

A GRANDI PASSI VERSO LA PARITÀ DI GENERE NELL'INDUSTRIA LIFE SCIENCE

Ecco le prime evidenze dell'indagine sulla presenza femminile nelle aziende del settore, promossa dall'Università Bicocca di Milano e Ca' Foscari di Venezia, in collaborazione con AboutPharma e [Gidp](#)-Associazione nazionale direttori personale

■ **Laura Benedan, Paolo Mariani, Laura Pagani, Mariangela Zenga** – Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie di Impresa, Università degli Studi di Milano Bicocca

■ **Cinzia Colapinto** – Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia

Metà dell'universo è donna, sale il numero delle manager nonché quello delle aziende con figure dedicate a diversity & inclusion. Flessibilità oraria e smart working sono le misure di welfare più gradite. Sensibilità e organizzazione rispetto al lavoro femminile crescono all'aumentare delle dimensioni aziendali. Sono solo alcuni dei dati emersi dalla prima indagine sulla presenza delle donne nell'industria life sciences promossa dalle Università Bicocca di Milano e Ca' Foscari di Venezia in collaborazione con AboutPharma e [Gidp](#)-Associazione nazionale direttori personale. Un questionario ad hoc è stato somministrato nei mesi scorsi alle aziende del settore proprio allo scopo di esaminare le loro politiche e pratiche riguardanti l'inclusione di genere. L'indagine ha definito l'universo di riferimento e la modalità di collezione del dato. Il questionario, strutturato, comprende circa trenta domande suddivise in tre sezioni.

LA STRUTTURA DEL QUESTIONARIO

La prima si concentra sulla composizione di genere nella prima linea manageriale di ciascuna azienda. I dati raccolti includono il numero totale di persone in posizioni manageriali, il numero di donne occupanti tali posizioni e la loro anzianità

di servizio. Inoltre, le aziende sono state invitate a fornire previsioni a breve termine riguardanti l'inclusione di figure femminili.

La seconda sezione approfondisce le politiche e le pratiche adottate per promuovere un maggiore coinvolgimento del genere femminile. Tali politiche possono includere quote minime da rispettare o politiche per garantire un bilanciamento di genere, strategie per coinvolgere attivamente le donne, politiche specifiche per promuovere la diversità e l'inclusione di genere, oltre a eventuali riconoscimenti o premi ricevuti dall'azienda per tali sforzi. Sono state anche discusse strategie per ulteriori miglioramenti in materia di diversità, sostenibilità e coinvolgimento dei dipendenti, insieme ai valori che guidano le azioni e le decisioni dell'azienda su questi temi.

La terza sezione si concentra sulla struttura organizzativa delle aziende partecipanti, inclusa la dimensione, il tipo di azienda, le relazioni con paesi esteri, la composizione del Consiglio di amministrazione (Cda) e la presenza di una figura dedicata alla diversità e all'inclusione. Ulteriori informazioni, come la ragione sociale dell'azienda, sono state richieste per completare il quadro complessivo della struttura aziendale.



L'ANALISI DEI DATI

La chiusura della survey nel mese di ottobre 2023 ha permesso di raccogliere i questiona-

“In media il 54% dei dipendenti delle aziende partecipanti è rappresentato da donne, tuttavia questa percentuale diminuisce salendo i livelli della piramide gerarchica ovvero quando si considera la prima linea manageriale e il consiglio di amministrazione”

ri compilati da un totale di 55 aziende, in linea con i tassi di risposta delle indagini online. Le risposte offrono un interessante quadro delle

tendenze attuali e degli sforzi intrapresi per promuovere l'uguaglianza di genere all'interno del settore.

