



GENDER GAP: LE DIFFERENZE DA COLMARE

di MARIA MORO

IL “DIVE IN FESTIVAL” È STATA L'OCCASIONE PER UN CONFRONTO SUL DIVERSO PESO DI UOMINI E DONNE ALL'INTERNO DEL SETTORE ASSICURATIVO. PUR CON RISULTATI MIGLIORI RISPETTO AD ALTRI AMBITI PROFESSIONALI, LA DIFFERENZA DI GENERE È SIGNIFICATIVA NELLE COMPAGNIE, AMBIENTI A PREVALENZA FEMMINILE MA IN CUI SONO GLI UOMINI AD AVERE PIÙ SPAZIO E OPPORTUNITÀ

Se la diversità è ricchezza, colmare le differenze di genere sul luogo di lavoro è una forma di crescita e solidità. La terza edizione italiana del *Dive In Festival*, promosso in tutto il mondo dai **Lloyd's** di Londra, si è svolta il 25 e 26 settembre scorsi e ha messo al centro il tema del gap di genere in un settore da sempre prevalentemente maschile, ma in cui la professionalità femminile comincia a farsi strada in una misura superiore alla media complessiva dei settori produttivi. Per favorire questo passaggio, **Valore D**, associazione di imprese italiane attiva sui temi dell'equilibrio di genere e della cultura inclusiva, ha promosso l'*Inclusion Impact Index*, uno strumento diagnostico digitale finalizzato alla mappatura delle politiche di *diversity & inclusion* delle aziende. Lo strumento è stato ideato e sviluppato sulla spinta dell'obbligo previsto dal d.lgs. 254/2016 sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e sulla diversità, con l'obiettivo, spiega **Ulrike Sauerwald**, responsabile dell'ufficio studi di Valore D, "di monitorare e misurare l'efficacia



Ulrike Sauerwald, responsabile dell'ufficio studi di Valore D

delle politiche di diversità e inclusione in azienda per scoprire le aree di forza e di potenziale miglioramento, utilizzando anche la possibilità del confronto con imprese dello stesso settore o della stessa dimensione". Sono oltre 200 le aziende che hanno aderito a Valore D e possono accedere all'*Inclusion Impact Index*. Circa la metà di esse ha completato tutte le parti dell'analisi, fornendo un quadro complessivo della diversità di genere nel campione delle organizzazioni (certamente più sensibili al tema) che partecipano a Valore D. La presenza nel campione di quindici compagnie assicurative permette di avere una fotografia del *lato rosa* del settore assicurativo e degli aspetti che maggiormente indicano la differenza tra i generi: accesso alla carriera, reddito e congedi parentali.

LO SCOGLIO DEL GENDER PAY GAP

Il primo dato riguarda la composizione della popolazione aziendale per inquadramento: a fronte di una quota del 52% nel totale dei dipendenti, le donne sono il 60,8% degli impiegati (39,2% gli uomini), il 35,6% dei quadri direttivi (contro il 64,4%) e il 21,6% dei dirigenti (78,4% i maschi). Anche nei neoassunti dell'ultimo anno la presenza femminile è prevalente tra gli impiegati (53,5%), mentre è minoritaria tra i quadri (31,4%) ed è appena del 10% tra i dirigenti: il dato, secondo Sauerwald, "indica che in genere le donne assurgono ai ruoli più alti per carriera interna e non per meriti professionali acquisiti in altre imprese". L'evoluzione verso la parità di genere si muove lentamente ma comincia a vedersi un'incrinatura nel "soffitto di cristallo" del settore assicurativo.

A fronte dello spazio che le donne stanno (lentamente) conquistando ai piani più alti, rimane però per Sauerwald il tema della diversa retribuzione tra maschi e femmine a pari livello di inquadramento: "dalle evidenze dei dati raccolti, è fuori di dubbio che il cosiddetto *Gender pay gap* esiste e diventa più ampio durante il progredire della carriera". Secondo le dichiarazioni delle imprese, la retribuzione annua lorda (Ral) vede

una differenza che va dai 640 euro tra impiegati uomini e donne, ai 6.900 tra dirigenti dei due sessi, ma il divario aumenta guardando alla retribuzione totale annua (Rta), che va dai 3.350 euro a favore degli impiegati maschi sulle colleghe ai 28.500 dei dirigenti uomini sulle pari livello del gentil sesso.

PIÙ ATTENZIONE PER IL CONGEDO PARENTALE

Le aziende che hanno compilato l’Inclusion Impact Index confermano che le donne sono le principali utilizzatrici del congedo parentale. I dati generali raccolti dall’Index, dimostrano che utilizza il congedo parentale l’85,6% delle donne contro il 14,4% degli uomini. Questo divario nel mondo assicurativo è più elevato, con il 90,1% delle donne impiegate nel settore che utilizzano il congedo parentale contro il 9,9% degli uomini. Inoltre, nel mondo assicurativo è molto alta anche la percentuale dei rientri in azienda, con una quota del 90,7% delle dipendenti che riprende il suo posto di lavoro dopo il periodo di maternità, mentre la quota di rientri al lavoro nei risultati globali dell’Index è solo del 63,1%. “La percentuale più alta di donne utilizzatrici del congedo parentale nel settore assicurativo rispetto alla media delle aziende potrebbe essere collegata alla maggiore incidenza dell’alto numero di impiegate, ma anche a una cultura che vede il congedo parentale, ancora più che in altri settori, come una responsabilità femminile”, commenta Ulrike Sauerwald. “È positivo – aggiunge – il fatto che chi prende un congedo torna poi in azienda alla sua conclusione, evidentemente trovando condizioni di compatibilità tra vita privata e lavorativa”.

IL SETTORE CON LA MAGGIORE TUTELA

Anche rispetto al numero di giorni concessi si presentano alcune differenze tra i risultati generali delle aziende compilatrici e i risultati relativi al settore assicurativo: il dato complessivo indica che è di 199 il



numero massimo di giorni di congedo consentiti alle donne, contro i 47 concessi come massimo agli uomini; per contro nel settore assicurativo il numero massimo di giorni per le donne è di 221 mentre gli uomini scendono a un totale di 34 giorni. La situazione è simile anche per il numero minimo di giorni di congedo consentiti, che nei risultati generali raggiunge i 17 per le donne (sono otto per gli uomini), mentre nel settore assicurativo le donne hanno a disposizione un minimo di 27 giorni contro solo un giorno e mezzo concesso agli uomini. Oltre ai massimi e minimi previsti sulla carta, anche sui permessi effettivamente riconosciuti si nota ampia differenza tra il settore assicurativo e gli altri: infatti nel risultato complessivo dei settori sono in media 55 i giorni di congedo parentale goduti dalle donne (13 giorni per gli uomini), mentre tra le compagnie intervistate la media sale a 77 giorni per le donne e scende a 6,5 per gli uomini.

In conclusione, sintetizza Sauerwald, “i dati del mondo assicurativo rivelano che in questo ambito in Italia sono le donne che prendono il congedo parentale e per un tempo più lungo della media delle aziende, ma rientrano anche con un’altissima percentuale al posto di lavoro”. In questo senso, il settore penalizza maggiormente gli uomini, che in caso di necessità hanno minori giornate di congedo disponibili. 