



QUADERNI ASK – 3/2010

Le donne e l'informazione nell'economia della famiglia

Mario Campana

Premessa

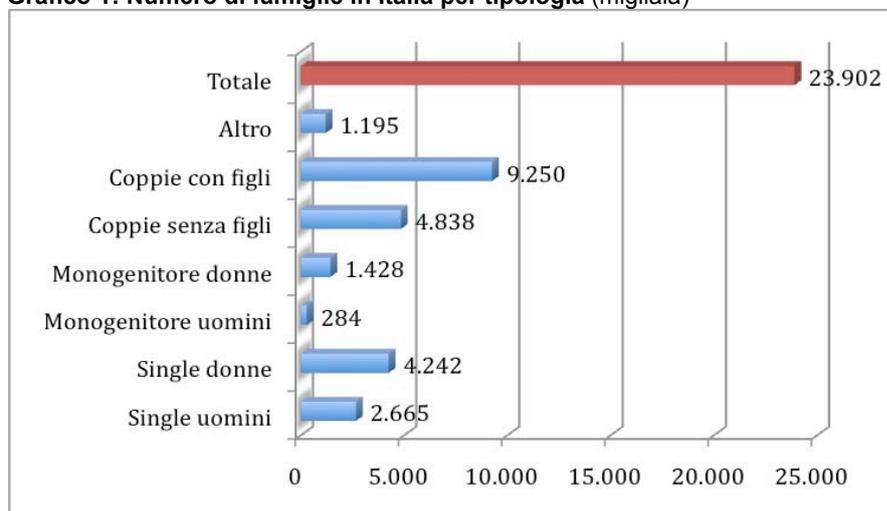
Questo quaderno intende dimostrare la rilevanza delle donne (e in particolare delle mamme) come attore economico all'interno delle famiglie e della società nel loro rapporto con l'informazione e di conseguenza l'importanza di prestare attenzione alle donne nei modi di trasferimento delle informazioni per le conseguenze sociali ed economiche sulla società. L'articolo suggerisce alle imprese che offrono prodotti e servizi alle famiglie, alle aziende delle filiere dell'informazione e della comunicazione e alle istituzioni che le donne rappresentano un interlocutore strategico ancora non pienamente riconosciuto e apprezzato, con il quale è possibile invece costruire una relazione di fiducia a partire da un efficace scambio informativo.

1. Le donne e le mamme in Italia

Secondo dati ISTAT (al 1 Gennaio 2009)¹ le donne in Italia con un'età superiore ai 18 anni sono circa 26 milioni, contro 24 milioni di uomini. All'interno della popolazione femminile, per gli obiettivi conoscitivi di questo lavoro, appare utile concentrarsi sulla popolazione delle mamme.

Secondo il rapporto 'State of the World Mothers 2010' di Save the Children, l'Italia è al diciassettesimo posto nel ranking degli stati sviluppati come luogo migliore per la maternità.

Grafico 1: Numero di famiglie in Italia per tipologia (migliaia)



FONTE: Elaborazioni dati ISTAT, Forze di lavoro – media 2008

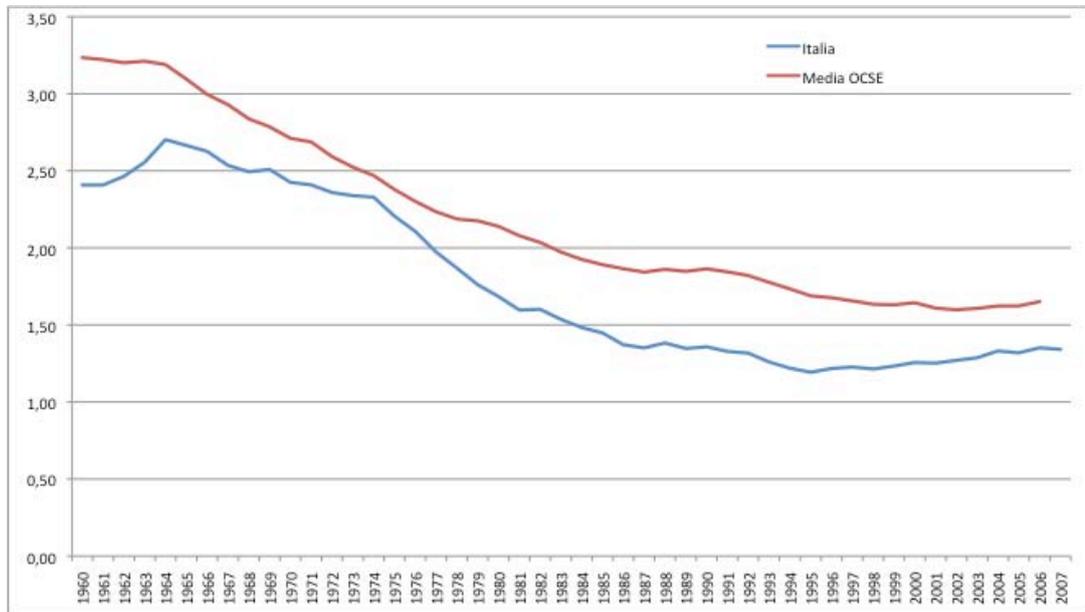
Delle 23,9 milioni di famiglie rilevate dall'ISTAT (media 2008), circa 11 milioni hanno figli (Grafico 1).

I dati OCSE (Grafico 2) mostrano un decremento storico del numero medio di figli in Italia per famiglia; negli anni del miracolo economico la media di figli per mamma era 2,5, nel 2007 invece la media si aggira attorno 1,3 figli per mamma; la natalità in Italia è inferiore di circa mezzo punto rispetto alla media OCSE.

¹ Fonte: <http://demo.istat.it/>, dati al 1 Gennaio 2009 sulla popolazione residente in Italia



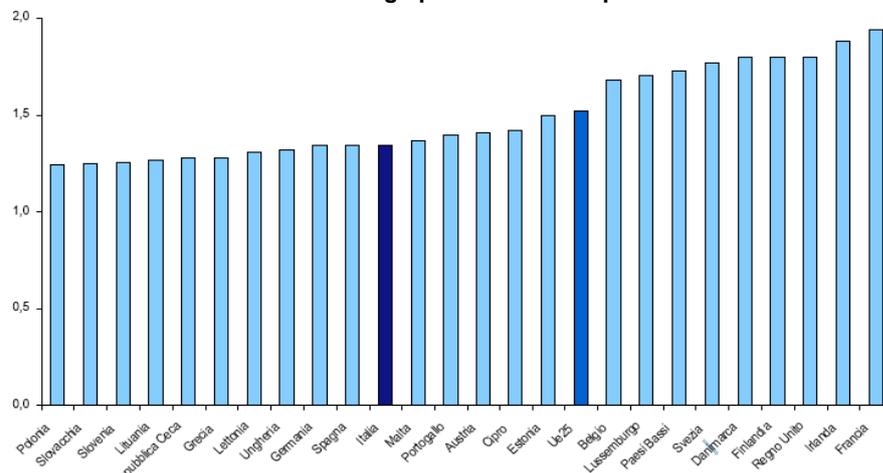
Grafico 2: Andamento dei numeri di figli per mamma in Italia e nei paesi OCSE dal 1960 al 2007



Fonte: Rielaborazione dati OCSE 2007 – Society at a glance 2009

Considerando il contesto internazionale (Grafico 3), la media italiana si conferma essere vicina alla media europea (1,5 circa), discostandosi però significativamente dal numero di figli per donna dei paesi del Nord Europa, Francia, Regno Unito e Irlanda (tra 1,7 e 2).

Grafico 3: Numero medio di figli per mamme nei paesi UE

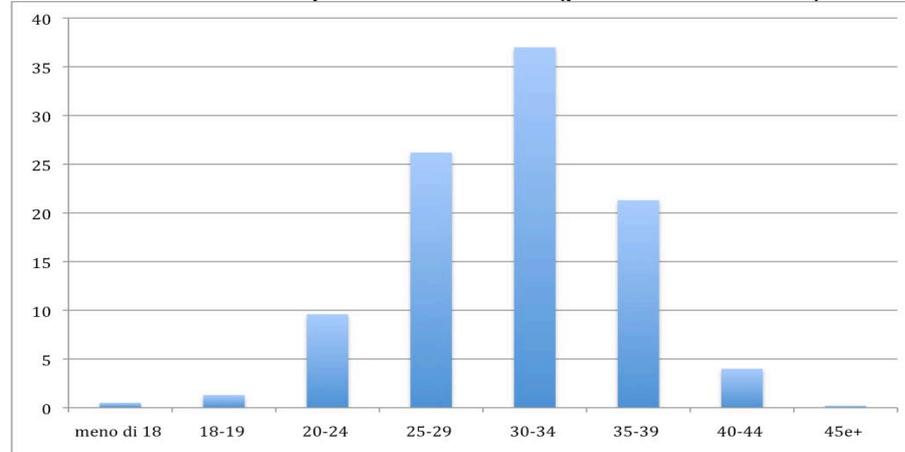


Fonte, Eurostat, Population in Europe 2005: first results, 2006

In questo articolo non siamo interessati a valutare le numerose e ben note cause di contesto che spiegano la bassa natalità italiana, ma quanto concentrarsi sulle caratteristiche delle famiglie e delle mamme in particolare. Un primo motivo per cui in Italia nascono meno bambini è riconducibile al fatto che le mamme italiane hanno il primo figlio sempre più tardi. Secondo il rapporto ISTAT 2004 l'età media di maternità è tra i 30 e i 34 anni e in generale circa il 74,5% della popolazione diventa mamma tra i 25 e i 39 anni (Grafico 4).



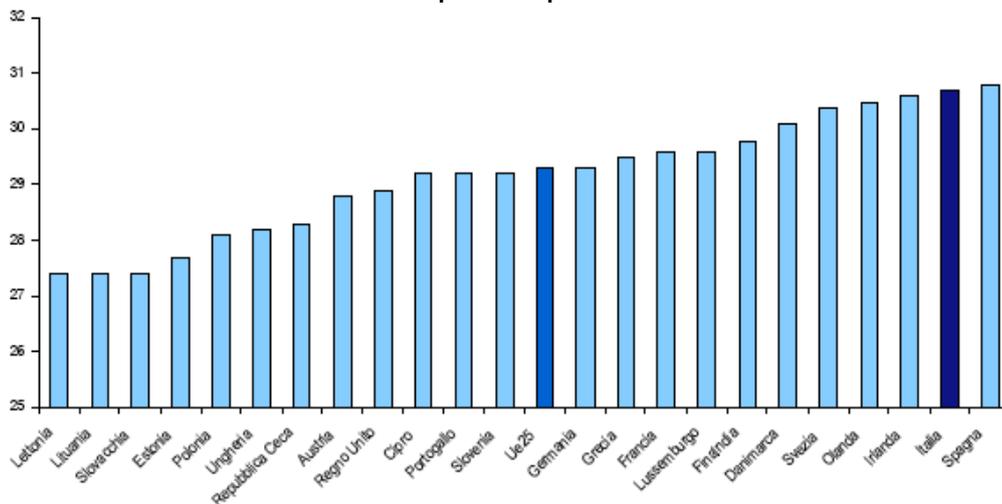
Grafico 4: Nascite in Italia per età della mamma (percentuale sul totale)



Fonte: Elaborazione dati ISTAT, 14° censimento Generale della popolazione 2001

Non c'è sostanziale differenza tra le percentuali di mamme nelle diverse regioni; tutte mostrano una maggiore distribuzione di frequenza nella fascia d'età 30-34, in particolare sono presenti in questo segmento il 40,5% delle mamme del Friuli Venezia Giulia. La percentuale maggiore di mamme giovani invece appartiene alla Sicilia, in cui circa il 14,2% delle donne ha il primo figlio tra i 20 e i 24 anni; le percentuale di mamme più attempate invece è della Liguria, dove circa il 31% delle mamme ha un figlio tra i 35 e 44 anni.

Grafico 5: Età media delle madri al parto nei paesi UE nel 2004

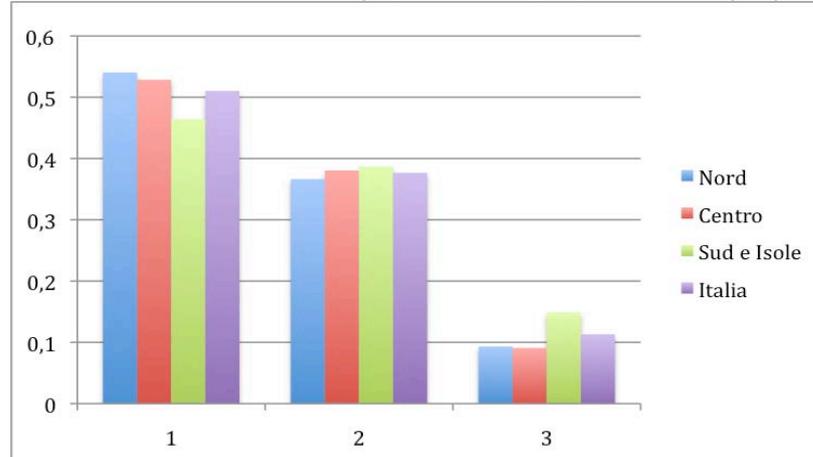


Fonte: Eurostat, Population Statistics, 2006

L'età media delle mamme italiane è superiore a quella europea. A fronte di una media UE 25 di 29 anni, la donna italiana diventa mamma in genere all'età di 31 anni (Grafico 5).



Grafico 6: Numero medio di figli per mamme per provenienza geografica

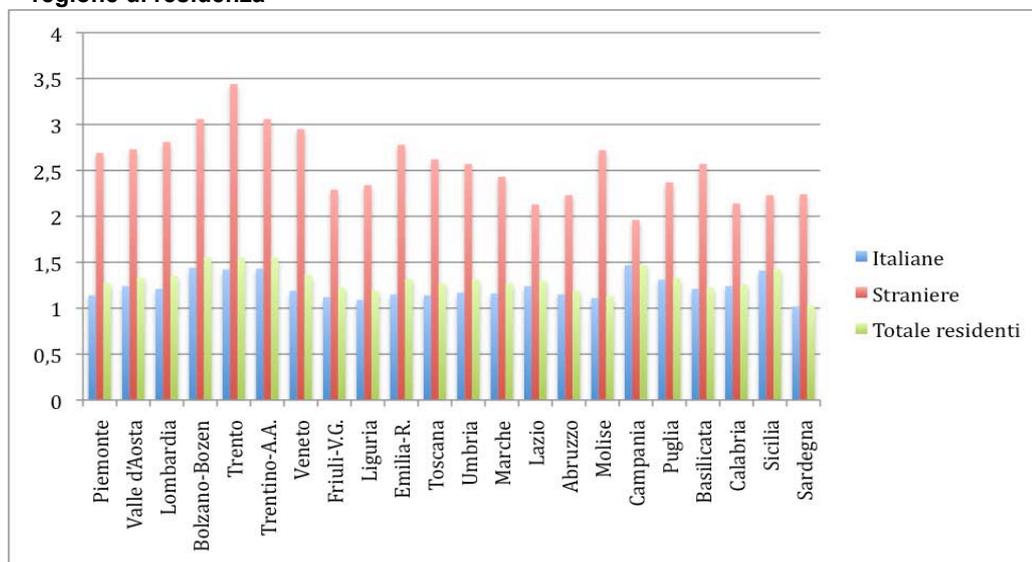


Fonte: Elaborazione dati ISTAT, 14° censimento Generale della popolazione 2001

Il Grafico 6 mostra la distribuzione del numero dei nati in Italia tra il 2000 e 2001 divisi per ordine di nascita (primo, secondo o terzo figlio/più di 3). Il 51% delle mamme Italiane ha avuto almeno un figlio, il 37% anche il secondo figlio e il 12% circa ha avuto 3 o più figli. Le statistiche mostrano sostanzialmente un' omogeneità tra le diverse aree geografiche, anche se le mamme italiane residenti al Sud e nelle Isole tendono ad essere più prolifiche.