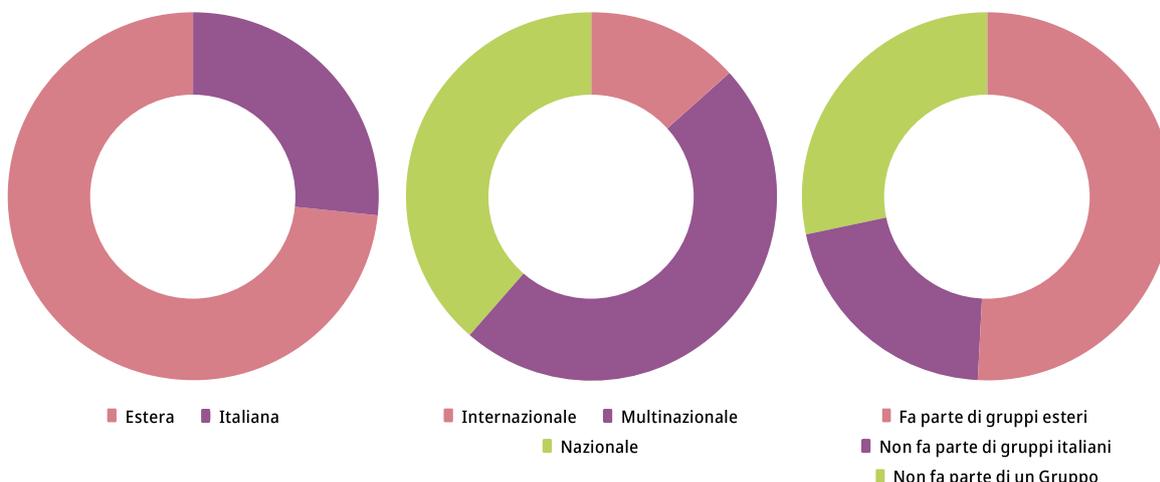
Le aziende si presentano eterogenee dal punto di vista dimensionale, con variazioni sia nel numero di dipendenti che nel fatturato. Presentano anche diversità dal punto di vista della ragione sociale, delle relazioni internazionali e delle attività economiche svolte. Dai dati collezionati, emerge che in media il 54% dei dipendenti delle aziende partecipanti è rappresentato da donne, tuttavia questa percentuale diminuisce salendo i livelli della piramide gerarchica ovvero quando si considera la prima linea manageriale e il consiglio di amministrazione.

QUASI UN TERZO DELLE AZIENDE HA FIGURE DEDICATE A DIVERSITY & INCLUSION

La centralità del tema viene confermata dal seguente dato: il 29% delle aziende ha dichiarato di avere una figura dedicata alla gestione della diversità e all'inclusione aziendale. Questa figura varia, a seconda dei casi, tra un HR manager, un Comitato per la Parità di Genere o un responsabile dedicato alla diversità e inclusione (D&I Lead). Gli obiettivi strategici includono esplicitamente la sostenibilità e la

BUSINESS E MERCATO

La Sua azienda è



Fonte: Prima indagine sulla parità di genere e l'inclusione nell'industria life science, Università di Milano Bicocca – Ca' Foscari, Venezia (2024)

promozione delle pari opportunità (entrambi indicati dal 92% delle aziende partecipanti). Il 23% delle aziende coinvolte afferma di aver ot-

“Gli obiettivi strategici includono esplicitamente la sostenibilità e la promozione delle pari opportunità (entrambi indicati dal 92% delle aziende partecipanti). Il 23% delle aziende coinvolte afferma di aver ottenuto, negli ultimi cinque anni, premi inerenti alla sostenibilità”

tenuto, negli ultimi cinque anni, premi inerenti alla sostenibilità.

AUMENTANO LE DONNE MANAGER

I dati evidenziano uno sviluppo positivo e verso una maggiore diversità. Rispetto al 2011, anno

in cui in Italia è entrata in vigore la Legge Golfo-Mosca, si è osservato un aumento del 15% nella presenza di donne nella prima linea manageriale delle aziende, passando dal 32% al 47%. Inoltre, il 19% delle imprese partecipanti prevede di inserire figure femminili nel management team aziendale nei prossimi due anni.

