

# STUDIO CONOSCITIVO

## *“L’industria delle donne”*

### Sintesi dei risultati di ricerca

Milano, 13 aprile 2011

#### SCENARIO E OBIETTIVI DELLA RICERCA

All’interno dei propri progetti di sensibilizzazione del mondo della cultura, della politica e del lavoro rispetto ai temi legati alla salute delle donne, O.N.Da. ha condotto in collaborazione con Bosch, l’indagine conoscitiva *“L’industria delle donne”*.

In una prima fase di ricerca l’obiettivo è stato quello di valutare *il livello di consapevolezza e di conoscenza che le dipendenti Bosch hanno in merito alle principali tematiche riguardanti la loro salute in termini di prevenzione e stile di vita, nonché di comprendere quali siano le loro esigenze conoscitive e i temi di maggiore interesse.*

In una seconda fase si è indagato *se e come le aziende in Italia si occupino e si preoccupino della prevenzione e del miglioramento della salute dei propri dipendenti ed in particolare se adottino un approccio di diversity management rispetto a questo tema.*

#### METODOLOGIA E CAMPIONE DELLA RICERCA

**In entrambe le fasi di ricerca è stata adottata una metodologia di ricerca quantitativa di tipo estensivo.**

- Per il raggiungimento degli obiettivi della *fase 1* è stato distribuito alle dipendenti Bosch un questionario auto-somministrato allegato alla busta paga. E’ stato intervistato un campione di **674 dipendenti donne** di diverse età, ma soprattutto appartenenti alla fascia dei 35-40 anni.
- Per la *seconda fase*, con la collaborazione di HRCommunity Academy, sono stati intervistati i responsabili o i collaboratori del dipartimento delle risorse umane di **130 aziende italiane**, dislocate su tutto il territorio nazionale con un numero minimo di 50 dipendenti

## **SINTESI DEI RISULTATI DELLA FASE 1: IL PUNTO DI VISTA DELLE DONNE**

La ricerca condotta presso le dipendenti Bosch ha restituito un quadro ben rappresentativo della popolazione femminile italiana, sia da un punto di vista complessivo, sia dall'analisi specifica dei due cluster socio-economici presenti nel "mondo Bosch" tanto quanto nell'universo femminile.

### **L'informazione**

Le donne intervistate hanno un livello di informazione differente rispetto ai diversi temi riguardanti la salute: si sentono ben informate sui temi vicini, che le riguardano direttamente/quotidianamente e sui quali si fa molta comunicazione, come ad esempio l'alimentazione e la contraccezione; si sentono invece poco informate su temi percepiti lontani/non rilevanti per sé o sui quali si fa scarsa informazione: menopausa, patologie cardio-vascolari e osteo-articolari, tra cui l'osteoporosi.

Ma le patologie su cui maggiormente le donne gradirebbero ricevere informazioni sono i **tumori** e l'**ansia/depressione**, temi verso cui nutrono un elevato interesse e rispetto ai quali si sentono poco informate.

### **Lo stile di vita: fumo e attività fisica**

Lo stile di vita delle donne intervistate è mediamente salutare:

in positivo 3 donne su 4 sono non fumatrici, ma poco più di una fumatrice su 3 ha parlato con un medico per smettere di fumare.

In negativo 3 donne su 5 non svolgono nessuna attività fisica e 1 donna su 4 la svolge per meno di due ore settimanali.

Quasi la totalità delle donne vorrebbe migliorare il proprio stile di vita avendo più tempo per il proprio benessere da dedicare principalmente all'attività fisica.

### **L'alimentazione**

L'alimentazione è uno dei temi di maggiore interesse per le donne, verso cui esse prestano grande attenzione.

Si sentono informate su questo tema, ma vorrebbero che ci fosse ancor più comunicazione e sensibilizzazione, in quanto l'alimentazione rappresenta il fondamento della salute e del benessere per oltre 3 donne su 5.

Data l'importanza di questo argomento, la maggior parte della donne (2 su 3) ne ha parlato con un medico, principalmente per problematiche legate alla dieta e al sovrappeso, secondariamente per problematiche specifiche, come le intolleranze alimentari o i disturbi gastro-intestinali.

## **I disturbi pregressi: disturbi dell'umore e disturbi vaginali**

I disturbi dell'umore e le infezioni vaginali sono due problematiche di grande impatto nella popolazione femminile:

- **9 donne su 10 hanno sofferto di almeno un disturbo dell'umore**, primi fra tutti di ansia e di sindrome pre-mestruale, ma anche di irritabilità/eccessiva tendenza al pianto e di insonnia.

