

Dove aumentano le nascite

Alcune aziende assumono iniziative che valorizzano il ruolo di padri e madri. In queste realtà si assiste a un'impennata della natalità.

Chi riduce lavoro e famiglia

di Paola Centomo

La crisi demografica ha tante cause. E la soluzione non sta in una sola parola magica. Ma ci sono aiuti che funzionano. Li hanno proposti aziende capofila di un piccolo baby boom. E Regioni virtuose

Ci sono pezzi di Italia che sembrano pezzi di Svezia, pezzi di Danimarca e sì, anche di Francia, ovvero pezzi di Paesi europei fecondi, dove le coppie fanno bambini con la serenità e l'entusiasmo dell'Italia di decenni fa. Sono pezzi di Italia ottimisti e controcorrente, dove isolati baby boom stanno prendendo forma come gemme che fioriscono in ordine sparso, un po' a Bolzano e un po' a Padova, a Roma, a Milano così come in un piccolo borgo nel Piacentino. Succede laddove imprenditori o politici hanno compreso che se una coppia non fa figli o ne fa uno appena è perché, difficoltà economiche a parte, vive la famiglia in contrasto con il lavoro, quasi che l'una e l'altro debbano mutualmente cannibalizzarsi: è in questa lacerazione mai abbastanza indagata e curata che si smarrisce il desiderio di avere bambini.

Danone Company annuncia un tasso di natalità interno del 7,5 per cento, mentre l'Istat registra SEGUE

TRUNK ARCHIVE

069337

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Ifom

Pag. 41

SEGUITO che nel Paese, le nascite calano di anno in anno (-2 per cento anche nel 2018). La ricetta? Il contributo economico aziendale alla maternità facoltativa, che in Danone sale dal 30 al 60 per cento dello stipendio, 10 giorni di paternità retribuita per intero, un supporto economico per la crescita e la formazione dei figli. Poi, un programma che aiuta padri e madri a usare i tempi di gestazione e cura per migliorare la formazione professionale: del resto, in Danone Company il 40 per cento delle promozioni riguarda donne al rientro dalla maternità.

A Roma, a ConTe.it, brand assicurativo del Gruppo Admiral, raccontano che da loro l'indice di natalità ha continuato a crescere fino al record dell'11 per cento del 2017, probabile riflesso anche del ventaglio di progetti pro-genitori che hanno valso al gruppo il riconoscimento di Great Place to Work (Ottimo posto per lavorare) da parte dell'ente che pubblica ogni anno la classifica delle migliori aziende per "clima" lavorativo. A seconda delle aree, a ConTe.it c'è un percorso di reinserimento graduale al lavoro anche fino ai 10 anni del bambino, flessibilità sugli orari di lavoro e sui turni, congedi extra per i papà, laboratori sulla crescita dei figli. E si può lavorare anche dal pc di casa. «Gli strumenti aziendali che concorrono all'equilibrio tra sfera professionale e personale sono principalmente due: la tecnologia e le politiche di welfare» riassume Marco Motta, marketing manager di Great Place to Work Italia: secondo i loro dati il 53 per cento delle Migliori Aziende Italiane offre benefit per la cura dei bambini e il 74 la possibilità di lavorare da casa.

Segnali di una riscossa più generale si intravedono, se è vero che il Governo Conte bis ha debuttato annunciando una misura a sostegno della natalità e le aziende cominciano a lanciare progetti di profonda rottura, come il gruppo del lusso mondiale Kering, che da gennaio 2020 riconosce ai padri un congedo minimo di ben 14 settimane retribuite alla nascita o adozione di un figlio.

C'è il laboratorio a prova di mamma

Sventolano un boom di nascite anche alla Eurointerim, Agenzia per il Lavoro con sede a Padova che ha deciso di pagare quasi una mensilità annua in più ai dipendenti in "attesa", che si somma alla possibilità di lavorare da casa o di prendere ferie e permessi, in caso di imprevisti, mandando una email in ufficio.

E nuovi nati fioccano anche in Ifom, centro di ricerca oncologica a Milano, certo perché l'età dei ricercatori (al 60 per cento donne, di cui una su quattro straniera) è bassa, ma anche perché si beneficia dell'asilo aziendale, di tempi di lavoro decisi in autonomia e soprattutto di un laboratorio - esperienza unica in campo internazionale - progettato per le mamme in gravidanza e allattamento e dunque non pericoloso per la salute, in cui le ricercatrici possono continuare in sicurezza i loro studi. Ognuno di questi boom andrebbe indagato bene nelle sue pieghe e le statistiche d'azienda possono non avere valore scientifico, ma è vero che gli aspiranti genitori sembrano stimolati da condizioni aziendali precise a compiere quella scommessa a lungo termine che è fare un figlio.