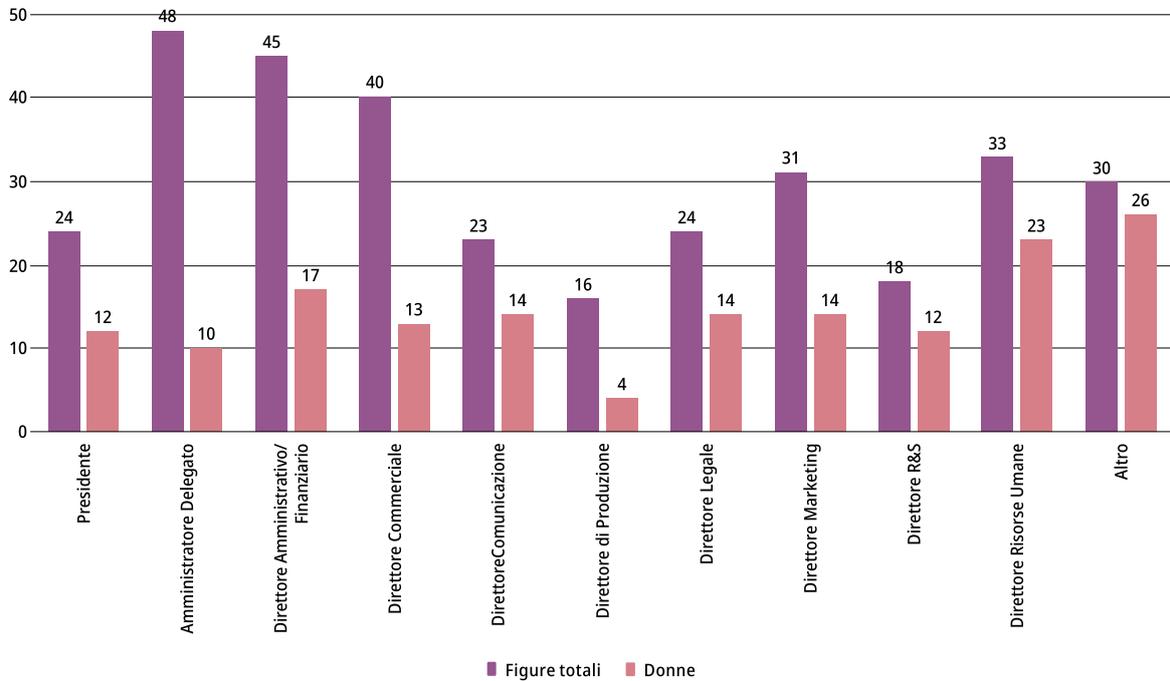
Va notato che solo il 20% delle aziende ha quote rosa da rispettare, di cui l'11% riguardanti l'organico aziendale e il 9% il management team.

REGNA LA FLESSIBILITÀ ORARIA

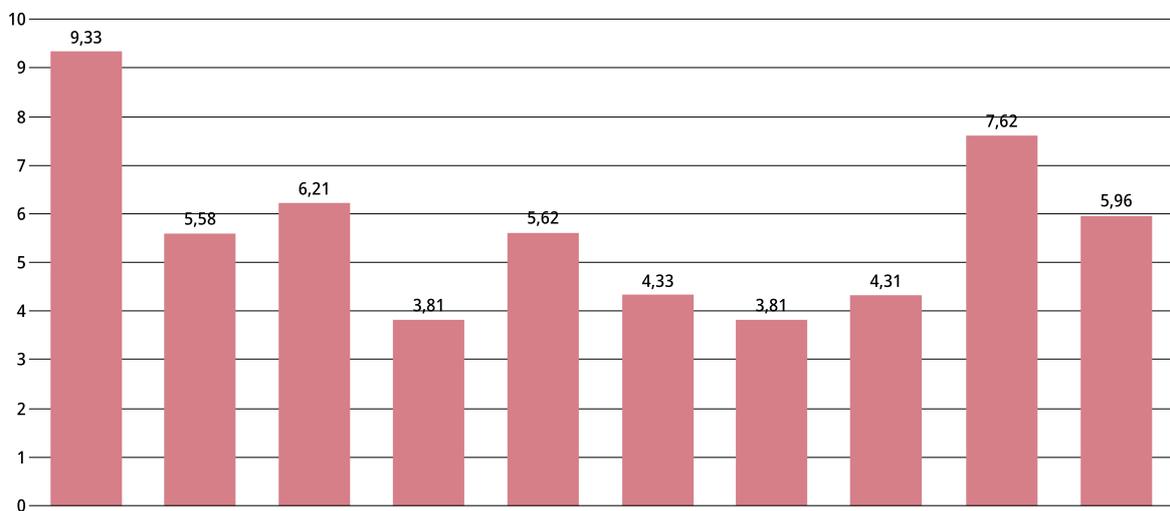
In merito alle specifiche politiche volte ad attrarre personale e agevolare la conciliazione tra lavoro e famiglia, l'88% delle aziende adotta tali politiche, con particolare attenzione rivolta agli orari flessibili (75% delle aziende), smart working (74% delle aziende, già implementato dal 49% prima dell'epidemia Covid-19) e al lavoro part-time (51% delle aziende). Per quanto riguarda le politiche a supporto della genitorialità, il 31% delle imprese estende i congedi di paternità superiori a quelli previsti dai contratti nazionali di lavoro (Ccnl), mentre il 16% implementa programmi di affiancamento durante il congedo di maternità e offre servizi di asili nido interni o convenzionati. Solo il 13% delle aziende offre programmi formativi specifici per le donne o fornisce la figura del consigliere di fiducia, un consulente legale incaricato di proteggere da ogni forma di discriminazione, in particolare per quanto concerne le molestie o il mobbing.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Quali delle seguenti figure sono presenti nella sua azienda?