Di fronte a queste problematiche le donne si rivolgono alla famiglia e alle amiche piuttosto che ad una figura medica (che, se c'è, generalmente è il medico di base).

- Oltre 6 donne su 10 hanno sofferto di almeno un disturbo/infezione vaginale. I più diffusi sono cistite e candida, seguiti da generici pruriti e bruciori ricorrenti.

Le donne che hanno avuto esperienza di queste problematiche mettono in atto molti comportamenti preventivi di natura igienica, come curare l'igiene intima, fare attenzione all'uso dei servizi igienici o di asciugamani, scegliere accuratamente il detergente.

## **I tumori**

Le donne **temono in particolare i tumori femminili**, in primis il tumore alla mammella, poi quello all'utero e quello all'ovaio, in quanto li percepiscono come più vicini a sé.

Metà delle donne effettua regolarmente, su consiglio del ginecologo o del medico di famiglia, esami di screening. Gli esami eseguiti sono prevalentemente il pap test, ma anche l'ecografia ginecologica e la palpazione del seno. Un dato preoccupante è che **1 donna su 4 dichiara di non avere mai eseguito un test di screening** per la diagnosi precoce dei tumori.

### **La menopausa**

La menopausa è vissuta come una fase della vita che comporta dei cambiamenti, a cui le donne ritengono ci si debba preparare.

Questo periodo della vita è temuto da buona parte delle donne più da un punto di vista psicologico – emotivo che da un punto di vista fisico. Su questo tema le donne si sentono scarsamente informate. La menopausa è un tema che non coinvolge direttamente il campione, data la giovane età delle intervistate (solo il 5% è in menopausa e il 6% in pre-menopausa).

### **La percezione della salute**

Da quanto emerso dalla ricerca, le donne pensano che la loro salute non sia condizionata in negativo da un fattore specifico isolabile dagli altri, ma è **l'assenza di tempo a disposizione da dedicare a se stesse, a causa di un insieme di impegni e di una vita stressante, ad impattare negativamente sul benessere e sulla salute delle donne.**

## **Le differenze fra impiegate ed operaie**

Sono molte le differenze tra impiegate e operaie.

Le prime sono più giovani (36 anni), senza figli, con un più elevato culturale; sono più interessate al tema dei tumori, dell'alimentazione e alle problematiche ginecologiche (gravidanza, fertilità, contraccezione).

Le seconde sono più mature (39 anni), hanno figli, si percepiscono più informate sulle tematiche riguardanti la salute. Mostrano maggiore interesse per le problematiche legate all'area osteo-articolare (dolori reumatici, osteoporosi, fratture). Hanno uno stile di vita meno salutare, infatti sono più fumatrici, svolgono meno attività fisica, si sottopongono meno frequentemente ad esami di screening.

## **SINTESI DEI RISULTATI DELLA FASE 2: *IL PUNTO DI VISTA DELLE AZIENDE***

La seconda fase di ricerca si propone di osservare tale realtà dal punto di vista delle aziende, per comprendere che ruolo esse abbiano e cosa effettivamente facciano per promuovere la salute e il benessere dei propri dipendenti.

Di grande interesse è osservare cosa accomuni e cosa allontani la prospettiva delle dipendenti da quella delle aziende.

### **Le iniziative organizzate dalle aziende per la salute dei propri dipendenti**

La ricerca condotta ha restituito un'immagine delle aziende italiane come attente alla promozione di iniziative per la salute dei propri dipendenti, uomini e donne, e per il loro benessere.

Infatti **2 aziende italiane su 3** dichiarano di aver sviluppato nell'ultimo anno almeno una iniziativa specifica per la promozione della salute dei loro dipendenti, oltre a quelle obbligatorie per legge.

Le iniziative organizzate sono sia 'teoriche', volte ad informare e formare i dipendenti su temi legati alla salute, sia 'concrete', di prevenzione e cura attiva della salute e del benessere.

Nell'attivazione in questa direzione esiste una forte differenza tra grandi e piccole aziende: come prevedibile sono le aziende più grandi (n.d.r. nella nostra analisi sopra i 500 dipendenti) a dimostrarsi più proattive in tutte le iniziative per la promozione della salute e del benessere dei dipendenti, infatti le aziende medio-piccole, seppure si dichiarino convinte che la salute e il benessere dei dipendenti ne influenzi la produttività lavorativa, sentono meno il senso di responsabilità rispetto a queste tematiche.

Tale percezione è indubbiamente condizionata dalle maggiori difficoltà pratiche che le realtà medio-piccole incontrano nell'attuazione di iniziative di questo genere, in particolare la mancanza di tempo da dedicarvi, oltre alla barriera economica che, soprattutto in questo periodo storico, viene riconosciuta come principale ostacolo da parte di tutte le aziende.