La diversa presenza di mamme straniere sul territorio nazionale modifica in parte il dato; un' indagine ISTAT del 2005 , mette in risalto la differenza tra il numero medio di figli delle madri di origine italiana e quelle di origine straniera residenti in Italia. Se infatti la media italiana dimostra una bassa attitudine della madri ad avere più di un figlio, si nota invece una sostanziale differenza se consideriamo i due segmenti separatamente. La media dei figli delle mamme autoctone è di 1,26 figli a testa mentre le mamme di origine straniera hanno circa 2,61 figli a testa.

Grafico 7: Numero medio di figli per origine della mamma (italiana/straniera) e regione di residenza



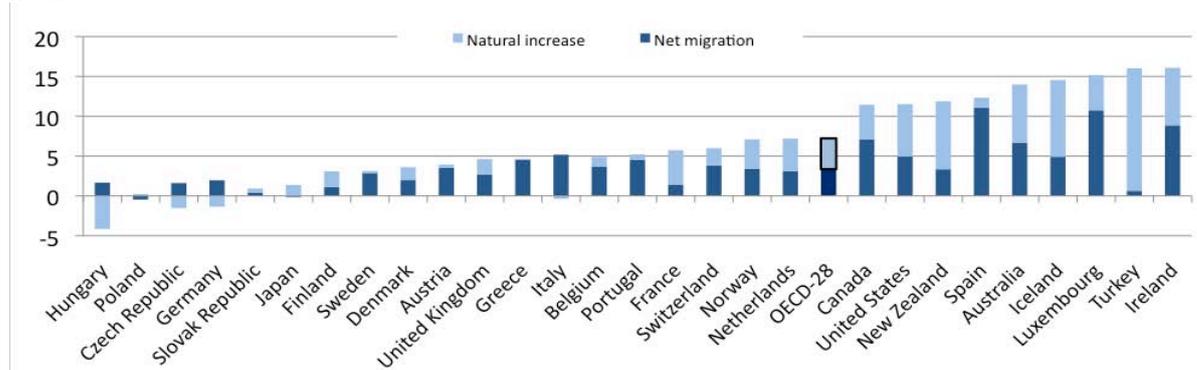
Fonte: Elaborazione dati ISTAT 2005, Iscrizioni all'anagrafe

Confrontando le medie tra le diverse regioni (Grafico 7) si nota che la Liguria è caratterizzata dal maggiore spread tra mamme di origine italiana e straniera, la mamma italiana ha infatti in media 1,09 figli a testa, mentre la mamma straniera circa 2,34 figli. La maggior incidenza delle nascite di origine straniera si riscontra soprattutto a Bolzano dove in media le mamme in questione hanno circa 3,44 figli a testa; in Campania, invece, la media di figli per mamma di origine italiana (1,47) è molto vicina a quella di origine straniera (1,96).

I dati sopra presentati vanno integrati con due ulteriori considerazioni:

- La prima è l'impatto del flusso migratorio degli ultimi anni in Italia, caratterizzata dal 1996 da un tasso di crescita della popolazione di circa 5%, che, come mostra il Grafico 8, deve essere imputato quasi esclusivamente all'aumento del flusso migratorio in entrata (aumento delle migrazioni nette²).

Grafico 8: Percentuale di ricambio della popolazione dal 1996 al 2006 tendendo conto della migrazione netta



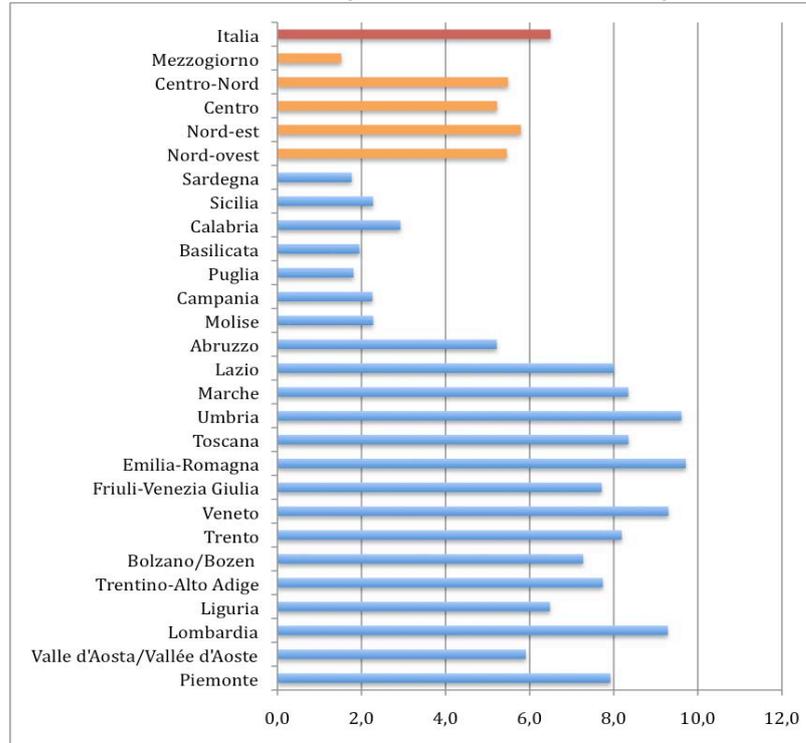
Fonte: Dati OCSE– Society at glance 2009

- Il secondo aspetto da considerare è il rapporto numerico esistente tra popolazione di origine italiana e popolazione di origine straniera presente in una certa regione (Grafico 9). Se nel 2008 nel complesso in Italia la popolazione straniera conta il 6% circa dei residenti, le diverse regioni mostrano una distribuzione diversa. In particolare tra le regioni con più alta incidenza di residenti stranieri si trovano Umbria, Emilia, Romagna, Veneto e Lombardia che toccano picchi del 10%. L'Italia Nord-Orientale ospita la maggior percentuale di cittadini stranieri sul totale; il tasso migratorio estero è in Veneto circa il 20%, contro una media italiana del 4,5%.

Il tasso di migrazione netta è la differenza tra immigrati ed emigrati in una determinata area in un certo periodo di tempo, divisa solitamente per 1000 abitanti. Un valore positivo rappresenta un maggior numero di persone immigrate rispetto a quelle emigrate. Fatta eccezione per Polonia, Slovacchia, Turchia e Giappone, in cui i flussi migratori netti sono estremamente contenuti, tutti gli altri paesi OCSE sono assorbiti da immigrati. L'incremento della popolazione in un dato paese è inoltre determinato dal tasso di ricambio della popolazione, calcolato come differenza fra il tasso di nascite lordo e il tasso di decessi per mille abitanti.



Grafico 9: Distribuzione famiglie straniere in Italia per regione di residenza



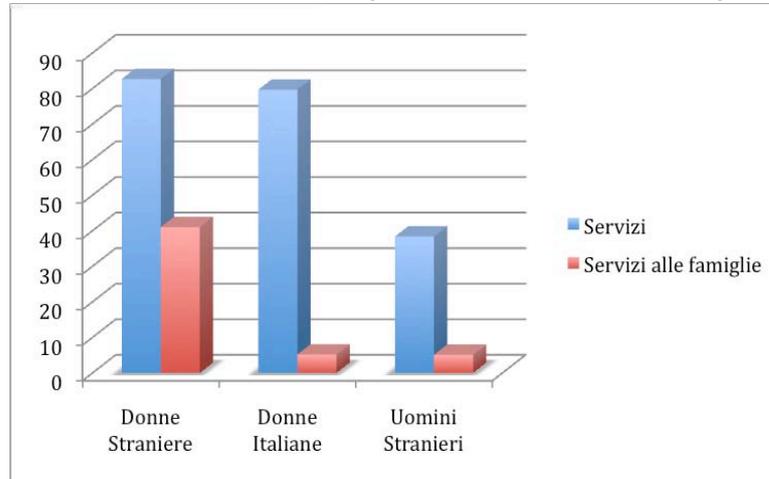
Fonte: dati ISTAT 2008

L'analisi della composizione della popolazione immigrata per paese di origine e per genere nella tabella successiva (tabella 1) mostra l'elevata percentuale di donne in quasi tutte le comunità straniere presenti nel nostro paese. Se incrociamo i dati di provenienza con le occupazioni prevalenti per alcune comunità di stranieri, notiamo che molte delle donne straniere che lavorano in Italia sono impiegate nelle famiglie, dove spesso rispondono gerarchicamente a una donna.

Tabella 1: Residenti Stranieri in Italia per provenienza geografica e percentuale di donne

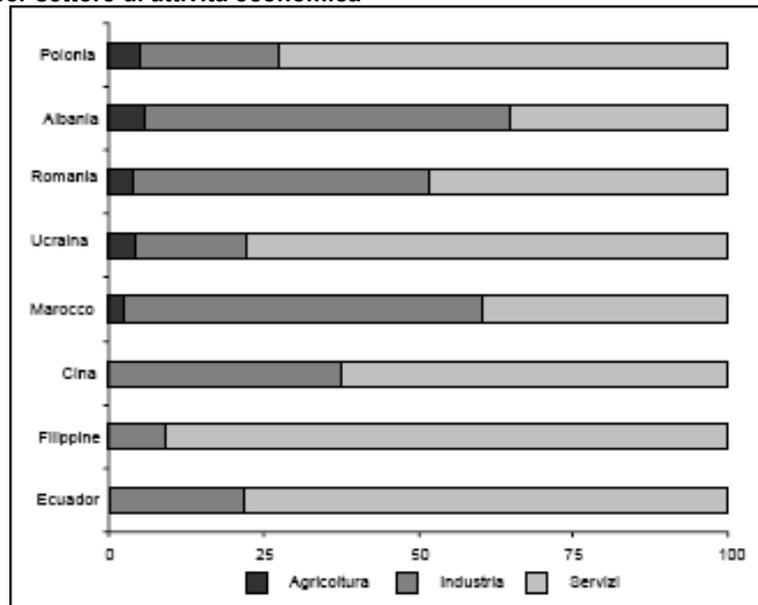
Paese di provenienza	Valore assoluto	% sul totale	% di donne	Paese di provenienza	Valore assoluto	% sul totale	% di donne
Romania	625.278	18,2	52,9	Moldova	68.591	2	66,4
Albania	401.949	11,7	44,7	Serbia e Montenegro	68.542	2	44,7
Marocco	365.908	10,7	40,8	Senegal	62.620	1,8	19,4
Cina	156.519	4,6	47,3	Sri Lanka	61.064	1,8	44,2
Ucraina	132.718	3,9	80,4	Bangladesh	55.242	1,6	32,4
Filippine	105.675	3,1	58,5	Pakistan	49.344	1,4	30
Tunisia	93.601	2,7	35,1	Nigeria	40.641	1,2	57
Polonia	90.218	2,6	70,2	Germania	40.163	1,2	61,4
Macedonia	78.090	2,3	42,4	Ghana	38.400	1,1	43,7
India	77.432	2,3	40,2	Brasile	37.848	1,1	67,8
Ecuador	73.235	2,1	60,2	Bulgaria	33.477	1	59,1
Perù	70.755	2,1	60,7				
Egitto	69.572	2	29,5	Fonte: Elaborazione dati DOSSIER MIGRANTES 2009			

Grafico 10: Percentuale di impiegati nel sottore dei servizi per genere e provenienza



Fonte: Elaborazione dati ISTAT 2006, *Gli stranieri nel mercato del lavoro - 2008*

Grafico 11: Occupati di alcune delle principali cittadinanze straniere per settore di attività economica



Fonte: Elaborazione dati ISTAT 2006, *Gli stranieri nel mercato del lavoro - 2008*

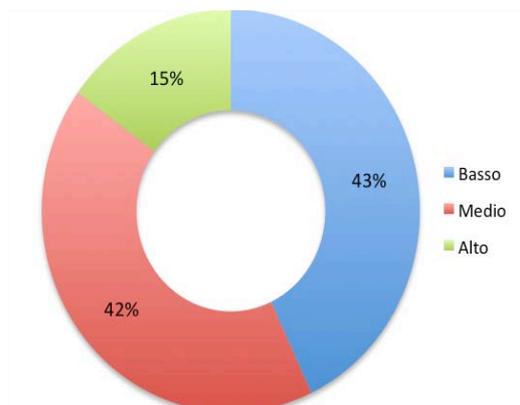
In particolare (si veda dal Grafico 10) circa l'80% delle donne straniere lavora nel settore dei Servizi, di queste circa la metà (il 40%) è impiegata nei servizi alle famiglie a cui possiamo ricondurre la categoria di colf e badanti. La maggior parte delle donne che lavorano nel campo dei servizi proviene dalla Polonia, dall'Ucraina, dalla Cina dalle Filippine e dall'Ecuador (grafico 11). Siccome la percentuale di uomini stranieri che lavorano nel settore terziario è bassa (circa il 40%), il grafico 11 mette in evidenza la provenienza principalmente delle donne che lavorano a supporto della famiglia.

I dati ISTAT 2001 dimostrano che a crescere del livello di istruzione si assiste ad una diminuzione del numero di figli per donna. Un primo dato aggregato (Grafico 12) ci dice che fatto 100 il numero totale dei nati, 43 provengono da mamme con basso livello di istruzione, 42 da mamme con un livello di istruzione medio e 15 da mamme con livello di istruzione elevato. Come mostra il grafico 13, il 17% delle donne – quelle con titolo di studio basso -



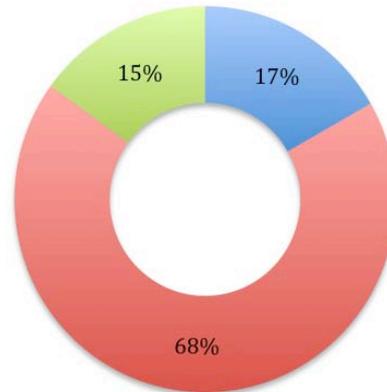
partoriscono il 43% dei nati in Italia. La difficoltà di conciliare lavoro domestico, lavoro fuori casa da un lato e la migliore condizione lavorativa correlata a un livello di istruzione maggiore rendono il costo opportunità della maternità percepito più alto per le donne più istruite, che tendono quindi ad avere meno figli. Peraltro, come si evince da una ricerca ISFOL 2010, le donne con un elevato titolo di studio tendono più frequentemente a tornare a lavorare dopo la nascita del figlio.

