

## COMUNICATO STAMPA

**Doppia indagine di O.N.Da su 130 aziende e fra le 1400 collaboratrici di Bosch  
LA 'BUONA SALUTE' DELLE DONNE INIZIA AL LAVORO  
BENE LE AZIENDE ITALIANE, MA C'E' ANCORA DA FARE**  
*Donne attente e informate su alimentazione e contraccezione, meno alle campagne di  
prevenzione. Ma solo un quinto delle aziende ha realizzato iniziative al femminile.  
L'esempio di 'Bosch in Rosa' per aiutare le proprie collaboratrici*

Milano, 13 Aprile 2011 – La salute passa anche dal luogo di lavoro: lo rivela una doppia indagine su “L’industria delle donne” curata dall’Osservatorio Nazionale sulla salute della Donna e da Bosch con il sostegno di HR Community Academy, e presentata oggi a Milano, alla presenza dell’Assessore alla Salute del Comune, Giampaolo Landi di Chiavenna. Fra 130 aziende italiane, tutte di medio-grandi dimensioni, si è visto che il 68% si è impegnata nel 2010 a sensibilizzare, in generale, i propri dipendenti alla ‘cultura’ della salute con iniziative rivolte alla promozione di uno stile di vita sano (alimentazione, lotta a fumo, alcool e droga) e di attività fisica (convenzioni con palestre), campagne di screening e visite gratuite interne o fuori sede. Eppure, nonostante il personale femminile sfiori il 40%, alla salute delle donne è rivolta meno attenzione (18%) a fronte di una buona adesione delle donne (il 38%) alle iniziative in rosa delle aziende, specie quelle circoscritte al periodo della gravidanza e della maternità (orario flessibile, home-working, convenzioni con asili e baby-sitter) o legate alla prevenzione dei tumori femminili (visite ginecologiche). Più limitate e meno partecipate, nonostante siano rivolte a tutti i dipendenti, le campagne di prevenzione generiche, quali sportelli di ascolto (9%), vaccino antinfluenzale (5%), supporto ad attività antifumo (4%). Numeri certamente migliorabili. Per questo si è deciso anche di verificare cosa chiedono le donne che lavorano nelle aziende. Questo lo rivela la seconda ricerca, condotta tra le 1.400 collaboratrici Bosch sul territorio nazionale, da sempre impegnata in questo settore. L’esigenza principale è di approfondire tematiche quali i disturbi dell’umore (52%) e i tumori femminili (mammella, utero e ovaio: 67%). Da parte delle impiegate e delle donne più giovani (media 36 anni) e senza figli, emerge una particolare attenzione verso le malattie oncologiche, l’alimentazione e le problematiche ginecologiche (gravidanza, fertilità, contraccezione). Nelle operaie, nelle donne più mature e con figli l’interesse si sposta verso l’area osteo-articolare. A fronte di questi numeri preoccupa vedere che per il 2010 meno di 1 azienda su 5 ha realizzato iniziative al femminile e solo il 24% ne ha pianificate, in generale, per il 2011.

“Contribuire alla creazione di un corretto ‘concetto di salute’ anche negli ambienti di lavoro – spiega **Francesca Merzagora**, Presidente di O.N.Da – è un impegno al quale ci sentiamo molto vicine, proprio in relazione al duplice ruolo che la donna svolge all’interno della nostra società, divisa fra carriera e famiglia. Un obiettivo che diventa ancora più importante dopo i risultati di questa indagine: oltre a quelli già citati, preoccupa anche constatare che solo 1 donna su 4 si sottopone a regolari esami di screening, quali pap-test, ecografie ginecologiche, visite senologiche, sempre su consiglio del medico e non per autodeterminazione, o che l’87% delle fumatrici non abbia mai parlato con un medico per cercare di smettere di fumare, o ancora che solo 2 donne su 5 svolgano regolare attività fisica ma sotto le soglie consigliate. Occorre dunque aumentare fra le donne, anche

attraverso i luoghi di lavoro, la consapevolezza alla prevenzione e la promozione del benessere con campagne di informazione generiche e di screening, la creazione di sportelli di ascolto per alcune problematiche ancora oggi sottovalutate, come ad esempio i disturbi dell'umore, e l'incentivazione ad uno stile di vita più sano”.

