

Comunicato Stampa



Ambrosetti e Aviva Assicurazioni: più donne e giovani nel mercato del lavoro porterebbero all'Italia quasi €50 miliardi

Da un'anteprima del Global Attractiveness Index 2021, elaborata per Aviva Assicurazioni da Ambrosetti - The European House, l'Italia emerge come eccellenza nel campo della sostenibilità ambientale mentre arranca dal punto di vista della sostenibilità sociale: con una maggiore inclusione di giovani e donne nel mondo del lavoro i consumi salirebbero di quasi 50 miliardi di euro l'anno.

Milano, 14 luglio 2021 – Il tema della sostenibilità è sempre più centrale nel dibattito pubblico e si presenta come uno dei punti di attenzione principali non solo dell'economia, ma di tutta la società del futuro. Per l'Italia, la sostenibilità nella sua accezione più ampia è una medaglia a due facce: se **dal punto di vista ambientale il Paese risulta un'eccellenza globale**, è invece **molto indietro sul fronte della sostenibilità sociale**, che causa gravi danni, anche economici, al Paese.

Aviva Assicurazioni ha diffuso in anteprima dei dati della nuova edizione del GAI, studio realizzato da Ambrosetti - The European House che misura l'attrattività di un Paese attraverso una molteplicità di indicatori e che verrà presentato a settembre a Cernobbio. Secondo questa indagine, con una **maggiore inclusione di donne e giovani nel mondo del lavoro**, l'Italia vedrebbe crescere i suoi **consumi di 47 miliardi di euro ogni anno**. Nello specifico, con un tasso di occupazione femminile in linea con Francia, Germania e Spagna, i consumi del Paese crescerebbero di 36 miliardi di euro, per arrivare a 42 miliardi se le donne fossero anche pagate quanto gli uomini. A questi bisognerebbe aggiungere altri 5 miliardi di euro nel caso in cui i NEET (neither in employment nor in education or training) fossero inclusi nel mercato del lavoro.

La **pandemia ha ulteriormente aggravato una situazione che pesa sul nostro Paese da anni**: nel 2020, il numero di occupati nella popolazione femminile è sceso in maniera nettamente più drastica (-2.7%) rispetto a quella maschile, e il numero di inattivi è salito del +3.7%. Non va meglio per i giovani under 34, il cui numero di partecipanti alla forza lavoro del Paese è sceso di un ulteriore 8%.

La **posizione del Paese nelle classifiche del GAI sulla sostenibilità sociale è allarmante**. L'Italia è infatti al **31° posto per proporzione di seggi parlamentari occupati da donne**, preceduta, fra i vari, da Emirati Arabi, Messico e Sudafrica; la situazione peggiora se osserviamo la classifica della proporzione di **donne adulte con almeno un titolo di studio secondario**, dove scendiamo al **59° posto**, preceduti da Uzbekistan e Kazakistan. Ma il dato più allarmante resta la **partecipazione alla forza lavoro della popolazione femminile**, dove l'Italia occupa il **123° posto**, sui 144 analizzati dal GAI.

Anche le parole del Primo Ministro Mario Draghi sono state molto chiare in merito: la lotta al gender gap deve essere una priorità perché “immorale e ingiusta” oltre che miope. Il Premier ha poi aggiunto che l’Italia investirà oltre 7 miliardi per contrastare queste disuguaglianze. Ma, come per molti grandi problemi della società contemporanea, **l’intervento pubblico da solo non è sufficiente: è necessaria una stretta collaborazione con il settore privato, che in Italia rappresenta l’85% della forza lavoro totale con 21,6 milioni di impiegati.**

“Essere sostenibili, oggi, non significa solo rispettare l’ambiente. Si affermano sempre di più i concetti di sostenibilità sociale e inclusione, quali fattori determinanti per raggiungere il successo e gli obiettivi economici. – commenta Arianna Destro, Chief Customer Officer e membro del Management Committee di Aviva Assicurazioni – Per risolvere il problema della scarsa sostenibilità sociale è fondamentale rafforzare la collaborazione fra pubblico e privato. Creare una maggiore inclusione nel mondo del lavoro e adottare politiche che supportino le donne, i giovani e le famiglie sono condizioni necessarie per rendere il Paese più attrattivo nel suo complesso e allo stesso tempo permettere alle aziende di rimanere competitive sul mercato globale. Noi di Aviva siamo fermamente convinti che mettere in campo politiche e iniziative di questo tipo sia strategico per ogni azienda, sia con l’obiettivo di motivare maggiormente i collaboratori, migliorando la loro soddisfazione complessiva, sia per rendere ogni business solido e resiliente.”

Aviva assicurazioni è da sempre molto attenta alle politiche di welfare e ha numerosi progetti attivi come il congedo parentale di 11 mesi per entrambi i genitori e la partnership con Jointly per supportare concretamente i colleghi che nella vita privata sono chiamati ad assumere anche il ruolo di caregiver. Inoltre, attraverso gruppi di lavoro interni, le Aviva Communities, i collaboratori sono coinvolti attivamente nella realizzazione di progetti di welfare, diversity&inclusion e gender balance che non solo permettono alle persone di essere più motivate e soddisfatte al lavoro ma producono anche effetti positivi a cascata su tutto l’ambiente sociale circostante.

NOTE PER I REDATTORI

Chi è Aviva

Aviva è un’azienda leader a livello internazionale nel settore delle assicurazioni, del risparmio e della previdenza. Da oltre 320 anni Aviva si prende cura delle persone, in linea con la mission di essere al fianco dei clienti oggi, per un domani migliore.

Seguici su Twitter: <https://twitter.com/AvivaIT>

Seguici su LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/aviva-plc/>

Seguici su Facebook: <https://it-it.facebook.com/AvivaIT/>

Contatti ufficio stampa

Community Group

Giovanni Fabbri

Tel. 346 325 5638

Mail: giovanni.fabbri@communitygroup.it

Edoardo Pastorino

Tel. 337 124 8485

Mail: edoardo.pastorino@communitygroup.it