Grafico 12: Percentuale sul numero totale dei nati per livello di istruzione della madre



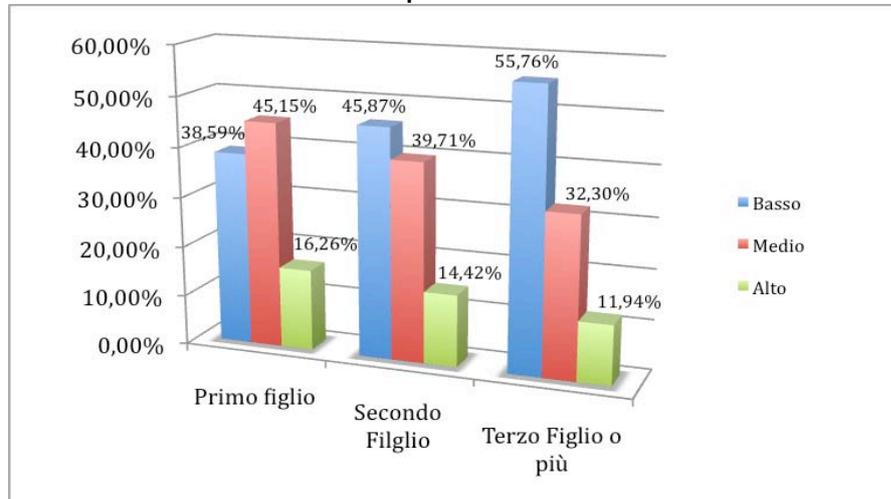
Fonte: Rielaborazione dati ISTAT 2001

Grafico 13: Percentuale sul numero totale delle donne per livello di istruzione



Fonte: Rielaborazione dati ISTAT 2001

Grafico 14: Percentuale di nati in Italia per ordine di nascita e livello di istruzione della madre



Fonte: Elaborazione dati ISTAT, 14° censimento Generale della popolazione 2001

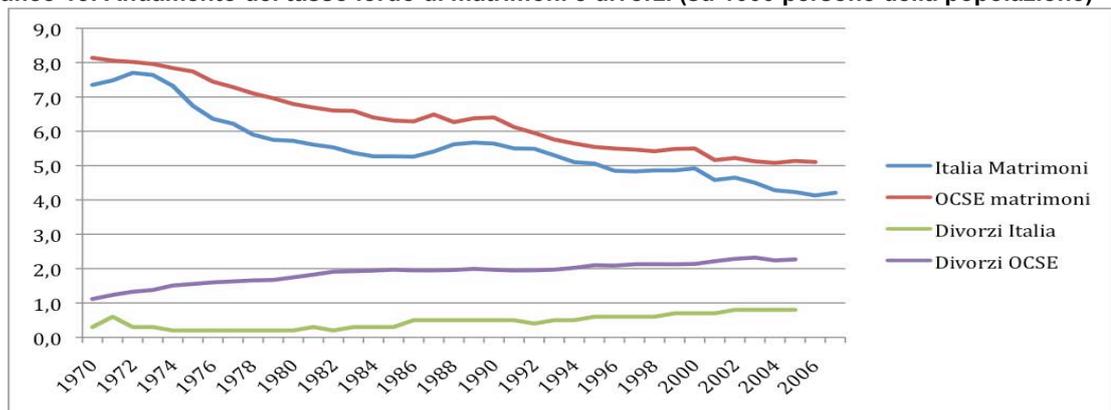
Confrontando il Grafico 13 e il Grafico 14, la distribuzione delle mamme che hanno solo un figlio rispetta a grandi linee la distribuzione della popolazione femminile per livello di istruzione: le mamme con basso livello di istruzione sono sovrarappresentate fra le mamme con più di tre figli.

I dati sulla composizione della popolazione adulta femminile residente in Italia e il confronto con i dati europei mostrano dunque famiglie con un numero ridotto di figli, soprattutto presso le mamme più istruite, un livello di natalità sostenuto dalle mamme immigrate e la presenza di comunità di donne straniere che lavorano con famiglie e che presumibilmente interagiscono con datori di lavoro donne.



Un'altra considerazione preliminare utile riguarda la natura e le caratteristiche delle famiglie; a fronte di un numero crescente di divorzi anche nel nostro paese, aumenta il numero di bambini allevati dalla madre (Grafico 15).

Grafico 15: Andamento del tasso lordo di matrimoni e divorzi (su 1000 persone della popolazione)



Fonte: dati OCSE – Society at glance 2009

Come mostra la tabella 2, le mamme risultano molto frequentemente le affidatarie dei figli in caso di divorzio dei genitori.

Tabella 2: Percentuale di casi di affidamento dopo il divorzio

	Tipo di affidamento (composizioni percentuali)				Totale
	Esclusivo al Padre	Esclusivo alla madre	Congiunto e/o alternato	A terzi	
0-5	2,5	88,4	9,1	-	100,0
6-10	3,2	84,8	11,4	0,7	100,0
11-14	4,9	82,8	11,6	0,6	100,0
15-17	8,7	78,3	12,5	0,6	100,0
Totale	5,1	82,7	11,6	0,6	100,0

Fonte: Dati ISTAT 2005, *Evoluzione e nuove tendenze dell'instabilità coniugale*

Nell'82,7% dei casi, il figlio minore viene affidato alla madre: la percentuale cresce se il figlio ha età compresa fra 0 e 10 anni. Anche nel caso di matrimoni misti, la madre risulta più frequentemente affidataria dei figli minori, anche se aumenta la percentuale degli affidamenti al genitore italiano.

La rilevanza delle donne nelle famiglie monogenitoriali è molto alta, sia in Italia, sia in tutti i paesi OCSE per i quali sono disponibili dati confrontabili: in generale, dunque, l'influenza della mamma all'interno delle famiglie e in particolare nei confronti dei figli, è molto elevata (tabella 3, Grafici 16 e 17).

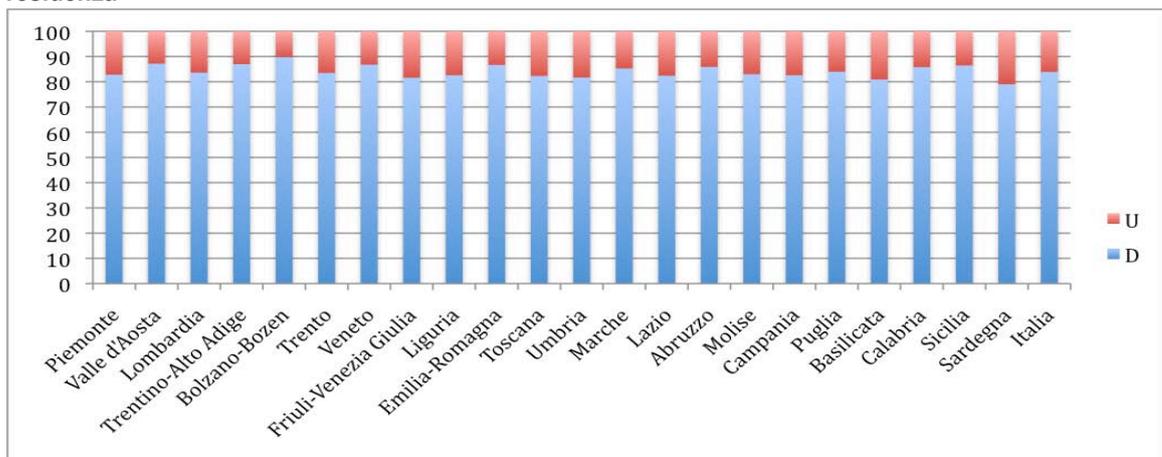


Tabella 3: Affidamento dei figli minori dopo il divorzio per tipo di affidamento e cittadinanza dei coniugi

CITTADINANZA DEI CONIUGI (%)	Separazioni con figli minori affidati	Esclusivo al padre	Esclusivo alla madre	Congiunto e/o alternato	A terzi	Totale
Entrambi italiani per nascita	53,9	3,3	80,9	15,4	0,5	100,0
Coppie miste	42,2	5,0	78,5	15,8	0,7	100,0
Cittadino italiano per nascita e cittadino italiano per acquisizione	47,2	4,3	78,1	17,2	0,5	100,0
<i>Marito italiano per nascita e moglie italiana per acquisizione</i>	<i>44,3</i>	<i>5,6</i>	<i>73,4</i>	<i>20,3</i>	<i>0,8</i>	<i>100,0</i>
<i>Marito italiano per acquisizione e moglie italiana per nascita</i>	<i>52,9</i>	<i>2,3</i>	<i>83,5</i>	<i>12,2</i>	<i>-</i>	<i>100,0</i>
Cittadino italiano per nascita e cittadino straniero	39,3	5,5	78,8	14,9	0,9	100,0
<i>Marito italiano per nascita e moglie straniera</i>	<i>35,8</i>	<i>6,7</i>	<i>75,5</i>	<i>16,9</i>	<i>0,9</i>	<i>100,0</i>
<i>Marito straniero e moglie italiana per nascita</i>	<i>47,1</i>	<i>3,6</i>	<i>84,1</i>	<i>11,5</i>	<i>0,8</i>	<i>100,0</i>
Totale separazioni	52,8	3,4	80,7	15,4	0,5	100,0

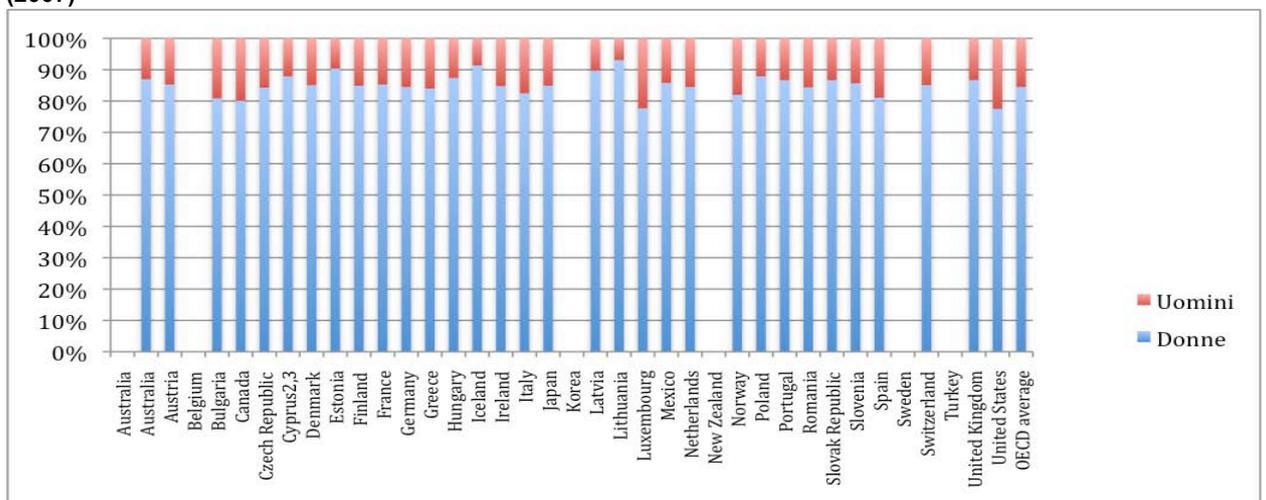
Fonte: dati ISTAT 2005, *EVOLUZIONE E NUOVE TENDENZE DELL'INSTABILITÀ CONIUGALE*

Figura 16: Percentuale di famiglie monogenitoriali in Italia per genere del genitore e regione di residenza



Fonte: dati Istat, 2005

Figura 17: Percentuali di famiglie monogenitoriali per genere del genitore e nazione di residenza (2007)

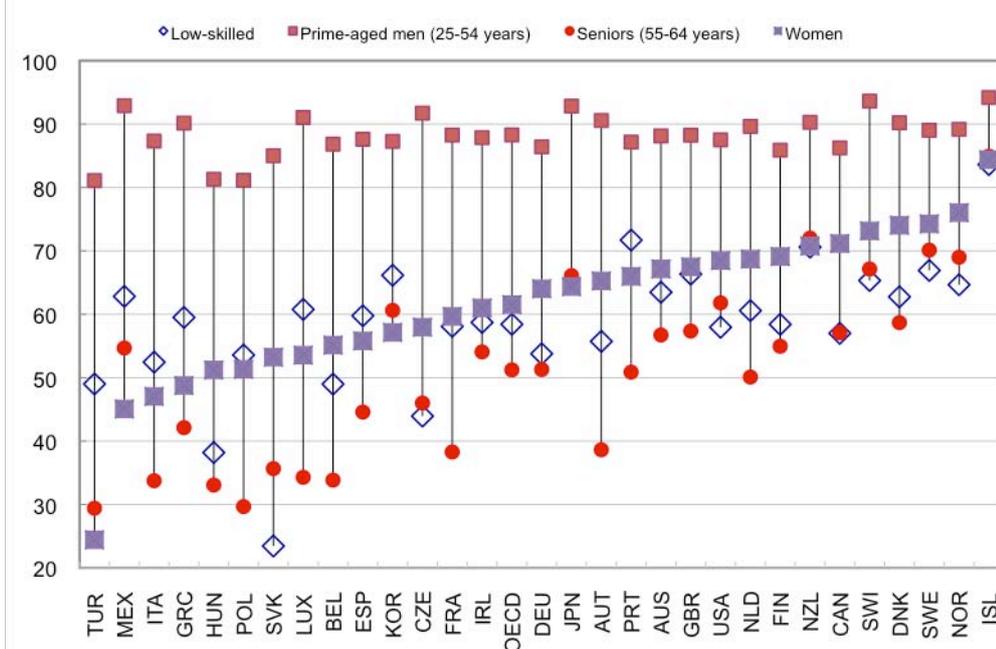


Fonte: Rielaborazione dati OCSE 2007 – *Society at glance 2009*

2. Le donne (e le mamme) e il lavoro

I dati presentati nel paragrafo precedente evidenziano l'importanza delle donne nella responsabilità di allevamento dei figli e nella interazione con donne di altre nazionalità, suggerendo che l'integrazione con altre culture e altre abitudini spesso è "un mestiere di donne". In questo paragrafo si analizza il contributo delle donne all'economia delle famiglie. Il grafico 18 mostra il tasso di impiego di diversi gruppi sociali nei paesi OCSE.