## Le iniziative formative ed informative

- **Di cosa trattano?**

Di fatto le tematiche affrontate rispecchiano i temi di interesse emersi nella prima fase di ricerca presso le dipendenti Bosch. Trattano infatti di **alimentazione sana, di sovrappeso ed obesità** (l'11% delle aziende ha organizzato iniziative di informazione su questo tema), di **problemi osteo-muscolari e posturali** (9%), di **fumo e di strategie per smettere di fumare** (9%). Oltre a queste molto trattato è anche il tema **dell'alcolismo e della droga** (8%).

- **Di cosa non trattano?**

Un tema di salute su cui si è poco investito verso cui invece è stato espresso forte interesse da parte delle dipendenti coinvolte nella prima fase di ricerca, è quello **dell'ansia e della depressione** (solo il 3% delle aziende intervistate ha organizzato iniziative di informazione su questo tema).

## Le iniziative 'concrete' di prevenzione e cura della salute

- **Di cosa trattano?**

La principale attività svolta, realizzata dal 25% delle aziende intervistate, consiste nell'offrire ai dipendenti **convenzioni con palestre** (solo il 5% delle aziende ha la palestra interna). Tale aspetto è di grande importanza, considerato che nella prima fase di ricerca, quasi la totalità delle dipendenti Bosch esprimeva la volontà di migliorare il proprio stile di vita dedicando più tempo all'attività fisica, svolta solo da una minoranza delle intervistate.

Altra iniziativa che risponde ad un gap presente presso le dipendenti è lo svolgimento di **campagne di screening** (13%), molto utili se si pensa al fatto che 1 donna su 4 dichiarava di non avere mai eseguito un test per la diagnosi precoce dei tumori.

Oltre a questo servizio molte aziende offrono **visite specialistiche** gratuite o convenzionate fuori sede (23%) o in sede (12%) ed iniziative di sostegno per i figli (16%), come visite convenzionate o convenzioni con asili nido.

### Le iniziative per le dipendenti donne

Per quanto riguarda le iniziative pensate e sviluppate specificatamente per le donne, **le aziende italiane si mostrano decisamente poco proattive**. Infatti **meno di 1 azienda su 5** (per lo più di grandi dimensioni) ha realizzato nel 2010 iniziative specifiche per le dipendenti donne.

- **Cosa c'è?**

Le iniziative realizzate per le donne sono essenzialmente quelle di **attenzione e sostegno alla gravidanza e alla maternità**, con iniziative che vanno dalla flessibilità dell'orario lavorativo e dall'home working alle convenzioni con asili o baby sitter.

Altro tema affrontato è quello dei **tumori femminili**, che dall'indagine precedente si rivelavano molto temuti poiché percepiti come vicini a sé e rispetto ai quali le donne si sentivano poco informate. A ciò si aggiunge la promozione di **visite ginecologiche**, anch'esse molto gradite alle dipendenti precedentemente intervistate.

Chi ha scelto di proporre questo tipo di iniziative lo ha fatto mosso dalla consapevolezza dell'importanza che queste particolari tematiche hanno per l'universo femminile.

- **Cosa manca?**

***Mancano innanzitutto le iniziative:***

L'assenza di proattività verso le dipendenti donne deriva da una scarsa sensibilità delle aziende al tema del diversity management nell'ambito specifico della salute: l'eventualità di sviluppare delle 'iniziative rosa' ci sembra non sia neppure presa in considerazione. Tale barriera viene amplificata in un periodo storico-economico che rende difficile sviluppare qualsiasi progetto che vada oltre a quanto sia strettamente indispensabile.

Manca dunque una cultura aziendale che si faccia promotrice di iniziative di promozione del benessere delle lavoratrici donne partendo magari proprio da ciò che più incide secondo le donne stesse sulla loro salute e sul loro benessere: **l'assenza di tempo a disposizione da dedicare a se stesse, a causa dell'eccessivo carico di impegni.**

Sono infatti del tutto sporadiche e principalmente circoscritte al periodo della gravidanza-maternità le iniziative che la ricerca ha rilevato in termini di servizi, di incontri di formazione o di qualsiasi altra modalità di supporto alle dipendenti donne volta a favorire una gestione meno faticosa del carico di impegni e una più serena gestione del proprio tempo.

Inoltre, in una cultura che non prende in considerazione la possibilità di rivolgersi specificatamente alle dipendenti donne con progetti pensati apposta per loro e che si rivolge indifferentemente ad entrambi i generi, non possono trovare spazio temi tipicamente femminili, come ad esempio quello dell'ansia e della depressione, per il quale le donne gradirebbero invece maggiore supporto.