e coerenza nella definizione di politiche di genere e nello sviluppo di percorsi di welfare aziendale, sebbene occorra anche un'indagine maggiormente approfondita.

L'analisi proposta è da intendersi infatti come una ricerca pilota; un primo tassello di un piano molto più ampio, che prevede di coinvolgere e di integrare all'interno dell'analisi un campione di aziende italiane più esteso e diversificato, per poi allargare i propri confini alla realtà estera.

Un altro obiettivo fondamentale per TGI che può generarsi sulla base di questi primi dati riguarda l'impegno a individuare, a proporre e ad iniziare ad attuare politiche di welfare aziendale a favore delle donne operanti nel settore Events & Live Industry, anche in modo da favorire un dibattito costruttivo sul tema, analizzando *best practice* e coinvolgendo eventualmente anche attori istituzionali, in grado di accelerare un processo di cambiamento quanto mai necessario e urgente.