



# OSSERVATORIO ALEDIS SULLA NATALITA'

*Dati, ostacoli e opportunità*

**1° REPORT**

# INTRODUZIONE

*La natalità rappresenta un indicatore essenziale della qualità delle condizioni economiche, sociali e lavorative del Paese e non vi è dubbio che in Italia, in tal senso, i segnali siano tutt'altro che positivi considerato che la demografia è in costante decrescita.*

*La denatalità rappresenta, quindi, un problema concreto ed oggettivo. I fattori che influenzano la scelta di fare figli sono numerosi e toccano molteplici aspetti di carattere sociale e non solo.*

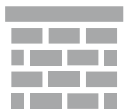
*E le politiche pubbliche e aziendali spesso non intercettano i bisogni reali delle donne e delle famiglie.*

*L'Osservatorio ALEDIS, in questo contesto, intende analizzare come merito, equità (anche salariale) e partecipazione femminile al lavoro risultino tra i fattori che influenzano la libertà di scelta delle donne e delle famiglie.*

*Il progetto intende produrre dati affidabili e insight utili a comprendere come cultura organizzativa, modelli di leadership, stabilità professionale, distribuzione dei carichi di cura e fiducia nelle istituzioni incidano sulla decisione di diventare genitori.*

***L'obiettivo è di offrire un contributo al dibattito pubblico, mettendo in luce le condizioni abilitanti che rendono la genitorialità una scelta possibile e sostenibile e fornire indicazioni concrete per imprese e istituzioni impegnate nella costruzione di un sistema più equo e orientato al futuro.***

# IL METODO



## Step 1: BARRIERE

*Individuazione delle motivazioni che influenzano la scelta di avere figli, con particolare attenzione a: barriere culturali e organizzative che penalizzano le donne in età fertile, modelli di lavoro basati sulla “presenza” che non si conciliano con l’assenza per maternità, carichi di cura e distribuzione delle responsabilità familiari, percezione di sicurezza economica e professionale, inclusa la paura di perdere il lavoro, differenziali retributivi che limitano l’accesso ai servizi educativi e di cura, qualità del lavoro, meritocrazia e opportunità di crescita.*



## Step 2: SURVEY

*Somministrazione di un questionario a donne e uomini, di qualsiasi età e livello professionale, per validare le barriere individuate. Il questionario include domande dirette e domande “trabocchetto” per misurare coerenza, bias impliciti e gap percettivi tra generi.*



## Step 3: ANALISI

*Elaborazione dei dati quantitativi e qualitativi per identificare le barriere più rilevanti, misurare differenze tra gruppi, settori e territori, individuare le condizioni abilitanti che rendono la genitorialità una scelta sostenibile, evidenziare scostamenti tra percezione maschile e femminile.*



POSITION  
PAPER

# POSITION PAPER

*Documento conclusivo che traduce l'intero percorso di ricerca in un contributo istituzionale chiaro, autorevole e orientato all'azione:*

- ✓ **Sintesi delle evidenze:** *presentazione dei risultati della survey e dell'analisi delle barriere, con evidenza delle correlazioni, differenze di genere, impatti sulla partecipazione femminile e sulla propensione alla genitorialità.*
- ✓ **Interpretazione culturale e organizzativa:** *collocazione dei dati all'interno della missione ALEDIS, per indicare come meritocrazia, qualità del lavoro, modelli di leadership e distribuzione dei carichi di cura influenzino la libertà di scelta delle donne.*
- ✓ **Individuazione delle condizioni abilitanti:** *individuazione degli elementi necessari affinché la genitorialità sia una scelta possibile: stabilità professionale, equità retributiva, modelli organizzativi non basati sulla presenza, servizi accessibili, responsabilità condivisa.*
- ✓ **Raccomandazioni operative:** *Proposta di linee guida concrete per imprese e istituzioni in tema di politiche di gestione del personale, criteri meritocratici, strumenti di flessibilità reale, misure di contrasto ai bias, interventi per ridurre i divari economici e favorire l'accesso ai servizi educativi.*