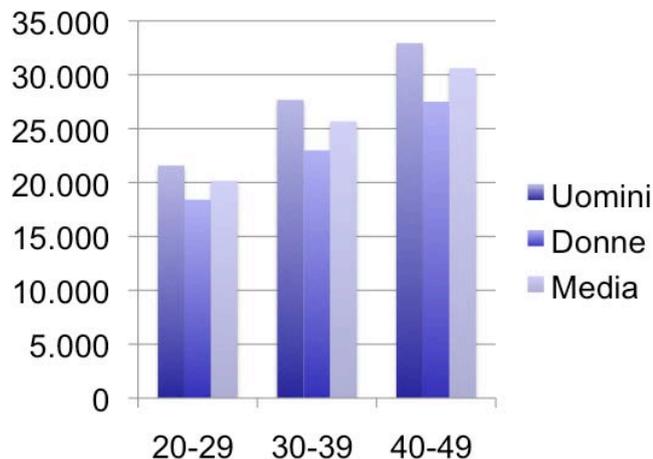
Grafico 18: Tasso di impiego uomo donna nei diversi paesi OCSE



Fonte: OCSE – Society at glance 2009

L'Italia vede circa il 50% della forza lavorativa femminile occupata contro il 90% di quella maschile; la media è più bassa di dieci punti percentuali rispetto alla media dei paesi OCSE. Il divario di salario medio lungo tutta la carriera lavorativa rappresenta uno dei disincentivi al lavoro femminile, soprattutto qualificato (Grafico 19).

Grafico 19: Salario annuo medio percepito per anno

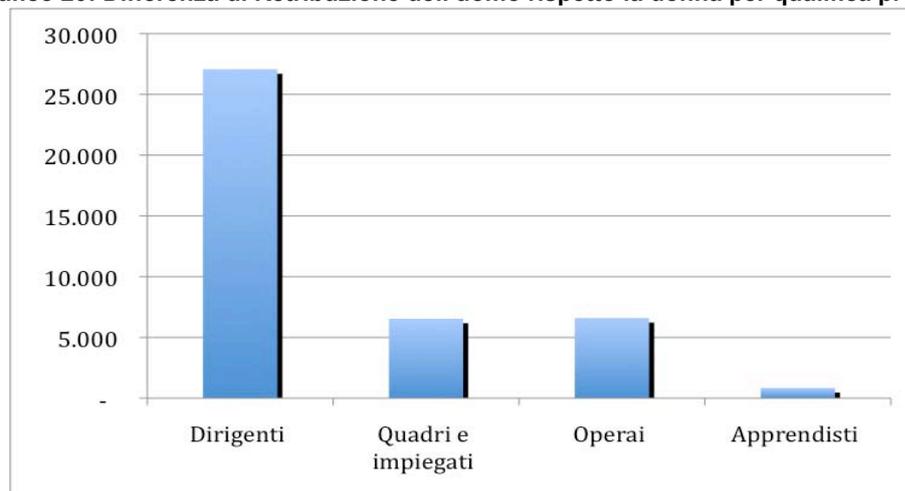


Fonte: Dati ISTAT 2009



La differenza di retribuzione, infatti, tende a crescere all'aumentare della qualifica professionale: non solo le donne guadagnano meno, ma hanno meno prospettive di carriera rispetto ai loro colleghi maschi. Questo, nonostante la percentuale di donne laureate sul totale della popolazione fra i 25 e i 64 anni superi quella maschile (15% contro 13%).³

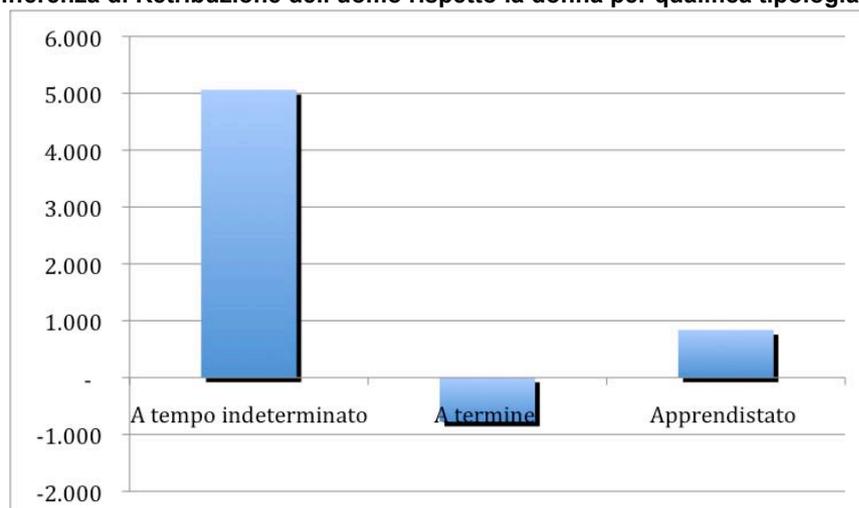
Grafico 20: Differenza di Retribuzione dell'uomo rispetto la donna per qualifica professionale



Fonte: dati ISTAT 2006

La differenza dello stipendio medio dei ruoli dirigenziali affidati agli uomini rispetto a quelli delle donne è molto significativo; i dirigenti uomini ricevono circa 27.000 euro in più rispetto ai dirigenti donna (Grafico 20). Inoltre gli uomini sono retribuiti circa 5.000 euro in più sui contratti a tempo indeterminato rispetto alle donne (Grafico 21).

Grafico 21: Differenza di Retribuzione dell'uomo rispetto la donna per qualifica tipologia di contratto



Fonte: dati ISTAT 2006

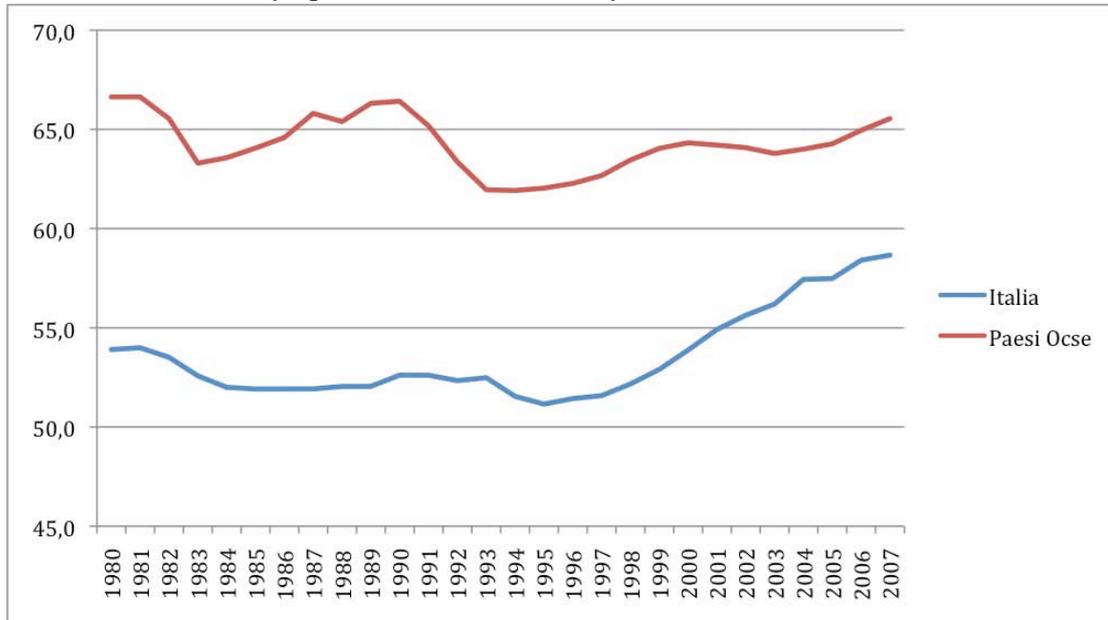
Analizzando nel tempo l'evoluzione del tasso di impiego femminile, si nota per l'Italia una crescita superiore a quella della media dei paesi OCSE; questo è indubbiamente un bene,

³ Nel 2009, le ragazze rappresentano il 60% dei laureati, pur essendo il 49% della popolazione nella classe di età 15-24 anni (Fonte: Almalaurea) e la loro performance, in termini di età alla laurea, punteggio agli esami e voto di laurea è mediamente migliore rispetto a quella dei loro colleghi maschi.



poiché l'impiego femminile è spesso condizione di autonomia economica, condizione fondamentale per l'autonomia decisionale e per il raggiungimento di una parità di fatto (Grafico 22).

Grafico 22: Tasso di impiego della donna nei diversi paesi OCSE dal 1980 al 2007



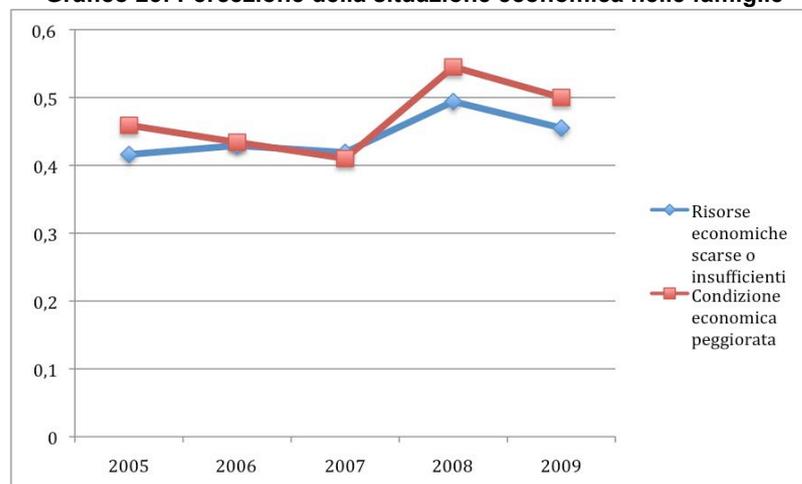
Fonte: OCSE – Society at glance 2009

I dati sopra presentati generano due riflessioni, oltre ad un senso di irritazione nel rilevare che il miglioramento della situazione occupazionale femminile è in parte collegato ad un divario di costo, che di per sé dovrebbe invece essere eliminato a parità di competenze.

Le evidenze proposte dai dati sono che:

- nel tempo tende progressivamente ad aumentare l'importanza relativa delle donne nell'economia della famiglia;
- poiché le donne hanno un differenziale di salario significativo rispetto agli uomini, il loro impatto crescente sull'economia familiare si traduce in una percezione diffusa nelle famiglie di scarsità di risorse economiche e di peggioramento delle condizioni economiche (grafico 23).

Grafico 23: Percezione della situazione economica nelle famiglie

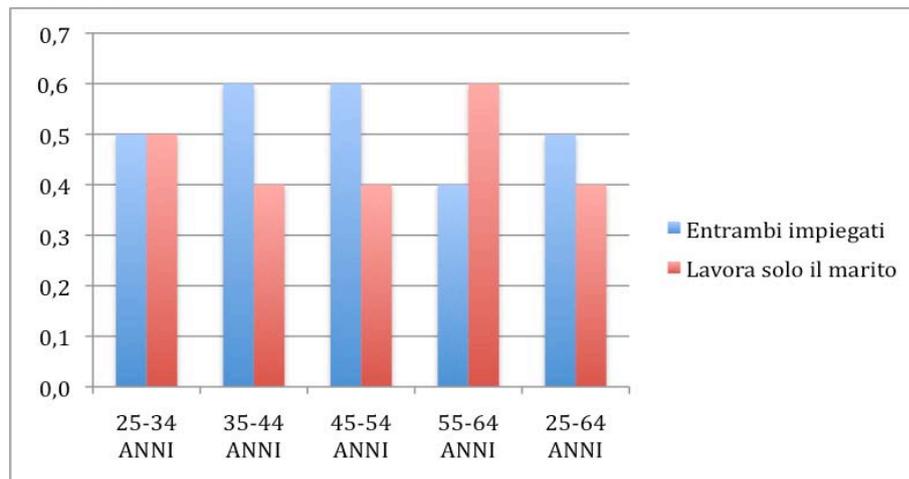


Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Annuario statistico italiano 2009



Se analizziamo la specifica condizione delle mamme all'interno della popolazione femminile occupata, rileviamo dai dati ISTAT (Grafico 24) che nel 50% delle famiglie con i genitori di età compresa fra 25 e 64 anni di età, entrambi i genitori sono occupati. Come si nota dal grafico sottostante, la percentuale tende a crescere al 60% fino alla fascia d'età 45-54 anni. La percentuale delle mamme occupate sul totale delle mamme cala nella fascia 55-64 anni al 30%, per effetto di differenze generazionali, di raggiungimento dell'età pensionabile, di necessità familiari. Secondo una ricerca ISFOL 2010, il 45% delle donne rinuncia a cercare lavoro dopo la nascita di un figlio, nonostante aumentino le possibilità per le donne di ricorrere al part time.