L'azienda si mostra collaborativa

«In presenza di stipendi bassi o che crescono lentamente, gli aiuti economici aziendali sono percepiti dagli aspiranti genitori come cruciali», dice Elena Barazzetta, ricercatrice esperta in welfare aziendale, smart working e conciliazione vita-lavoro e autrice del saggio *Genitori al lavoro, il lavoro dei genitori* (Este Libri). «Sono un incentivo alla natalità anche i sostegni economici che non vincolano il lavoratore a usare i servizi con cui l'azienda è convenzionata, ma lo lasciano libero di scegliere quello – asilo nido o pediatra - ritenuto più opportuno. Sono un incoraggiamento anche gli spazi aperti apposta nei periodi estivi o nei periodi natalizi, così come le giornate indette per portare i figli in ufficio, che fanno sentire il lavoratore considerato per la sua persona complessiva, non solo come entità produttiva. Sono misure efficaci che diventano ancora più preziose perché lanciano il messaggio che l'azienda si fa ambiente collaborativo».

Punto cruciale: gli orari flessibili

Il momento in cui si comunica all'ufficio del personale la notizia della gravidanza è sempre critico: la preoccupazione affanna la futura madre e nelle aziende scattano gli irrigidimenti. «Noi puntiamo a rendere il più sereno possibile il passaggio, affinché non diventi rottura» racconta Luisa Quarta, coordinatrice del Gruppo Donne Manager di Manageritalia Lombardia, che ha portato in 54 realtà lombarde il progetto Un Fiocco in Azienda, concentrato di pratiche pro conciliazione. «Negli ultimi due anni, in queste aziende la natalità è cresciuta del 5 per cento e credo che due siano i fattori vincenti: il fatto che il progetto non richieda particolari costi economici e che crei apertura mentale oltre a un'atmosfera aziendale incoraggiante intorno ai neogenitori. Che ne facilita il rientro sul lavoro». Aggiunge Barazzetta: «Il fattore cruciale è la flessibilità dei tempi di lavoro, nell'ampiezza delle sue variabili, dall'eliminazione della timbratura in entrata, uscita e pausa pranzo fino al poter lavorare da casa».

Si torna sempre qui: se si costruiscono servizi e certezze professionali sul futuro, si torna a farli, i bambini. Vedi l'Alto Adige, in cui continua a crescere il numero medio di figli per donna (nella provincia di Bolzano è 1,7) mentre nel resto d'Italia diminuisce (siamo a 1,32).

Alessandro Rosina e Marcantonio Caltabiano, autorevolissimi docenti di demografia, spiegano sulla rivista online di informazione politica e sociale Lavoce.info che, in provincia di Bolzano, è la priorità messa sulle politiche famigliari a produrre percentuali più vicine a quelle scandinave che italiane. «La cultura della conciliazione tra lavoro e famiglia è consolidata nelle aziende come valore condiviso, comprese le piccole imprese, alle quali è fornito supporto qualificato per sperimentare soluzioni specifiche e innovative», scrivono. «L'offerta dei servizi per l'infanzia è diversificata, stimolando anche l'iniziativa privata, ma con garanzia di qualità certificata dal pubblico». Intanto, sulle colline piacentine, anche il paese di Bobbio festeggia il suo baby boom: è successo che un'azienda storica del posto, la Gamma, anziché emigrare alla ricerca di profitti più facili, abbia deciso di restare lì, per giunta garantendo l'asilo gratis ai dipendenti. Risultato: ora serve un asilo nuovo di zecca. iO

CREARE IL CLIMA GIUSTO
Coltivare in azienda un clima scevro da discriminazioni aiuta la scelta di fare figli. Per il Progetto Libellula di Zeta Service è stato premiato a Milano il primo network di 30 aziende – da Ied a Eataly, da Furla a Etro - che fa rete per sensibilizzare chi lavora per loro, 50mila persone, su violenza e stereotipi di genere. Gli interventi sono calibrati sulle singole realtà e spaziano dai seminari ai laboratori. Info: **progettolibellula.com** *L.B.*

069337

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.