

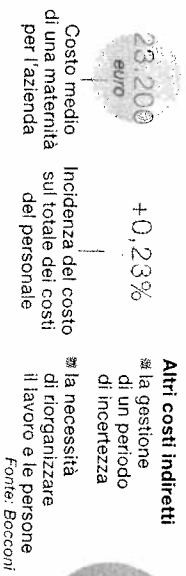
R2 L'INCHIESTA

Le donne che fanno figli non sono un costo per i datori di lavoro. Semmai sono una risorsa. Lo dice uno studio della Bocconi: una maternità "pesa" sui conti dell'impresa solo lo 0,23% in più. E al suo rientro la dipendente supera i colleghi per efficienza e produttività. A una condizione: che il sistema diventi più flessibile

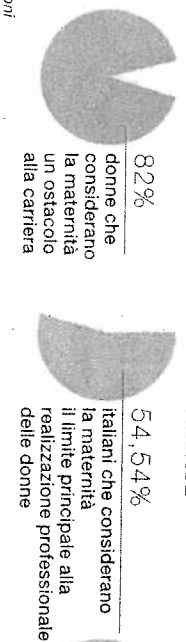
Perché le mamme fanno bene agli affari



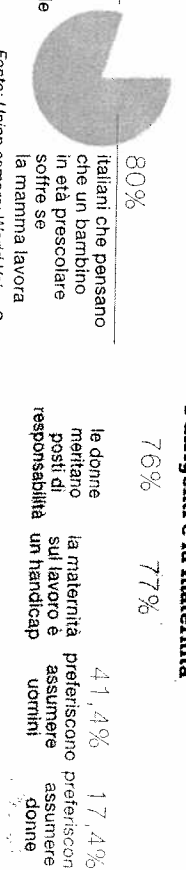
Maternità e lavoro Quanto costa una maternità alle aziende



La maternità come ostacolo alla carriera



I dirigenti e la maternità



Ciò che incide di più dal punto di vista economico è l'organizzazione di chi resta in ufficio

(segue dalla copertina)

CINZIA SASSO

«La maternità non è un costo, è un'opportunità», aggiunge Alessandra Casarico, professore di Scienza delle Finanze. «La maternità incide solo per lo 0,23 per cento sui costi del personale», conclude Chiara Paolino che insegna Gestione delle risorse. È una ricerca con un prestigioso marchio di fabbrica, la Bocconi, che si incarica di dimostrare quelli che definisce luoghi comuni e di rispondere in modo inaspettato alla domanda su quanto costi alle imprese la maternità: poco più di niente. Anzi, arriva ad aggiungere: la maternità per le aziende può essere un beneficio più ancora che un costo. La ricerca ha interrogato responsabili delle risorse umane, capi e madri lavoratrici ed ha concluso che bisogna fare i conti con tre inossidabili stereotipi, smentiti però dalla

che in Italia la legislazione sulla maternità sia tra le più protettive e generose. La seconda è che non è vero che più le donne lavorano meno fanno figli: anzi, sono i Paesi con la maggior partecipazione al mercato del lavoro a essere i più fecondi. Il terzo è che il costo "vero" della maternità è indiretto e molto contenuto. La conclusione, quindi, è che non bisogna aver paura delle donne: e che pratiche come la flessibilità, il part time, l'uso del pc da casa, il telelavoro, consentono di trarre solo i benefici dalla presenza di personale femminile e di sfruttare appieno le loro competenze.

Eppure nel mondo del lavoro il retro pensiero è sempre che la dannazione delle donne sia quella di diventare madri. E poco importa che la Banca d'Italia stimi che una crescita dell'occupazione femminile significhi un aumento del 7 per cento del Pil: né che istituti di ricerca come Catalyst o McKinsey affermino, dati alla mano, che il valore aggiunto delle donne — il loro stile di direzione,

stione delle relazioni, la prevenzione dei conflitti — porta le imprese ad avere risultati migliori. Perché poi, lì, al momento dell'assunzione, o quando si deve decidere una promozione, il dilemma è la futura maternità e tutto quello che comporta. Solo che "tutto quello che comporta" è una frase senza senso, uno stereotipo che va abbattuto. Simona Cuomo è la coordinatrice del gruppo che il 28 ottobre presenterà alla Bocconi il lavoro di ricerca portato a termine dall'Osservatorio del Diversity Management. «Bisogna — dice — sfatare il mito che aleggia intorno alla maternità. Un'idea pervicace ma che è frutto di una cultura arretrata e di pregiudizi. Il nostro studio dimostra che invece il problema non esiste, che l'incidenza della maternità sul costo complessivo del lavoro è bassissima».

Cuomo, che è anche madre di tre figli, racconta che la prima cosa curiosa è che in realtà le imprese non sanno quanto pesa la maternità sui costi complessivi: si sa quanto costano le ferie, le in-

aveva mai calcolato quanto costa una mamma.

Il luogo comune vuole che si pensi che la legislazione italiana è tra le più favorevoli alle donne, e dunque tra le più penalizzanti per le aziende. Peccato che non sia vero: in Paesi come la Danimarca è possibile restare a casa per sei mesi al cento per cento dello stipendio e in Norvegia i mesi retribuiti di assenza sono addirittura dieci. Dice Alessandra Casarico: «L'attenzione per la maternità va vista nel suo complesso, e quando si fanno i raffronti con gli altri Paesi si parte sempre da premesse sbagliate. In Spagna, ad esempio, o in Svezia, è previsto anche un congedo di paternità: anche quello è un costo che riguarda i figli, ma non viene addobbato per forza soltanto alla madre». Limitare i costi della maternità all'universo femminile riduce le possibilità di crescita del Paese: «Le donne hanno dei talenti che vanno sfruttati, devi- dere di tagliarle fuori dalle carriere perché fanno i figli significa ri-

Chiara Paolino ha quantifi- (per la prima volta) il costo c maternità: «Ed è — afferma — costo ridicolo. Una quota che risponde allo 0,23 per cento costi diretti e indiretti del pe nale. Quello che pesa è piuttosto dovuto alla gestione del certezza e alla riorganizzazione del lavoro di quelli che rimar no». Variabili, però, che noi hanno a che vedere con l'esibizione del lavoro. «La donna di denaro, quanto con l'organizzazione del lavoro. «La donna rientra torna come risorsa più ca, più efficiente, più produttiva. Se nelle aziende passasse questo pensiero positivo, porterebbe un arricchimento generale». non sia solo teoria, che trova una soluzione positiva al binomio maternità e lavoro non sia solo tema di responsabilità sociale anche di sviluppo delle imprese. Chiara Bisconti, responsabile delle risorse umane San Pellegri- Nestlé, anche madre di tre figli: «Noi — racco — abbiamo impostato una s-