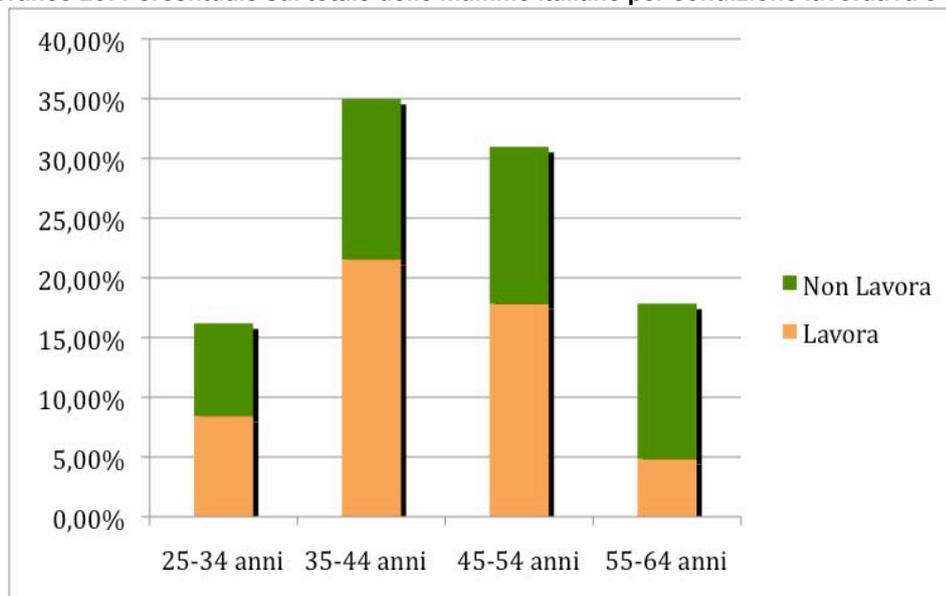
Grafico 24: Percentuale di famiglie con figli per condizione lavorativa dei coniugi per fasce d'età della donna



Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Annuario statistico italiano 2009

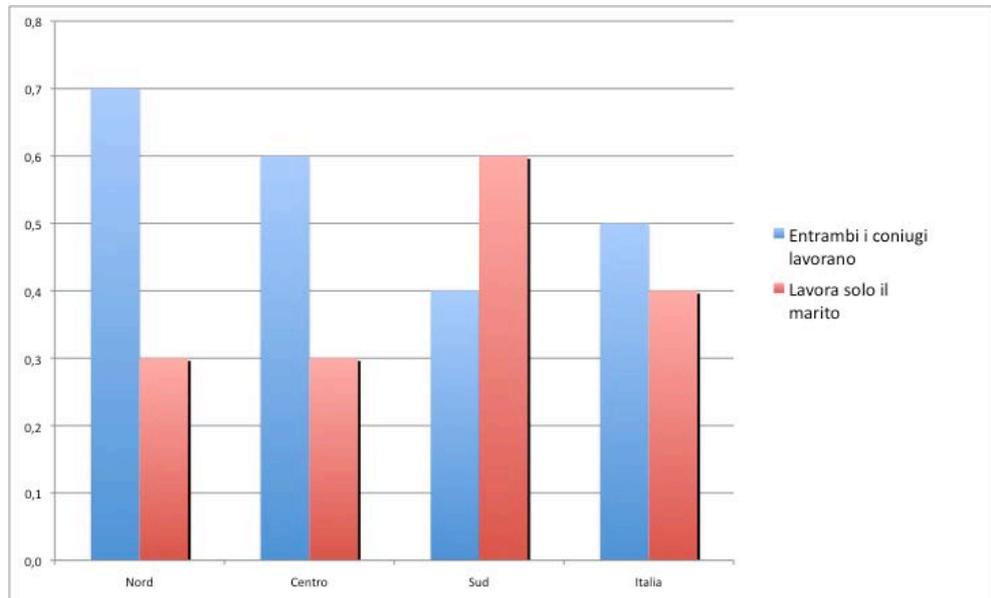
Come mostra il grafico 25, al crescere dell'età della mamma (e conseguentemente del figlio) aumenta il numero delle mamme che lavorano, soprattutto al Nord e al Centro (Grafico 25).

Grafico 25: Percentuale sul totale delle mamme italiane per condizione lavorativa e età



Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Annuario statistico italiano 2009

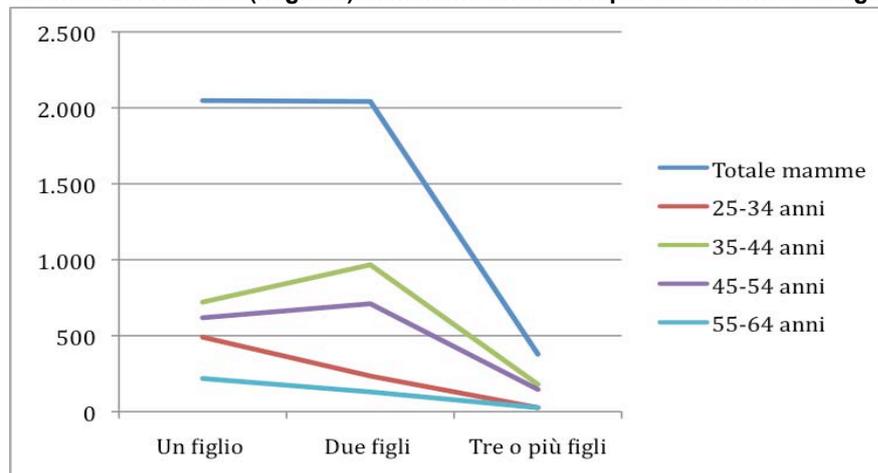
Grafico 26: Percentuale di famiglie con figli per condizione lavorativa dei coniugi per fasce d'età della donna



Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Anuario statistico italiano 2009

Il numero di figli è una variabile può condizionare lo stato lavorativo di una mamma. Come mostra il grafico 27, il numero delle mamme lavoratrici si riduce drasticamente a partire dal terzo figlio. Particolarmente critica appare la condizione lavorativa delle mamme con più figli nella fascia d'età fra i 25 e i 34 anni.

Grafico 27: Numero (migliaia) di mamme lavoratrici per età e numero di figli



Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Anuario statistico italiano 2009

Nella fascia d'età tra i 35 e i 54 anni è invece massima la percentuale delle mamme che lavorano con due figli.

L'85% delle nascite di bambini in Italia avviene per un'età della mamma compresa fra 25 e 40 anni. In questa fascia d'età, oltre il 50% delle mamme lavora e – pur con una penalizzazione in termini di remunerazione – contribuisce in modo significativo ai redditi familiari. Tra i 25 e i 40 anni si apre per oltre quattro milioni di mamme un periodo molto intenso in termini di



responsabilità decisionali unite ad una disponibilità di reddito destinato a contribuire alle esigenze della famiglia.

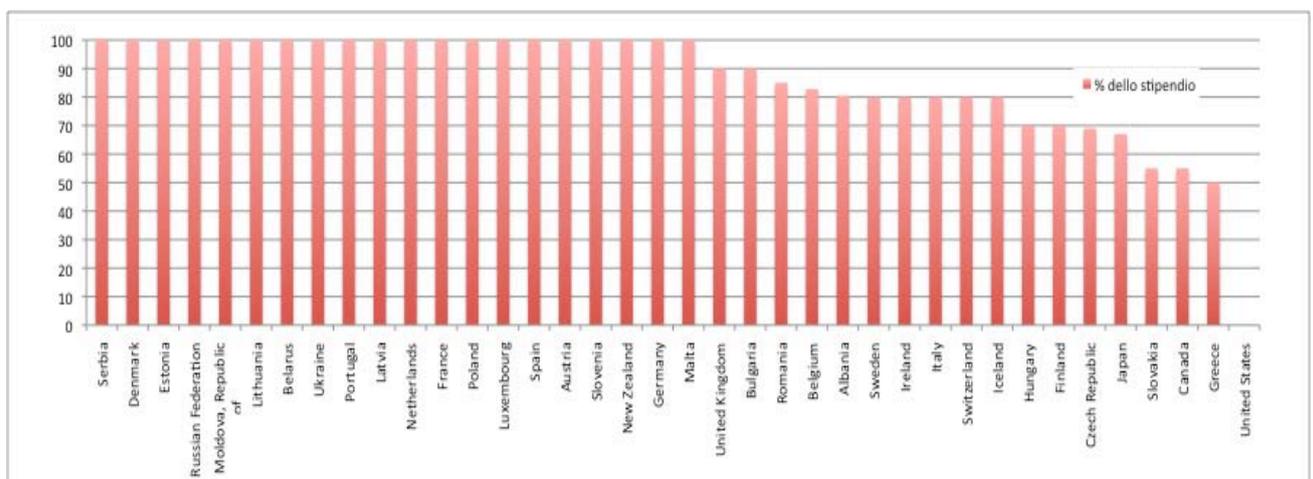
La contribuzione al reddito familiare è una necessità per la sopravvivenza della famiglia, soprattutto se la mamma porta avanti la famiglia da sola. Anche se non è un argomento molto diffuso, le madri povere sono in Italia una cospicua percentuale. Le madri povere in coppia di solito fanno una scelta di vita, per cui l'unico reddito che entra in casa è quello del marito (in questo caso non è detto che il padre sia un padre povero); le madri sole invece risentono fortemente delle differenze di reddito con gli uomini. Preoccupanti sono delle statistiche che provengono da un rapporto di Save the Children⁴:

- il 15,4% delle madri italiane nel 2008 non è stata in grado di pagare le bollette con regolarità
- il 3,4 % è stata costretta a posticipare il pagamento dell'affitto
- l'11,4% delle mamme non è riuscita a riscaldare adeguatamente la casa
- il 6% non ha avuto i soldi per acquistare i generi alimentari
- il 10,8% non ha potuto permettersi visite mediche
- il 20,5% non ha potuto provvedere all'acquisto dei vestiti

Questa situazione è scioccante; in un paese come l'Italia circa il 25% delle mamme ha problemi di tipo economico. Da un certo punto di vista non sorprende date le differenze di reddito percepito mostrate in precedenza. I dati⁵ infatti posizionano l'Italia negli ultimi posti tra i paesi sviluppati come rapporto tra salario percepito dalla donna e dall'uomo. Il salario della donna è in media il 49% di quello dell'uomo, mentre ad esempio in Norvegia è il 77%.

Oltre le differenze di salario, sono diffusi i fenomeni di glass ceiling: la maternità il più delle volte è un ostacolo alla carriera. Un dato significativo a riguardo è la percentuale del salario corrisposto alla mamma in periodo di maternità (Grafico 28). L'Italia, infatti, si posiziona tra gli ultimi paesi sviluppati come percentuale di stipendio pagato alle donne in maternità (circa il 79%).

Grafico 28: Percentuale di stipendio percepito da una mamma durante il periodo di maternità



Fonte: Elaborazione dati Save the Children - State of the World Mothers 2010

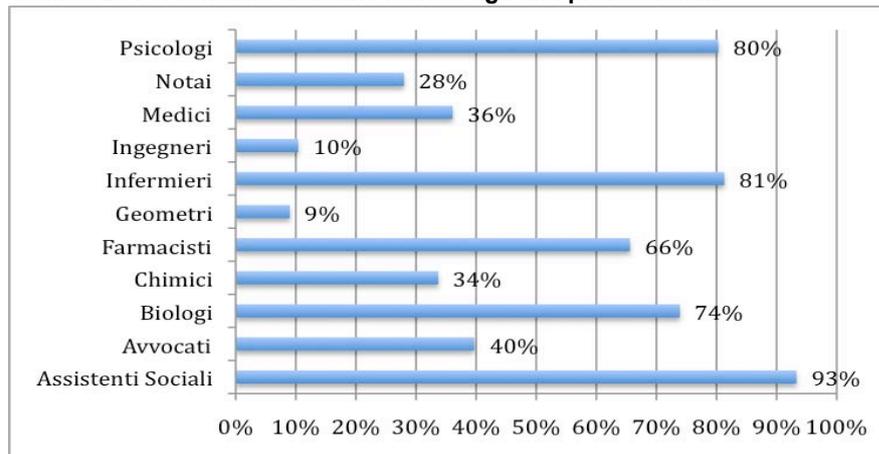
⁴ Save the Children – Le condizioni di povertà delle madri in Italia, 2010

⁵ Elaborazione dati Save the Children - State of the World Mothers 2010



Un'ultima considerazione riguarda i lavori delle donne. L'analisi degli iscritti ai diversi ordini professionali rilevata dal Censis nel 2008 mostra una concentrazione elevatissima di donne in professioni caratterizzate da elevata importanza della dimensione relazionale e che spesso offrono servizi professionali alle famiglie. Di nuovo, si tratta spesso di donne che interagiscono con altre donne (Grafico 29).

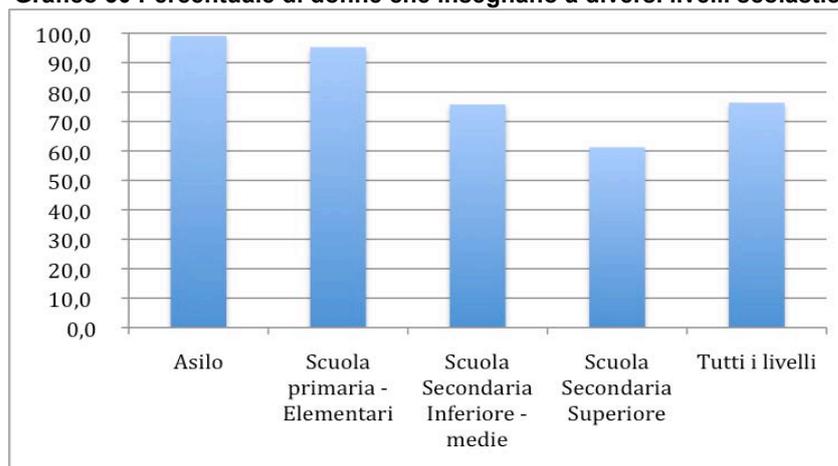
Grafico 29 Percentuale di donne iscritte agli albi professionali



Fonte: Elaborazione dati Censis 2008

Alla professioni sopra elencate manca la classe degli insegnanti che è prevalentemente costituita da donne. In particolare all' asilo il 99% degli educatori è donna, alle elementari più del 90% delle mestrè è donna, alle Medie e alle Superiori la percentuale oscilla tra il 60 e il 75%. In media la categoria in Italia è formata per il 76,4% da donne.

Grafico 30 Percentuale di donne che insegnano a diversi livelli scolastici



Fonte: Elaborazione dati OCSE, Education at glance 2009

3. Il tempo e l'attenzione delle mamme: le mamme e l'informazione



La rilevanza delle donne all'interno della famiglia è nota: i dati fin qui presentati caratterizzano tale rilevanza in termini di contributo ai redditi della famiglia e di influenza e responsabilità nei confronti dei figli, relazione con donne di altri paesi e altre culture, interazione con altre donne per problematiche sociali e di salute relative alla famiglia. Oltre ad una crescente autonomia economica, le donne nelle famiglie giocano un importante ruolo di intermediazione, spesso con altre donne, spesso di altri paesi, di solito verso i figli.

L'oggetto di intermediazione interessante ai fini di questo lavoro è l'informazione; se le donne sono broker informativi, appare utile (per le aziende, per le istituzioni, per i media, per la società) verificare quanto le donne diano valore all'informazione, come si informino e quanto trasferiscano dell'informazione raccolta ad altre persone e in processi di consumo.

Un primo tema rilevante è verificare quanto tempo le donne dedicano ad informarsi e quale è il valore attribuito all'informazione. I grafici sottostanti riportano la ripartizione del tempo giornaliero di uomini e donne.

I dati riportati nel paragrafo precedente hanno evidenziato come nelle famiglie la percentuale di donne che lavorano sia significativamente più bassa rispetto agli uomini. Se tuttavia aggiungiamo al lavoro fuori casa il tempo dedicato al lavoro domestico, notiamo che le donne hanno meno tempo disponibile rispetto agli uomini, poiché, a parità di tempo dedicato a mangiare dormire e alla cura della persona, dedicano il 28% del loro tempo (contro il 21% degli uomini) al lavoro, in particolare domestico (Grafici 31 e 32). E' verosimile (ed è noto) che questo significhi che una buona fetta di decisioni che riguardano la sfera domestica siano di pertinenza delle donne, visto il differenziale di tempo dedicato al lavoro domestico tra uomini e donne.