Da quanti anni queste posizioni sono ricoperte da persone di genere femminile?



Fonte: Prima indagine sulla parità di genere e l'inclusione nell'industria life science, Università di Milano Bicocca – Ca' Foscari, Venezia (2024)

GLI SPAZI DI MIGLIORAMENTO

In relazione allo spazio di miglioramento all'interno dell'azienda, i risultati evidenziano che il 16% delle aziende coinvolte ritiene di aver già raggiunto un elevato livello di parità di genere e non necessitare quindi di ulteriori miglioramenti. Al contrario, l'11% delle aziende sta attivamente

lavorando per ottenere la certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere. Il 4% delle aziende ha l'intenzione di mantenere e implementare politiche volte a promuovere la parità di genere, e ritiene cruciale investire nella formazione su questo tema. Inoltre, emerge l'importanza di nuove assunzioni di genere fem-

BUSINESS E MERCATO

Con riferimento ai componenti della prima linea manageriale della Sua azienda potrebbe indicarci quanti sono i componenti totali e quante sono le componenti femminili? (dove per prima linea si intendono i soli riporti diretti dell'Amministratore Delegato e del Direttore Generale, livello solitamente chiamato N-1)

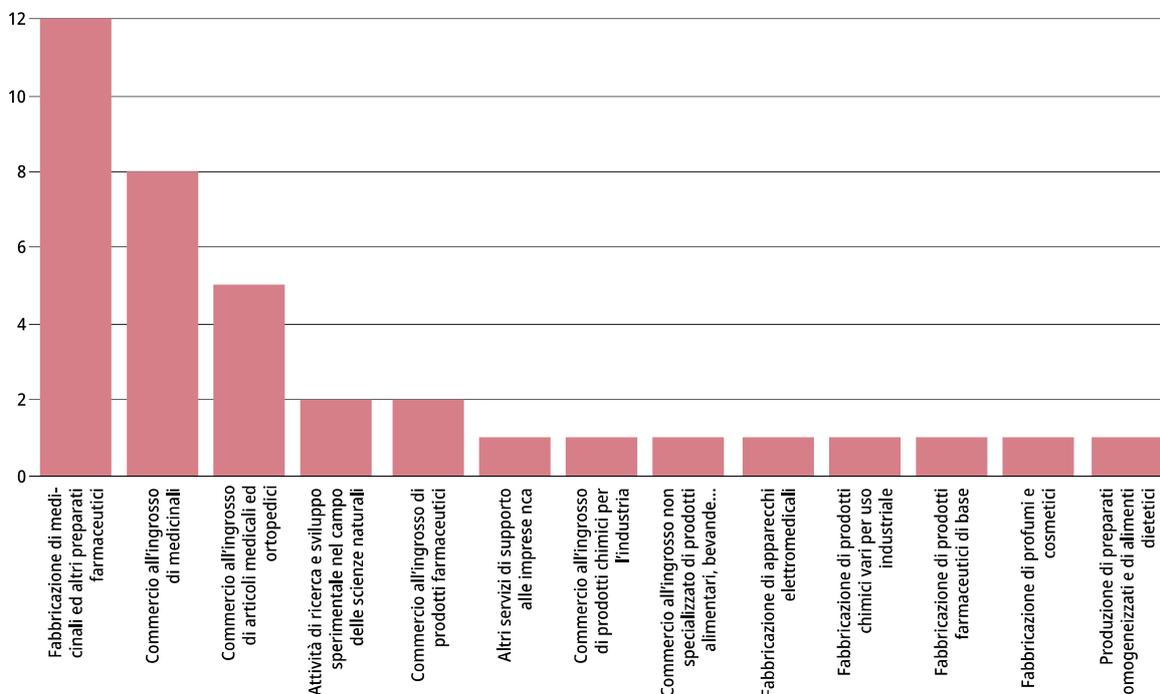


Fonte: Prima indagine sulla parità di genere e l'inclusione nell'industria life science, Università di Milano Bicocca – Ca' Foscari, Venezia (2024)

minile, l'offerta di più benefit e welfare alle donne, il perfezionamento nei CFR di tutte le diversità, l'implementazione di programmi specifici come quelli al rientro da maternità, l'assicurare una completa parità salariale, l'inserimento di giovani donne attraverso il programma Young Women Empowerment, la diffusione delle best

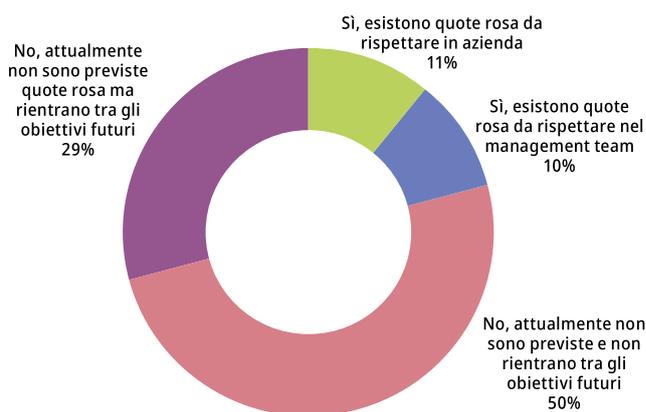
