

## **Conciliare lavoro e paternità: una sinergia vincente per l'individuo, una risorsa per l'azienda**

*Il nuovo working paper della collana 2WEL del Laboratorio di ricerca Percorsi di secondo welfare analizza i problemi di conciliazione vita-lavoro presenti in Italia e spiega come la piattaforma MAAM possa promuovere lo sviluppo di sinergie tra i molteplici ruoli che i genitori ricoprono sia nella vita privata sia in quella lavorativa.*

**Milano, 11 dicembre 2018.** Life Based Value - società italiana che opera nel settore HR Tech con il brand [MAAM](#) – segnala la pubblicazione di **“Conciliare lavoro e paternità: una sinergia vincente per l'individuo, una risorsa per l'azienda”**, il working paper 4/2018 della collana 2WEL, curato da Percorsi di secondo welfare, Laboratorio di ricerca frutto della partnership tra l'Università degli Studi di Milano e il Centro Einaudi di Torino.

Il paper si propone di identificare i principali problemi di conciliazione vita-lavoro presenti in Italia e il gap venutosi a creare con gli altri Paesi UE ponendo particolare attenzione alla **debole diffusione di strumenti** in grado di **favorire la parità di genere tra padri e madri**, sia a livello pubblico che di aziende private.

Nelle aziende italiane l'esperienza paterna è generalmente un tabù e il congedo di paternità è uno strumento ancora poco utilizzato. In questo quadro il paper analizza il caso di **MAAM**, la piattaforma digitale che mira a promuovere lo **sviluppo di sinergie** tra i molteplici ruoli che i genitori ricoprono in ambito **lavorativo e familiare**.

MAAM è il primo programma al mondo che trasforma la genitorialità in un **master in sviluppo di competenze trasversali** utili per la sfera privata ma anche per quella lavorativa. Un programma blended (basato sulla metodologia del Life Based Learning, che unisce il digitale alla vita reale) utilizzato da oltre 40 aziende in Italia con oltre 4.500 utenti attivi nel percorso formativo.

Il paper illustra l'impatto della piattaforma MAAM in particolare sulla **popolazione maschile** che **partecipa al percorso**, rispetto alla **presa di coscienza** di come si cambia diventando genitore, **sulle competenze** che si acquisiscono e le principali conseguenze della paternità nella gestione vita-lavoro.

Riccarda Zezza, CEO di Life Based Value dichiara: “È incredibile che fino ad oggi la paternità sia rimasta invisibile alle aziende. I padri che partecipano a MAAM ci dicono che questa dimensione è per loro fonte di energia e di visione, e che poterla ‘portare con sé al lavoro’ li fa sentire più motivati e riconosciuti in tutte le loro capacità. In particolare, questa esperienza formativa li legittima ad approfondire temi come l'ascolto di sé stessi e degli altri a partire da una prospettiva, quella paterna, estremamente rilevante nelle loro vite”.

Chiara Agostini, Elena Barazzetta e Franca Maino, autrici del paper, hanno inoltre sottolineato che “il valore del progetto MAAM è molteplice. Se da un lato offre alle aziende uno strumento a sostegno della genitorialità dei propri dipendenti – che attraverso questa esperienza possono riconoscere nella propria organizzazione un luogo di valorizzazione del proprio ruolo di madri e padri – dall’altro è occasione di riflessione per le imprese stesse che, dati alla mano, vedono tutti i vantaggi produttivi che la genitorialità genera. L’aver dato spazio anche ai padri ha inoltre un enorme valore sociale e di abbattimento degli stereotipi di genere che ruotano intorno al tema della conciliazione, soprattutto in un momento storico in cui urge affrontare il tema oltre i soliti slogan, in tutta la sua complessità”.