Grafico 31: Ripartizione del tempo delle donne per attività svolta

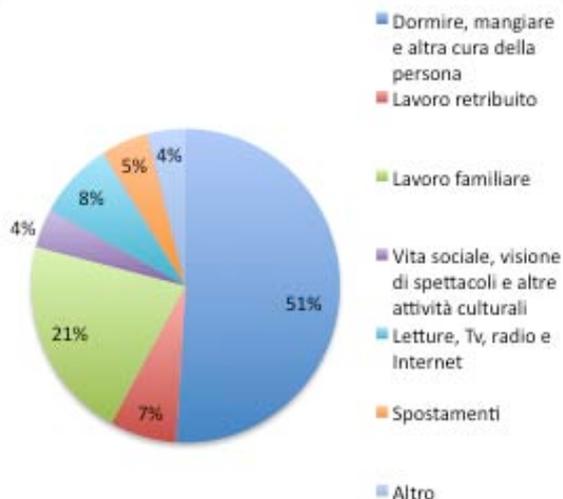
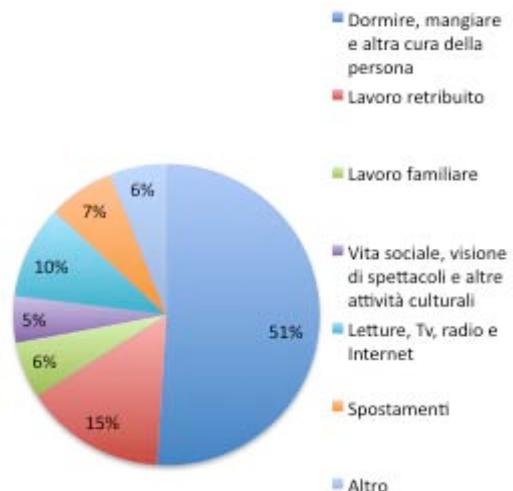


Grafico 32: Ripartizione del tempo degli uomini per attività svolta



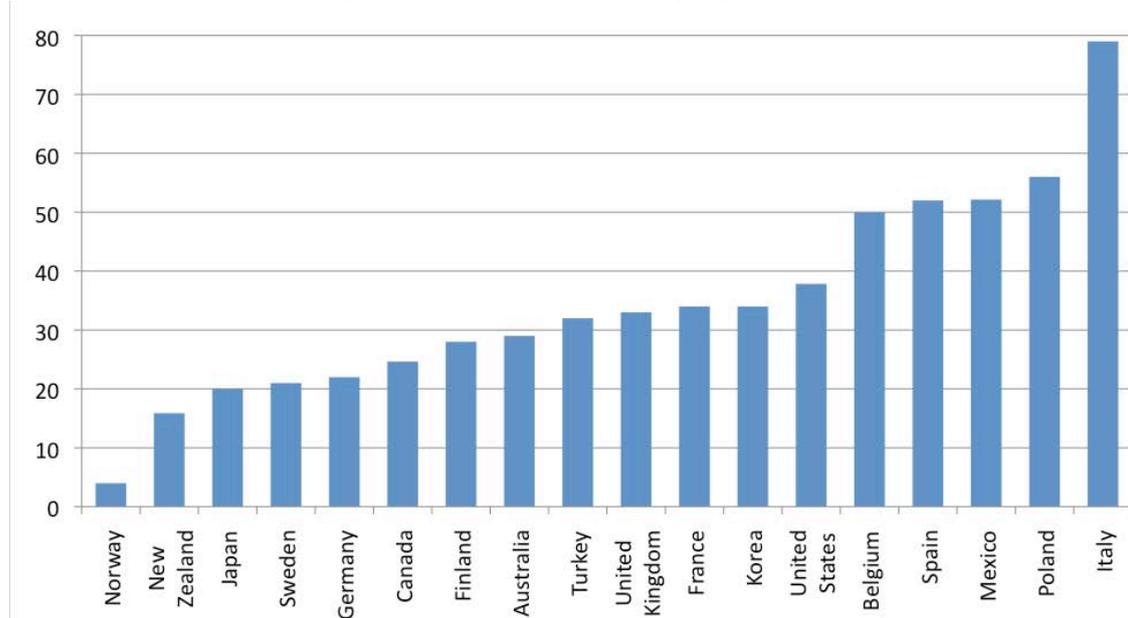
Fonte: Rielaborazione dati ISTAT - Indagine multiscopo sulle famiglie 2002-2003

Quello che però qui preme sottolineare è che le donne, pur avendo il 79% del proprio tempo impegnato a dormire, mangiare e lavorare contro il 72% degli uomini, dedicano l'8% del loro tempo ad utilizzare mezzi di informazione contro il 10% degli uomini. Si consideri il confronto fra i paesi OCSE riportato nel grafico 33; in Italia è massimo il differenziale di tempo libero fra uomini e donne ed è pari a 80 minuti al giorno. Ciononostante, le donne dedicano poco meno



tempo ad utilizzare mezzi di informazione e di comunicazione. Poiché il tempo è fattore scarso per le donne, questo lascia intuire che le donne attribuiscono valore ad informarsi.

Grafico 33: Differenza tra tempo Uomini- Donne (in minuti per giorno)



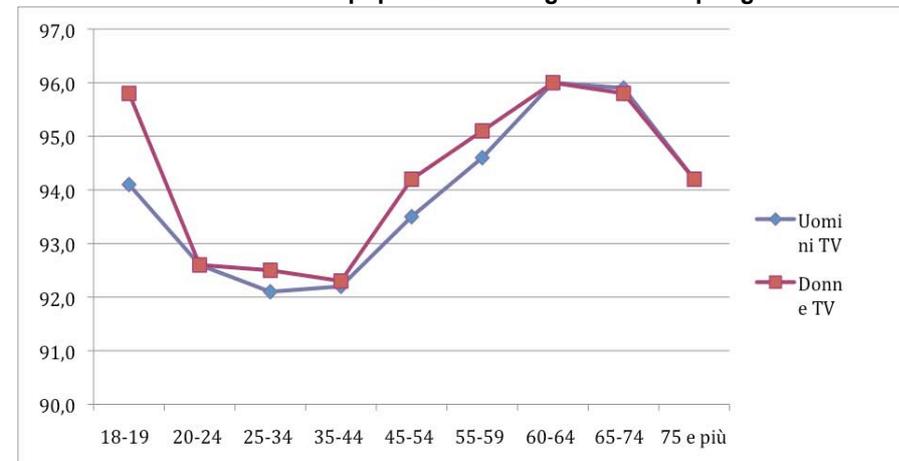
Fonte: Dati OCSE - Society at glance 2009

Dove si informano le donne?

Una serie di statistiche rilevano che non ci sono significative differenze nell'utilizzo di mezzi diversi da parte di uomini e donne.

Radio e televisione sono largamente diffuse in tutte le fasce della popolazione: in media, il 94% della popolazione dichiara di guardare la TV mentre il 60% dichiara di ascoltare la radio (ISTAT 2008). Come mostrano i grafici 34 e 35, più ragazze guardano la televisione rispetto ai coetanei maschi (probabilmente più impegnati a giocare con i videogiochi), ma in generale non vi sono differenze rilevanti fra maschi e femmine, quanto piuttosto per fasce d'età.

Grafico 34: Percentuale della popolazione che guarda la TV per genere

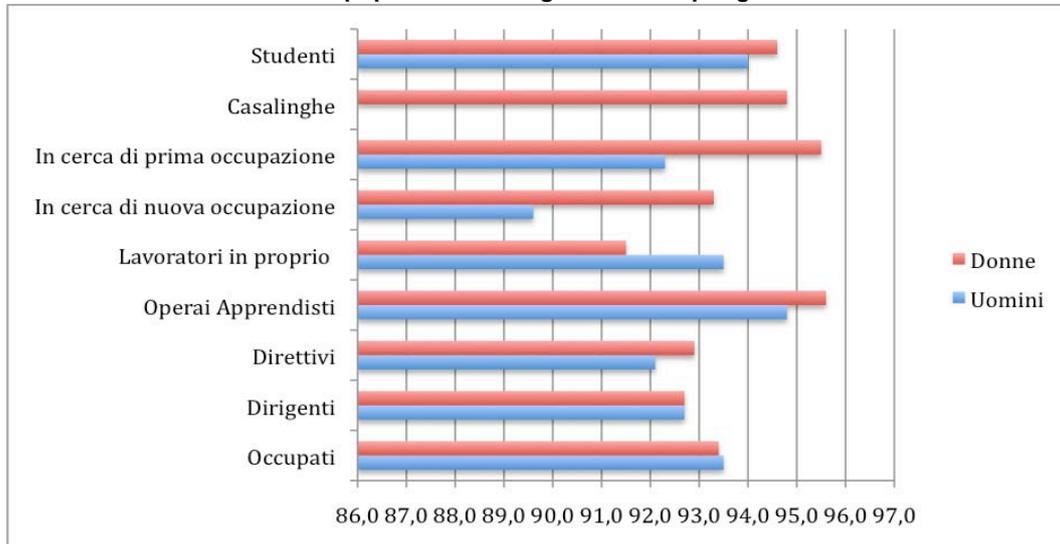


Fonte: Elaborazioni dati ISTAT – Noi Italia 2010

L'intensità d'uso varia anche a seconda dell'occupazione del consumatore. Ad esempio le studentesse guardano più TV delle persone occupate: la televisione è guardata maggiormente

da delle donne in cerca di prima occupazione (96%), dalle operaie (96% circa) e dalle casalinghe (95%) (Grafico 35).

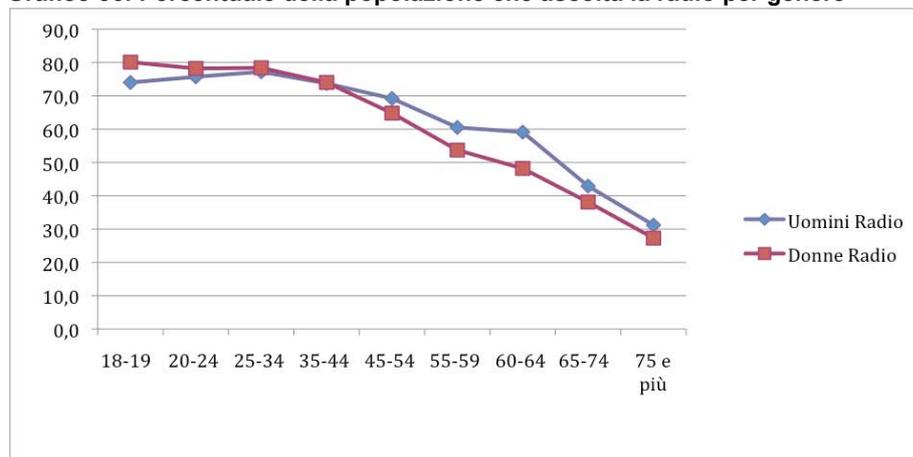
Grafico 35: Percentuale della popolazione che guarda la TV per genere e condizione lavorativa



Fonte: Elaborazioni dati ISTAT – Noi Italia 2010

Discorso analogo, ma su livelli di consumo molto più contenuti, riguarda la radio, che appare mezzo più utilizzato dalle fasce giovani di utenza, ma di nuovo con andamenti sostanzialmente analoghi fra maschi e femmine di diverse fasce d'età (Grafico 36).

Grafico 36: Percentuale della popolazione che ascolta la radio per genere

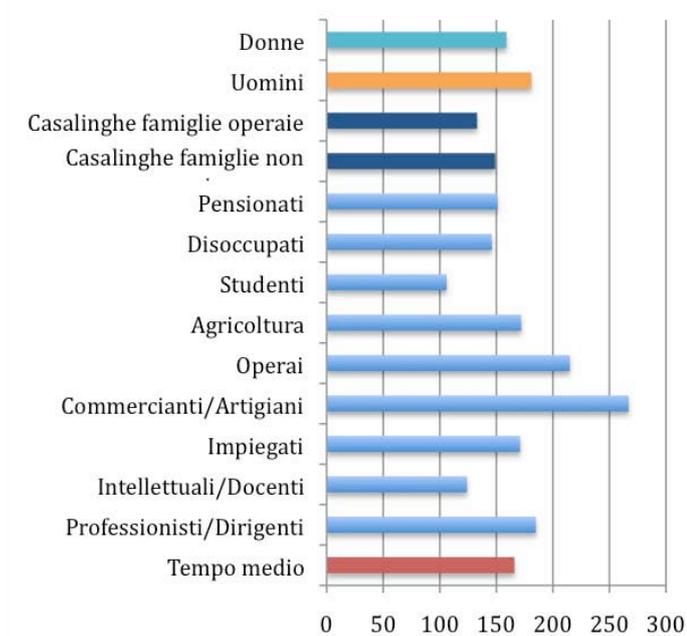


Fonte: Elaborazioni dati ISTAT – Noi Italia 2010

Per quanto riguarda la radio (Grafico 37), le casalinghe ascoltano circa 130 minuti di radio al giorno e tendenzialmente ascoltano radio locali, che sono le più diffuse.



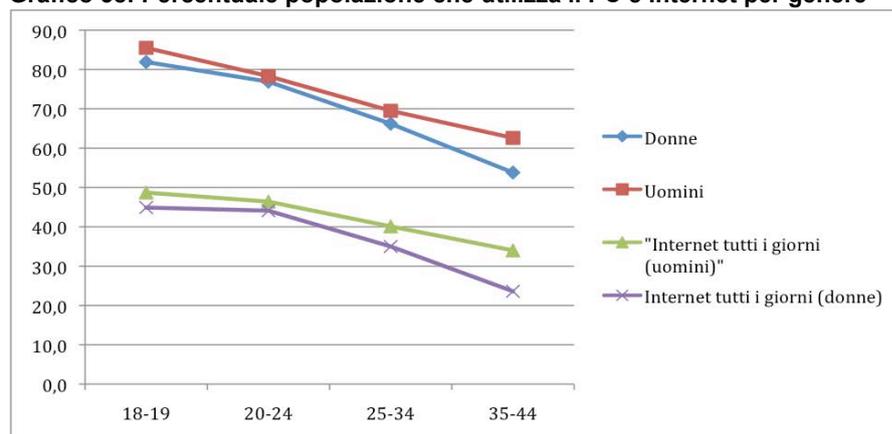
Grafico 37: Ascolto Radio in minuti



Fonte: Rielaborazione dati Audiradio 2009

Anche nel caso di internet, le differenze fra uomini e donne sono progressivamente meno marcate: i giovani adulti tendono a possedere PC e a utilizzare con regolarità internet con la stessa frequenza. Secondo i dati Istat del 2009 (Grafico 38) il 52,8% degli uomini possiede un PC e il 50% degli uomini italiani naviga in rete, contro il 42,5%, e il 40% delle donne che rispettivamente possiede un PC e naviga in rete tutti i giorni.