L'OSSERVATORIO RIPETERA' L'ANALISI CON CADENZA ANNUALE PER ANALIZZARE I TRAND DI CAMBIAMENTO ANCHE IN RELAZIONE ALLE RACCOMANDAZIONI ADOTTATE

## Canali istituzionali

- *Evento ALEDIS con stakeholder, imprese e istituzioni*
- *Invio mirato a decisori pubblici, associazioni di categoria, enti territoriali*

## Ecosistema digitale

- *Campagna social con infografiche, dati della survey e messaggi chiave*
- *Video brevi con insight e testimonianze*

## OSSERVATORIO PERMANENTE PER AGGIORNARE DATI E PROPOSTE

## Comunicazione

- *Pubblicazione sul sito ALEDIS e diffusione tramite newsletter*
- *Comunicato stampa, articoli e interventi su media*
- *Partecipazione a talk, conferenze e tavole rotonde sul tema natalità, lavoro, equità*

## Coinvolgimento imprese

- *Workshop dedicati per presentare risultati e raccomandazioni operative*
- *Attivazione di partnership per sperimentare modelli organizzativi abilitanti*

# PERCHE' DIVENTARE SPONSOR?

## **Coprogettazione e partecipazione attiva**

Protagonisti e non semplici sponsor!

*È una partnership culturale che consente all'azienda sponsor la possibilità di:*

- *Apportare competenze e visione, valorizzando le proprie politiche interne (DE&I, welfare, flessibilità)*
- *portare testimonianze, condividere best practice*
- *avere una visibilità qualificata in eventi, report e comunicazioni istituzionali*

## **Posizionamento valoriale forte e credibile**

Prendere posizione su un tema strategico!

*Le aziende sponsor, investendo su natalità, equità, merito e sostenibilità sociale, si distinguono come attori responsabili, moderni e capaci di leggere i bisogni reali delle persone.*

*I benefici che ne derivano sono:*

- *reputazione solida e non cosmetica*
- *rafforzamento della dimensione ESG (S – Social)*
- *riconoscimento da parte di stakeholder e istituzioni*

## **Impatto diretto sul benessere delle persone**

Impegno a rendere più sostenibile la vita!

*Il progetto interviene sulla fascia di età più presente nelle aziende e più esposta a carichi di cura e difficoltà di conciliazione. Individuare i fattori abilitanti ed implementarli consente:*

- *riduzione di stress, turnover e assenteismo*
- *maggiore engagement e produttività*
- *retention dei talenti, soprattutto femminili*

## **Employer branding autentico (non di facciata)**

Dimostrare impegno con i fatti e non con le parole!

*Le aziende che sostengono iniziative concrete sulla natalità dimostrano con i fatti – non con slogan – di comprendere le sfide reali delle persone. Questo genera un vantaggio competitivo:*

- *attrazione di profili qualificati*
- *rafforzamento della cultura interna*
- *coerenza tra valori dichiarati e azioni reali*

## PERCHE' ORA?

- ✓ *La denatalità non è una tendenza: è un'emergenza che impatta direttamente sul futuro del lavoro, sulla sostenibilità del welfare e sulla disponibilità di competenze nei prossimi 10–20 anni.*
- ✓ *Sostenere l'Osservatorio significa investire in un ecosistema che garantisce continuità produttiva, disponibilità di talenti e sostenibilità del lavoro nel medio-lungo periodo.*
- ✓ *Accedere in anteprima ai dati dell'Osservatorio, con insight utili per orientare politiche interne, strategie DE&I e piani di welfare, significa contribuire alla definizione delle raccomandazioni finali influenzando il dibattito nazionale.*

*Le condizioni che rendono possibile la genitorialità sono le stesse che rendono sostenibile il lavoro per tutti: flessibilità reale, equità, meritocrazia, servizi.*

***Investire ora significa migliorare l'intero sistema aziendale!***



*Unisciti al cambiamento, difendi il merito*

*scrivi a: [info@aledis.it](mailto:info@aledis.it)*

*[www.aledis.it](http://www.aledis.it)*

*ALEDIS - Associazione APS*

*CF: 93060520165*

*Viale Dante Alighieri 62 - Romano di Lombardia (BG)*