“Negli ultimi tempi – dichiara **Gerhard Dambach**, Amministratore Delegato Robert Bosch S.p.A – c'è un tema che viene affrontato con molto interesse: i cambiamenti nel mondo del lavoro, con particolare attenzione a quello femminile. L'obiettivo dichiarato del Gruppo Bosch, infatti, è quello di aumentare, a livello internazionale, la quota di donne manager, passando dall'attuale 10% al 15% entro il 2012. Nel 2010, in Italia – continua Dambach – abbiamo avviato il progetto ‘Bosch in Rosa’ per sostenere le collaboratrici che lavorano sul territorio italiano (1.400 su circa 5.400 dipendenti) con una serie d'iniziative che possano contribuire al miglioramento della loro vita lavorativa e non solo. Nel nostro percorso, articolato in diverse attività, la partnership con O.N.Da ha rappresentato una tappa fondamentale. Questo si è concretizzato in una ricerca per identificare le esigenze delle nostre collaboratrici in termini di salute e prevenzione, nell'offerta di strumenti di informazione e nell'organizzazione di seminari con medici specialisti. Le iniziative – conclude Dambach – sono state molto apprezzate e confermano che stiamo andando nella giusta direzione”.

“L'industria delle donne – aggiunge **Marco Sampietro**, Professore alla SDA Bocconi di Milano – è una ricerca innovativa nel suo genere, che mette in luce aspetti che in realtà lavorative vengono spesso sottostimati perché difficili da quantificare. Se infatti è possibile cogliere tra i dipendenti malcontenti correlati allo svolgimento delle mansioni quotidiane, non lo è altrettanto quando il malessere dipende da problematiche riguardanti la salute, che possono avere ripercussioni anche sul contesto lavorativo. Non stupisce rilevare che fra le cause che più condizionano la promozione al concetto di salute tra le aziende vi sia il fattore tempo e l'aspetto economico. Infatti una azienda, specie se di piccole dimensioni, sarà più orientata a indirizzare il proprio budget verso situazioni e attività monetizzabili. Più favorevoli allo sviluppo di queste iniziative sono invece le grandi aziende dove per ragioni di competenze manageriali sviluppate, background internazionali, si punta su obiettivi di impatto sociale, come lo è la promozione della salute e del benessere”.

“Questa scelta – conferma **Giordano Fatali**, presidente di HRCommunity Academy – innesca un circolo virtuoso, sviluppa più business, e migliora il livello di competitività e il posizionamento sul mercato. Bosch ne è un esempio. Eppure alcune barriere ostacolano ancora questi investimenti (costi, tempo, difficoltà logistiche e organizzative) tanto che le aziende più sensibili sono considerate etiche o socialmente responsabili. Non rappresentano la norma, piuttosto l'eccezione. Persiste dunque un gap profondo tra ciò che un'azienda potrebbe fare e gli investimenti che vengono effettivamente messi a budget per la salute dei lavoratori. In particolare, l'attenzione rivolta al gender diversity è troppo spesso limitata alla gestione degli eventuali periodi di gravidanza e maternità, mentre andrebbe trattata a 360°. Se le aziende adottassero una prospettiva di lungo periodo, in grado di far emergere gli effetti positivi di una policy mirata alla cura del dipendente, e non considerassero certi tipi di iniziative una voce in più sotto i costi, si delineerebbe un binomio perfetto in grado di coniugare business ed etica”.

*Ufficio stampa ONDa  
CB-Com (Carlo Buffoli)  
Tel. 349.6355598*

*Ufficio stampa Bosch  
Chiara Braccelarghe  
Tel. 346.8809823*

*Ufficio stampa  
Assessorato alla Salute Comune di Milano  
Marisa De Moliner – Tel. 345.7669583*