Tra i risultati dell’analisi<sup>1</sup> emerge in particolare che:

- Tra i principali cambiamenti generati dalla paternità c’è la necessità di riorganizzare il tempo e le priorità – nel 55% dei casi. Ciò porta a un miglioramento della gestione delle attività, **alla delega, all’individuazione di priorità**: tutte competenze che sempre più spesso sono richieste anche nei contesti lavorativi.
- Sul tema **paternità e leadership** è emerso che la **capacità di ascolto e l’empatia** sono caratteristiche affini a questi due ambiti, rivelando che l’empatia non è associata univocamente alla sfera materna.
- Per quanto riguarda la **capacità di ascolto** e come questa sia **allenata dall’esperienza della genitorialità**, i padri hanno per la maggior parte espresso una difficoltà iniziale rispetto alla propria abilità nell’ascolto dei figli ma al tempo stesso hanno evidenziato il desiderio di accrescere tale competenza con costante allenamento.
- Relativamente alla conciliazione tra **paternità con altri ruoli**, il 37% dei casi sottolinea come i vari “ruoli” convivano serenamente e la paternità abbia portato anche un miglioramento sotto diversi aspetti. Rivestire più ruoli rende più forte l’individuo superando quindi il concetto di conciliazione come compromesso e fragilità.

In generale dall’analisi è emerso un quadro coerente con lo scenario introduttivo del working paper. Se sul fronte del riconoscimento “pubblico”, la situazione che viene restituita dai papà appare molto critica, dal punto di vista personale la paternità è descritta come **esperienza certamente faticosa ma arricchente** nonostante i padri siano ben consapevoli **dell’invisibilità del proprio ruolo**, in una società in cui la paternità non trova tutela.

[Qui](#) è possibile scaricare il working paper “Conciliare lavoro e paternità: una sinergia vincente per l’individuo, una risorsa per l’azienda” a cura di Chiara Agostini, Elena Barazzetta e Franca Maino.

\*\*\*\*\*

---

<sup>1</sup> L’analisi qualitativa dei dati raccolti dalla piattaforma MAAM, ha coinvolto 317 papà occupati in 23 grandi aziende. Il 41% dei casi i papà hanno un’età compresa fra 33 e 37 anni, seguono (31%) quelli che hanno fra 38 e 42 anni. Il 24% ha 43 anni o più, mentre il restante 4% ha fra 27 e 32 anni. Considerando invece il titolo di studio, nel 59% sono in possesso di una laurea triennale, il 10% possiede una laurea specialistica o un titolo di studio superiore (Master); il 30% un diploma superiore e il restante 1% la licenza media o un altro titolo di studio. Rispetto alla posizione lavorativa, il 31% dei rispondenti ricopre una posizione Manageriale. Infine considerando il numero di figli, il 65% dei partecipanti ha iniziato il percorso in relazione alla nascita del primo figlio, mentre nel rimanente 35% si tratta di figli successivi al primo.

**Life Based Value srl** è la scaleup innovativa, nata a ottobre 2015, che sviluppa e promuove iniziative di formazione digitale volte ad aumentare il capitale umano nelle aziende. È vincitrice del premio Social Impact Award del Sole 24 Ore e riconosciuta come innovazione sociale di impatto globale da Ashoka, la rete internazionale che riunisce gli imprenditori sociali.

**MAAM** è il primo programma al mondo che trasforma la genitorialità in un master in sviluppo di competenze trasversali. Un programma blended utilizzato da 40 aziende in Italia - tra cui Poste Italiane, Unicredit, ENEL, Unipol, Coca-Cola, OVS - con oltre 4.5 partecipanti tra mamme e papà con bambini da 0 a 3 anni.

**Percorsi di secondo welfare** è un **laboratorio di ricerca** nato nell'aprile 2011 su iniziativa del [Centro di Ricerca Luigi Einaudi di Torino](#) in collaborazione con l'[Università degli Studi di Milano](#) e il Corriere della Sera. Il progetto si propone di **ampliare e diffondere il dibattito sui cambiamenti in atto nel welfare italiano** studiando, approfondendo e raccontando dinamiche ed esperienze capaci di coniugare il ridimensionamento della spesa pubblica con la tutela dei nuovi rischi sociali, in particolare attraverso il coinvolgimento crescente di attori privati e del terzo settore.

#### **Per ulteriori informazioni**

Life Based Value: Milena Pellegatta (344/0837807 - [mpellegatta@maam.life](mailto:mpellegatta@maam.life))

Percorsi di secondo welfare: Lorenzo Bandera (393/3340520 – [lorenzo.bandera@secondowelfare.it](mailto:lorenzo.bandera@secondowelfare.it))

Prima Pagina Comunicazione: Vilma Bosticco (335/6021268 – [vilma@primapagina.it](mailto:vilma@primapagina.it))

Elisa Pagano (348/5601262 – [elisa@primapagina.it](mailto:elisa@primapagina.it))