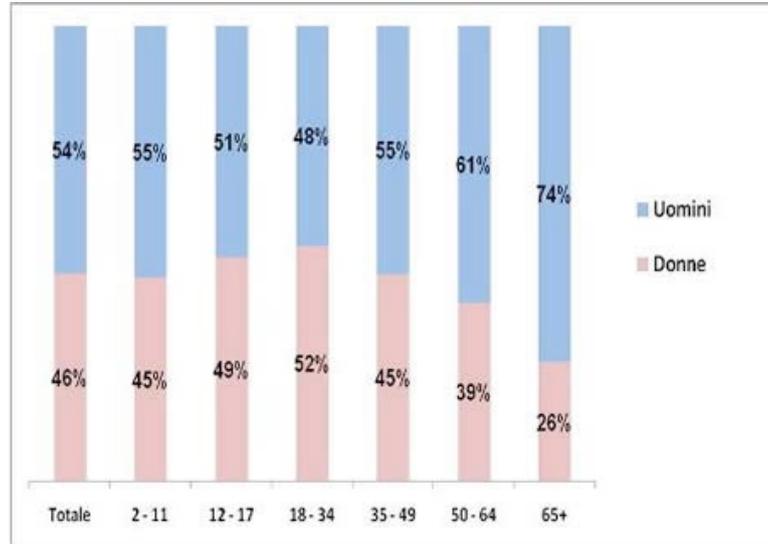
Grafico 38: Percentuale popolazione che utilizza il PC e Internet per genere



Fonte: Elaborazione dati ISTAT – Indagine Multiscopo Aspetti della vita quotidiana 2009

Le riflessioni sul gender digital divide appaiono appropriate per le donne al di sopra dei 50 anni, ma progressivamente meno attuali; come mostra il grafico 39, relativo agli accessi del mese di Settembre 2009, le donne native digitali hanno un numero di accessi a internet superiore a quello dei loro coetanei maschi (52% contro 48%).

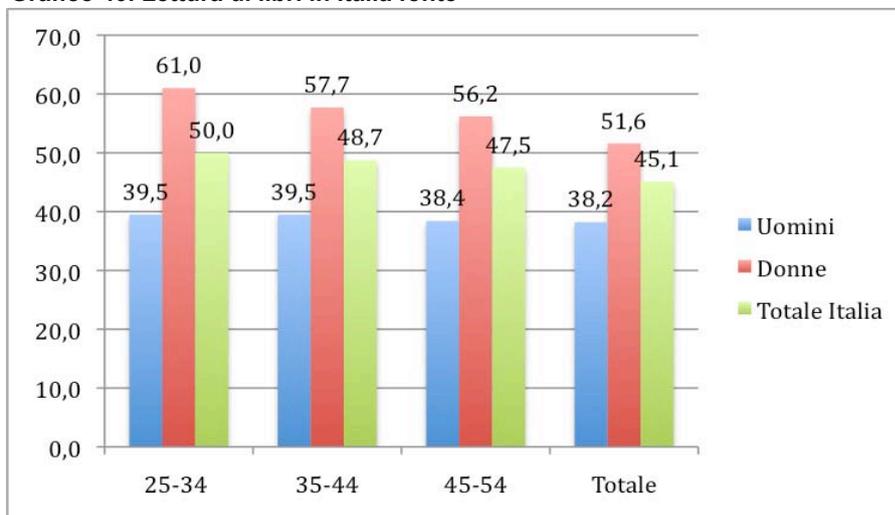
Grafico 39: Accessi a Internet da casa e dall'ufficio



Fonte: Elaborazioni Nielsen su dati Audiweb, settembre 2009

Discorso in parte diverso riguarda come è noto l'utilizzo dei mezzi su carta. Le donne sono lettrici di libri più forti degli uomini in tutte le fasce d'età e in particolare negli anni in cui maggiore è la pressione sul tempo disponibile, per la nascita dei figli (Grafico 40).

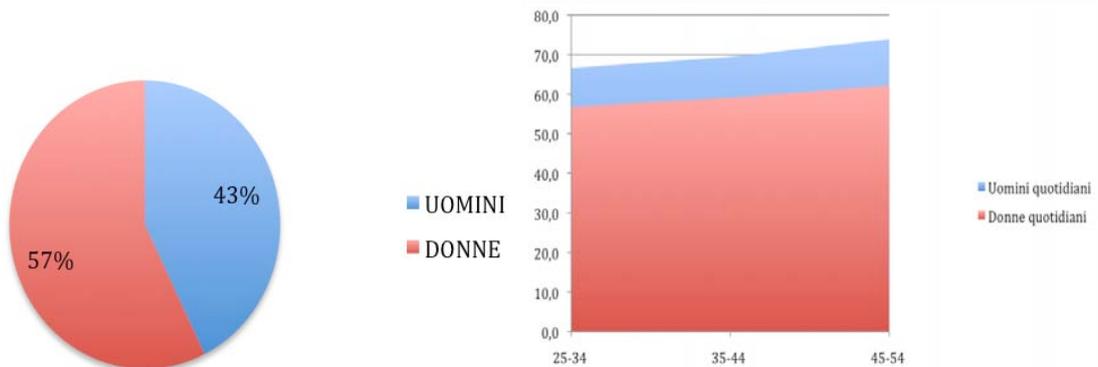
Grafico 40. Lettura di libri in Italia fonte



Fonte: Rielaborazioni dati ISTAT- Annuario Statistico Italiano 2009

Le donne sono inoltre lettrici di periodici in misura superiore rispetto agli uomini, mentre leggono meno quotidiani (Grafico 41). E' evidente che il diverso accesso a mezzi di informazione non dipende dalle caratteristiche del mezzo: non c'e' motivo che esista un "paper gender divide" che renda i libri e i periodici più facilmente accessibili alle donne e i quotidiani più accessibili agli uomini. La differente penetrazione dei mezzi presso il pubblico dei due sessi deve quindi essere ricollegata alla natura e alle caratteristiche dei contenuti.

Grafico 41: Acquisto di periodici e quotidiani per sesso

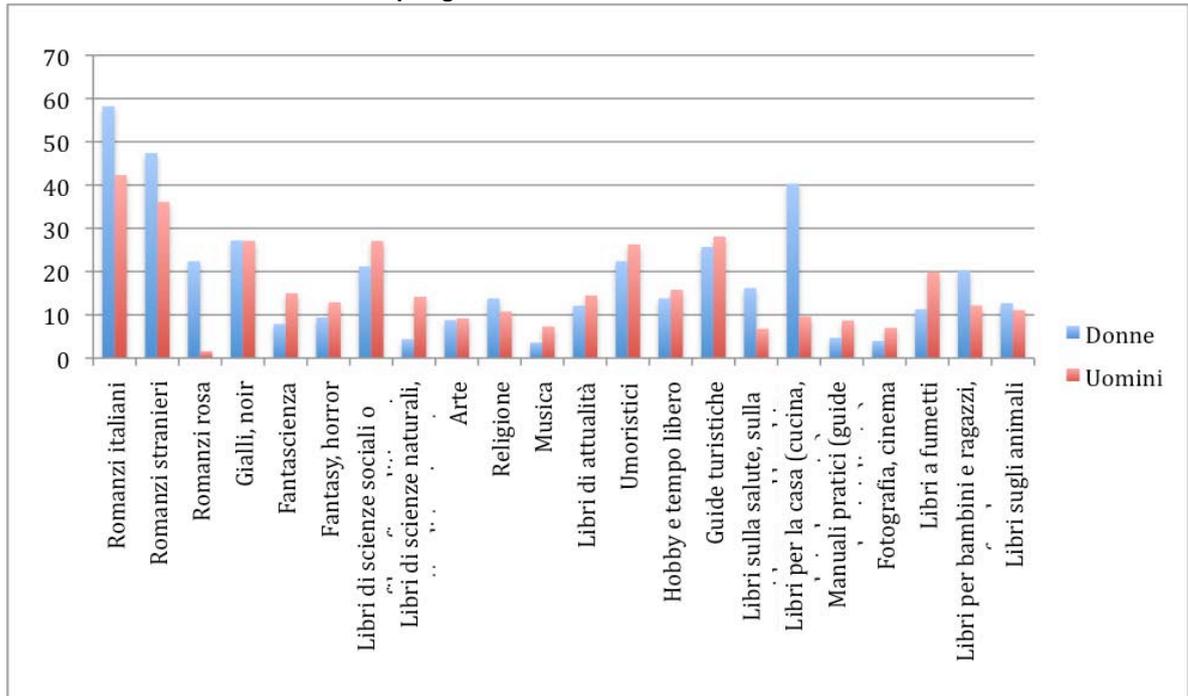


Fonte: Rielaborazione dati Audipress 2008

Fonte: Elaborazione dati ISTAT - Annuario statistico 2009

L'analisi dei dati di lettura di diversi prodotti per genere da parte di un pubblico maschile e femminile mostra effettivamente alcune differenze significative.

Grafico 42: Lettura di libri in Italia per genere letterario

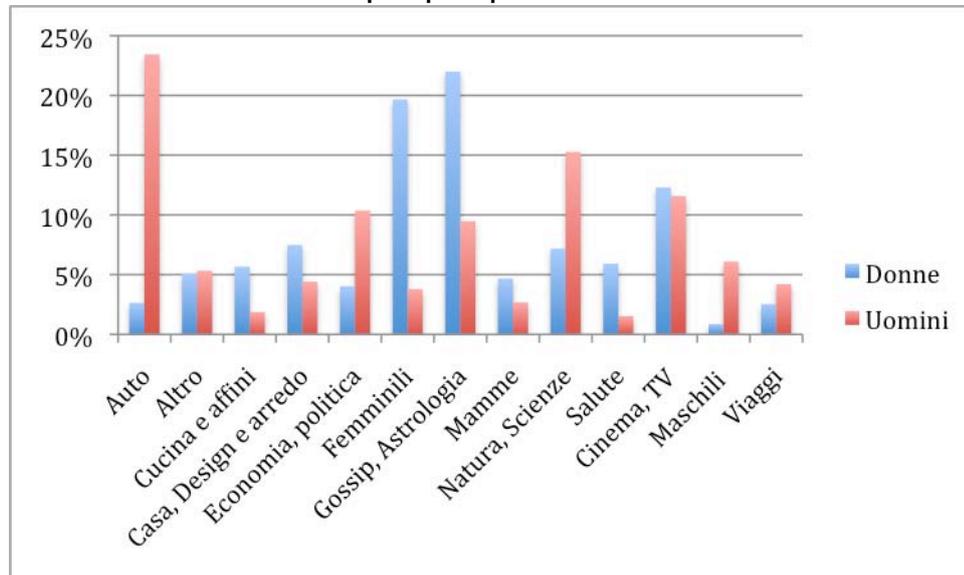


Fonte : Rielaborazioni dati ISTAT - La lettura di libri in Italia nel 2006

Le donne leggono più libri di narrativa italiana e straniera e romanzi rosa, più libri di cucina e per la casa, libri sugli animali, libri su tematiche religiose, libri sulla salute, libri per ragazzi (Grafico 42). I gialli, l'arte e l'attualità sono generi "neutri" rispetto al sesso del lettore, mentre la fantascienza, i fumetti, le scienze sociali e la manualistica d'hobby sono tematiche che attirano prevalentemente lettori di sesso maschile. I libri umoristici e le guide turistiche hanno un pubblico maschile leggermente più numeroso rispetto a quello femminile.

La polarizzazione delle letture per genere è più evidente per i periodici e per i quotidiani. Gli uomini leggono di scienze, di politica e di motori, le donne di salute, di cinema, di arredamento, di cucina e di gossip (Grafico 43).

Grafico 43: Distribuzione sesso per tipo di periodico



Fonte: Rielaborazione dati Audipress 2008

Il confronto fra i dati medi porta a definire i quotidiani un prodotto decisamente maschile (Tabella 4). In realtà, se scomponiamo il dato per tipologia di quotidiano (e quindi in parte per contenuti proposti) notiamo che il divario si riduce notevolmente per i quotidiani generalisti (nazionali, locali e free press) mentre è elevatissimo per i quotidiani specializzati (economici e sportivi). E' il contenuto che definisce l'accesso a un mezzo e non invece una predisposizione ad accedere a contenuti su un supporto piuttosto che un altro da parte del pubblico maschile e femminile.

Tabella 4: Lettura di quotidiani per genere e tipologia

	UOMINI	DONNE
Economici	66%	34%
Locali	61%	38%
Nazionali	60%	40%
Sportivi	90%	10%
Free Press	54%	46%
Totale	64%	36%

Fonte: Rielaborazione dati Audipress 2009

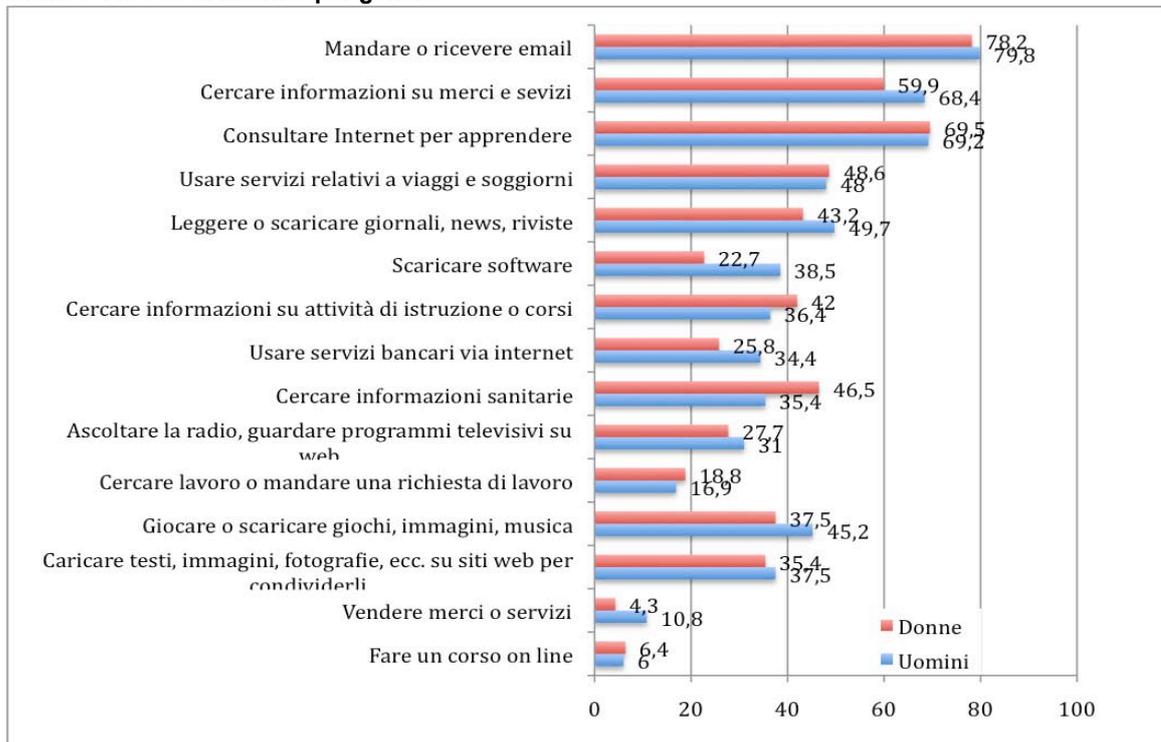
Ancora: perché le donne non si interessano di politica o di automobili e gli uomini di cucina o di maternità? Il tema è complesso e non è questa la sede per affrontarlo; è possibile tuttavia immaginare che una delle risposte stia nelle caratteristiche dell'offerta editoriale (e pubblicitaria) e nell'interazione fra domanda e offerta. Le donne non leggono riviste di automobilismo perché non sono scritte pensando a loro o perché non guidano le automobili? Quanto maggiore è il numero delle famiglie con due auto e quanto maggiore è il numero delle donne in grado di acquistare un'automobile, tanto più le donne cercheranno un'auto adatta a loro e saranno influenzate nella scelta da chi parla a loro, mettendosi dal loro punto di vista.