practices all'esterno, l'adozione di politiche per garantire un equo life balance, l'offerta di incentivi per i caregiver, la promozione di pari opportunità, l'aumento della presenza femminile in posizioni manageriali nel settore commerciale, il facilitare l'equilibrio tra lavoro e famiglia, il perseguimento dell'obiettivo di raggiungere il

Codice Ateco



Fonte: Prima indagine sulla parità di genere e l'inclusione nell'industria life science, Università di Milano Bicocca – Ca' Foscari, Venezia (2024)

Con riferimento a specifiche "policy" che implicano "quote rosa" minime da rispettare o politiche per assicurare il bilanciamento di genere, la Sua azienda ne prevede all'interno del management team o, più in generale, in tutta la compagine?



Fonte: Prima indagine sulla parità di genere e l'inclusione nell'industria life science, Università di Milano Bicocca – Ca' Foscari, Venezia (2024)

programmi dedicati allo sviluppo della managerialità femminile.

L'IMPORTANZA DELL'AUDIT

Quando si considera l'employee engagement, emerge che solo una piccola parte delle aziende mostra un atteggiamento positivo verso l'organizzazione di training e workshop a cura del management team o con ospiti esterni per migliorare la consapevolezza sull'uguaglianza di genere. Al contrario, è stato rilevato un atteggiamento positivo verso questionari e focus group che mirano a raccogliere feedback, opinioni e suggerimenti da parte dei dipendenti e, soprattutto, verso una policy trasparente sulla remunerazione che consideri l'uguaglianza di genere. Questi risultati evidenziano una forte attenzione verso la trasparenza nella politica retributiva e un impegno tangibile nell'ascolto delle opinioni dei dipendenti riguardo all'uguaglianza di genere. ■

Global Zero Pay Gap e il Gender Balance in Leadership Position, il coinvolgimento delle donne negli organi di vertice e l'implementazione di

Aziende/Istituzioni

Università Bicocca di Milano, Università Ca' Foscari di Venezia, Gidp-Associazione nazionale direttori personale