

# MakeUp

T E C H N O L O G Y

ISSN 2611-7657 Semestrale (1,2023). Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LO/MI



*Green*  
IS THE NEW  
**BLACK**

# Occupazione femminile in Italia nelle industrie beauty

Si può facilmente evincere dal Bilancio che la crisi della pandemia ha ulteriormente incrementato le differenze tra uomo e donna, svantaggiando ancora una volta le donne.

di S. LOVAGNINI

CEO Job On Beauty, società di ricerca e selezione di personale qualificato Beauty & Healthcare  
[silvia.lovagnini@jobonbeauty.com](mailto:silvia.lovagnini@jobonbeauty.com)

## L'occupazione femminile dopo la pandemia

Per fornire un quadro della situazione occupazionale delle donne in Italia si è partiti dal Bilancio ufficiale 2021 che analizza la situazione lavorativa in termini di parità di genere uomo/donna, curato dal Dipartimento della ragioneria generale dello Stato.

Secondo i dati raccolti, l'occupazione femminile in Italia nel 2021 è pari al 49%. Non si vedeva una percentuale così bassa dal 2013.

Purtroppo, anche la situazione italiana rispetto alla media europea non è incoraggiante: l'Italia ha un tasso di occupazione femminile più basso di 14 punti percentuali rispetto alla media europea del 63,4%, un numero dal quale l'Italia è ancora lontana.

Per fortuna, nel biennio 2021/2022 l'ISTAT ha presentato un quadro più incoraggiante, rilevando a marzo 2022 un tasso di assunzione in crescita di +85 mila donne, pari a più di 400 mila rispetto allo stesso mese nel 2020: un dato che fa ben sperare in una ripresa nei prossimi mesi/anni.

I dati recenti riportano un tasso di occupazione del 35% tra le donne giovani – range di età compreso tra 25-35 anni – mentre cresce la percentuale delle cosiddette “neet”, ovvero donne che non studiano, non lavorano e non si specializzano, portandosi al 29%, percentuale che in Europa scende al 18%. Il Bilancio 2021 conferma anche una decrescita delle imprese femminili rispetto all'anno precedente evidenziando un brusco calo di 4 mila unità sul 21% totale di imprese create e gestite da donne nell'anno 2020.

Le attività guidate da donne sono rappresentate da start-up o società di piccole dimensioni, localizzate in larga parte nel sud e con a capo giovani. Per quanto riguarda le società quotate, invece, solo un 38% delle donne fa parte dei consigli di amministrazione.

I motivi di questo gap potrebbero essere collegati a una serie di aspetti tra cui:

- barriere culturali;
- mancanza di investimenti dedicati alla formazione;
- poco supporto da parte delle aziende nei confronti della famiglia (congedo maternità, permessi).

## Prospettive per migliorare la situazione

La differenza tra uomo e donna sul lavoro è un dato di fatto e la pandemia ha contribuito a far crollare la partecipazione delle donne al mercato del lavoro un po' in tutto il mondo e in tutti i settori.

Questo calo può essere causato da diversi motivi, tra i principali:

- una maggiore presenza di lavoratrici donne nei settori della ristorazione e turistico, dove la pandemia ha colpito in modo più duro;
- problemi legati alla gestione della casa e della famiglia, resa ancora più difficile dalla situazione di lockdown e dei figli in DAD durante la pandemia. Questo ha comportato la perdita del posto di lavoro per un numero molto elevato di lavoratrici;
- minor partecipazione e presenza di donne ai corsi di laurea e specializzazioni nelle materie scientifiche (Science, Technology, Engineering e Mathematics), che sono alla base della maggior parte di lavori presenti e futuri.

Nel frattempo, i primi piccoli passi nel nostro Paese volti a colmare il gap tra i sessi sono stati possibili grazie all'approvazione della legge sulla parità salariale, seguita dall'aumento del congedo di paternità.

Il PNRR, che dovrebbe investire circa 38,5 miliardi di euro per ridurre la differenza uomo/donna, calcola che entro il 2023 l'occupazio-

zione femminile dovrebbe crescere di circa 7 punti percentuali; secondo le stime fornite dalla Banca d'Italia, il PIL del Paese aumenterebbe con l'assunzione delle donne, che dovrebbe idealmente essere intorno al 60%. Per ora, comunque, siamo ben lontani dal raggiungere il tasso di occupazione maschile, fisso sul 72,6%.

## Che cosa possono fare le aziende

Le aziende rivestono un ruolo chiave nella promozione di questi obiettivi e possono iniziare a colmare le differenze occupazionali in prima linea, partendo dalla ricerca di personale.

Saper gestire la selezione senza cadere negli stereotipi tra uomo e donna, o limitandosi a una conoscenza superficiale dei candidati è il primo passo verso l'eliminazione di una qualsiasi forma di discriminazione tra i sessi.

Nello specifico, un'azienda potrebbe attuare alcune soluzioni rivolte a una maggiore inclusività, quali:

- dare la giusta importanza ad aspetti fondamentali come il welfare aziendale, concedere lo smartworking o per aziende più strutturate creare asili in sede per aiutare i propri collaboratori con la gestione dei figli;
- puntare sul coaching, aumentando i programmi dedicati allo sviluppo del talento e rivolti alla valorizzazione della genitorialità;
- creare un contesto inclusivo a partire dalla selezione del personale, spingendo sullo sviluppo del singolo e della sua unicità;
- sensibilizzare in merito agli stereotipi uomo/donna, per assicurarsi di non subire nessun tipo di influenza esterna quando si tratta di processi decisionali con protagonisti i lavoratori.

## Lo studio di Job On Beauty

Job On Beauty ha effettuato un'analisi sulle caratteristiche dei lavoratori che operano nella filiera beauty.

Grazie a una community composta da professionisti del settore cosmetico e healthcare, JobOnBeauty rappresenta un punto di osservazione privilegiato dell'industria cosmetica italiana.

In particolare è stato analizzato un campione di circa 6000 professionisti tenendo conto di età, istruzione, appartenenza geografica e censuaria.

Il quadro che emerge è quello di un settore con un'alta preparazione accademica, dove quasi la metà delle specializzazioni è tipo tecnico-scientifico; lo studio mette inoltre in evidenza che quasi il 60% dei professionisti del mondo healthcare & beauty è donna.

Quest'ultimo dato più degli altri va in netto contrasto con la media italiana, e ci suggerisce come la situazione attuale vede in realtà ampi margini di miglioramento, a patto che si intervenga in modo concreto.