Da questo punto di vista, il confronto fra i dati sull'utilizzo di internet da parte di uomini e donne mostra alcune differenze interessanti. Si è rilevato più sopra (Grafico 39) che le donne utilizzano internet in pari percentuale rispetto agli uomini. Rispetto agli uomini, le donne utilizzano più frequentemente internet per raccogliere informazioni sulla salute, sul lavoro, su attività di istruzione e corsi (Grafico 44). Se incrociamo questi dati con quelli Grafici 42 e 43



(lettura di libri per genere, lettura di periodici per genere) notiamo non solo che le donne cercano informazioni puntuali su internet, ma anche che cercano informazioni a beneficio di altri membri della famiglia. Le mamme sono dunque broker informativi.

Grafico 44: Uso di Internet per genere



Fonte: Elaborazione dati ISTAT - Cittadini e Nuove tecnologie 2009

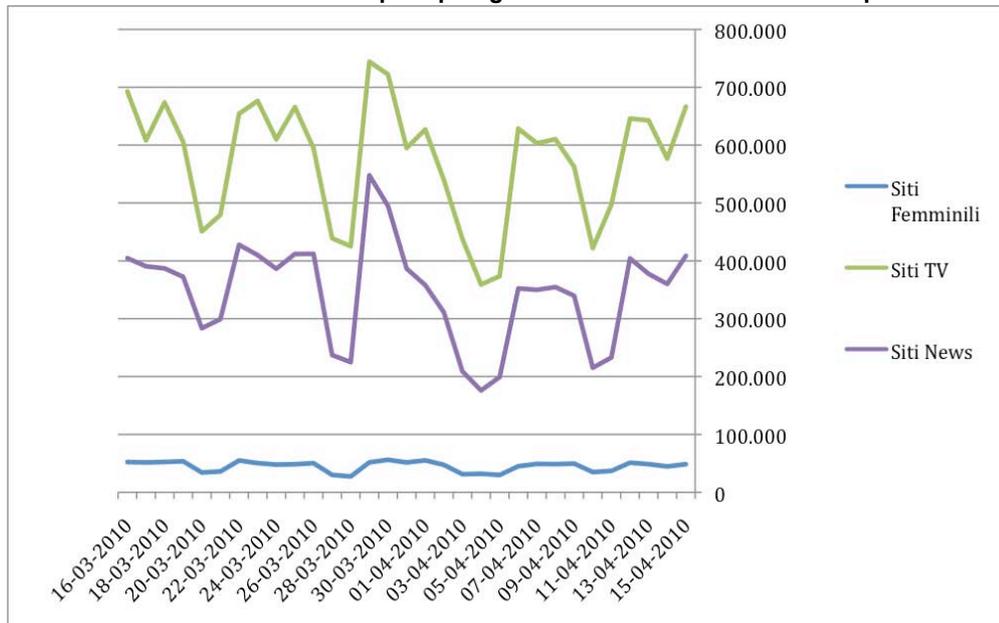
Partendo da dati Audiweb per il periodo Marzo/Aprile 2010, abbiamo confrontato l'accesso a siti di news (anche quotidiani), di TV on line (esclusi siti come YouTube) e siti femminili (prevalentemente portali e siti legati a periodici femminili).

I dati (Grafico 46) dimostrano che i siti più visitati sono quelli di TV (per lo più nazionali) che hanno un'oscillazione che va tra i 500.000 e i 750.000 visitatori al giorno. Subito dopo troviamo i siti di news che hanno un'audience che va da circa i 200.000 ai 500.000 visitatori al giorno. I siti che sono prettamente femminili hanno infine un'audience media di 50.000 visitatori al giorno.

Leggiamo nell'oscillazione dei visitatori dei picchi positivi e negativi. In particolare il picco in negativo di visite nei primi giorni di Aprile 2010 corrisponde ai giorni di Pasqua, la rete è meno utilizzata naturalmente se ci sono ricorrenze. Il picco di visite del 28, 29 e 30 Marzo corrisponde invece al periodo delle elezioni amministrative tenutesi in quei giorni.



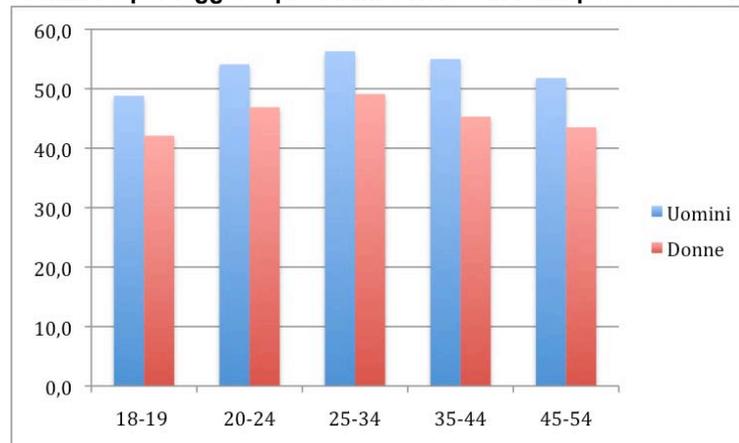
Grafico 45: Numero di visitatori per tipologia di sito web nel mese marzo/aprile 2010



Fonte: Rielaborazione dati Audiweb, marzo/aprile 2010

L'accesso medio giornaliero ai siti femminili non basta evidentemente a spiegare la presenza delle donne sul web, soprattutto se confrontato con gli accessi ai siti di news e i siti televisivi. La differenza per genere nella lettura di news online è paragonabile a quella nella lettura di free press e si mantiene costante per diverse fasce di età fino ai 50 anni (Grafico 46).

Grafico 46: Internet utilizzato per leggere quotidiani e riviste in Italia per sesso e classe di età

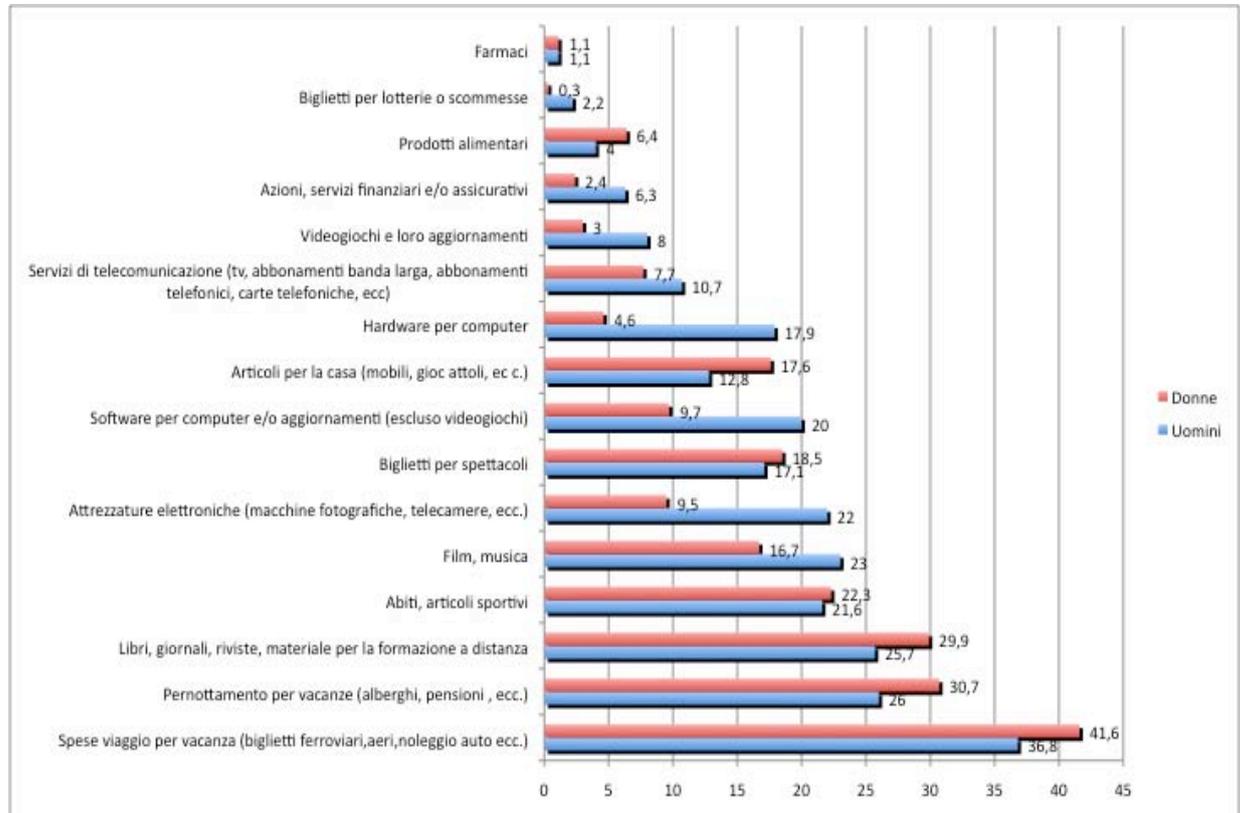


Fonte: Elaborazione ISTAT – Noi Italia 2010

Un'ultima considerazione riguarda gli acquisti su internet: le donne non solo acquistano online, ma per alcune categorie merceologiche appaiono essere consumatori non solo per sé ma per altre persone all'interno della famiglia (Grafico 47). In particolare

- non stupisce notare che le donne sono più frequentemente i responsabili d'acquisto per i prodotti alimentari e per la casa online;
- le mamme acquistano online più frequentemente degli uomini diversi prodotti (giocattoli, articoli per la scuola, libri) e servizi (corsi, viaggi studio) per i loro figli;
- le donne acquistano più frequentemente online rispetto agli uomini pacchetti viaggio, biglietti e pernottamenti relativi alle vacanze della famiglia.

Grafico 47: Acquisti di prodotti su internet per genere



Fonte: Elaborazione dati ISTAT - Cittadini e Nuove tecnologie 2009

Considerazioni conclusive

I dati presentati in questo quaderno suggeriscono di non sottovalutare il potere e la rilevanza delle donne all'interno delle famiglie, poiché esse sono sempre più responsabili d'acquisto autonome, orientano i consumi di altre persone e sono progressivamente più consapevoli del proprio ruolo di intermediazione con la realtà circostante.

La versione contemporanea dell'espressione "angelo del focolare" che traspare dai dati presentati è quella di una persona che per ruolo e per tempo dedicato orienta una porzione significativa delle scelte delle famiglie. Si tratta non solo di scelte di consumo, ma anche di brokeraggio informativo. Sono le donne che leggono i libri ai figli, che scelgono le loro vacanze e le loro scuole, che si informano su tematiche relative alla salute, verosimilmente per sé, per i figli, per gli anziani, per la famiglia. I dati non lo dicono, ma le percentuali di tempo dedicato suggeriscono che siano le donne a decidere quando e come i figli possono accedere ad internet e alla TV. Nonostante le donne italiane abbiano significativamente meno tempo a disposizione rispetto agli uomini, destinano una parte quasi equivalente del proprio tempo ad informarsi. Viste le considerazioni di cui sopra, questo non stupisce, poiché la raccolta di informazioni su una varietà di mezzi è tipica dei ruoli di broker. Queste considerazioni diventano sempre più importanti se si considera la ridefinizione del ruolo dei media nella società contemporanea, il moltiplicarsi di contenuti e di mezzi rende ancora più cruciale il ruolo della madre nel filtrare le informazioni per la famiglia.



Non si parla solo del moltiplicarsi dell'informazione a disposizione delle mamme, ma di un continuo crescere di relazioni che le mamme stabiliscono nei diversi contesti della vita familiare e lavorativa. Ad esempio molte categorie professionali, che interagiscono anche per periodi di tempo lunghi con le famiglie (gli assistenti sociali, gli psicologi, gli infermieri), sono composte in massima parte da donne, che spesso interagiscono con altre donne. Inoltre, molte delle comunità di stranieri residenti in Italia presentano un'alta percentuale di donne impiegate nell'assistenza familiare; in questi casi si tratta spesso di persone impiegate nelle famiglie come collaboratrici domestiche o come badanti. Siccome è la donna che spende una buona parte del suo tempo nel lavoro domestico, è molto probabile che sia lei ad interfacciarsi a queste categorie di lavoratrici. Ed è quindi possibile da un lato che le decisioni di acquisto di alcuni prodotti per la casa e per la famiglia siano condivise fra donne, dall'altro che le famiglie, attraverso la mediazione di donne, siano agenti chiave di integrazione.

Se oltre ad avere un ruolo di indirizzo e di filtro informativo, le donne sempre più sono decisori attivi ed autonomi all'interno della famiglia e mostrano un'attitudine a raccogliere e filtrare informazioni, vi sono importanti conseguenze per diverse categorie di operatori.

Le aziende che offrono prodotti per le donne, per la casa, per la famiglia possono trovare un interlocutore forse finora un po' trascurato o trattato talvolta con condiscendenza; i dati relativi agli accessi e agli utilizzi di mezzi di informazione e di comunicazione diversi non mostrano significative differenze nella quantità d'uso, quanto piuttosto nella funzione d'uso e nei contenuti ricercati. Le donne si informano, si informano tanto e ovunque, ma forse non sono ancora informate al meglio: parlare alle donne non sembra solo significare parlare nei canali specifici delle donne, ma anche parlare in modo utile alle donne. E questo forse richiede di integrare sempre più i servizi informativi all'interno del sistema di offerta delle aziende.

L'articolo suggerisce alle istituzioni e alle aziende di considerare le donne e le mamme come alleate. Una donna convinta (e non frastornata di informazioni inutili o fuorvianti) sarà ambasciatrice in una comunità; ma se non ha consapevolezza della sua importanza e del suo valore, il suo ruolo di mediazione sociale ed economica sarà meno efficace.