

## FIGLI? SÌ! 3 ITALIANI SU 4 PENSANO A UN FIGLIO ENTRO I PROSSIMI 5 ANNI

**L'Osservatorio delle Famiglie Contemporanee di Prénatal Retail Group, con BVA DOXA, indaga sulla propensione alla genitorialità dei 25-40enni.**

**E l'insegna Prénatal lancia il programma di digital learning Parental Skills@Work: come l'essere genitori può aiutare anche la crescita professionale.**

**Milano, 29 aprile 2021** – Nel 2020 la natalità nel nostro Paese ha toccato il minimo storico dall'Unità d'Italia. I nuovi nati sono stati 404.104 in calo del 3,8% rispetto al 2019 (fonte ISTAT).

L'Osservatorio delle Famiglie Contemporanee promosso da Prénatal Retail Group, con le sue insegne Prénatal, Toys Center e Bimbostore, ha voluto indagare – in collaborazione con BVA DOXA – la propensione alla genitorialità coinvolgendo un panel rappresentativo di **individui tra i 25-40 anni non genitori, equamente divisi tra uomini e donne e ripartiti a livello geografico (Nord, Centro, Sud e Isole).**

### **Identikit e sogni di chi è propenso a fare figli.**

**Il 74% degli attuali "non genitori" ha in progetto di avere figli nel prossimo futuro, il 45% lo vorrebbe nei prossimi 2 anni.** A dirlo sono in prevalenza gli intervistati tra i 30 e i 40 anni e attualmente occupati. Una propensione maggiore tra le donne (51%) e i residenti nel Centro Italia (51%). **Sollecitato a rispondere sul numero di figli desiderati, il 46% ne vorrebbe 2.** Il 26% vorrebbe crescere i propri figli in una città medio-piccola. Il sogno del 38% – di cui il 52% residente nel Sud e Isole – è di vivere al mare. **Il 32% degli intervistati pensa che il budget da allocare nei primi tre anni di vita del bambino sia tra i 3.000 € e i 6.000 € all'anno. Pannolini e body care rappresentano la voce di spesa più significativa (36%),** seguono cibo e spesa alimentare (32%). Crescita e intrattenimento (corsi, ludoteche, giocattoli) pesano per l'1%.

### **Figli sì, figli no. Le aspirazioni personali e il Covid-19.**

**Le motivazioni principali che spingerebbero il 74% degli intervistati ad avere un figlio sono il desiderio di costruire una famiglia (27%) e il desiderio di maternità/paternità (20%).** Le ragioni che invece farebbero propendere il 26% a non volere figli sono l'instabilità economica e lavorativa (18%) e il non avere un partner stabile (14%).

Per il 52% degli intervistati i figli rappresentano un arricchimento, la gioia più grande. **Il 37% ritiene che avere figli sia importante per il futuro del Paese.** Per contro, il 30% sostiene che la mancanza di aiuti concreti alle famiglie sia un deterrente.

Rispetto al Covid-19, **per il 54% degli intervistati l'attuale situazione rappresenta un disincentivo a fare figli.** A dirlo sono soprattutto i residenti nel Nord Ovest (66%) dove la pandemia, soprattutto nella prima ondata, ha avuto un impatto rilevante e **le donne (59%), particolarmente colpite anche a livello occupazionale.**

L'incertezza generale (66%) e quella socio-economica (64%) guidano i timori degli intervistati per i quali la paura della situazione sanitaria (52%) è superiore a quella di perdere il lavoro (42%). Il 38% ribadisce che la mancanza di aiuti sui quali fare affidamento rimane un elemento discriminante nella scelta di non fare figli.

In questo quadro, **il Covid-19 ha influito sulla scelta di avere o non avere figli solo per il 19% degli intervistati** (sia tra chi ne voleva prima e ora non ne vuole più, 7% - sia tra chi prima non ci pensava e ora ne vorrebbe 12%). Il 46% continua a volerne e il 22% rimane convinto che non avrà figli.

## **Il lavoro flessibile può aiutare chi desidera avere un bambino?**

Da più di un anno il lavoro da casa è una realtà per moltissimi italiani. **L'impiego strutturale e codificato del lavoro flessibile all'interno delle aziende potrebbe influire sulla propensione a fare figli?** L'84% degli intervistati è d'accordo con questa affermazione (21% molto, 63% abbastanza), anche se al momento, il 44% ritiene che saranno poche le aziende ad impegnarsi attivamente.

## **Figli: bene prezioso, ma ostacolo per la carriera. Lo dice l'84% delle donne.**

**I figli rappresentano un ostacolo per la carriera lavorativa, soprattutto delle donne. Ne sono convinte l'84% delle intervistate** per le quali un bambino influisce "molto e abbastanza" nel percorso professionale contro il 28% degli uomini. A tal proposito, se il 36% degli uomini afferma che avere un figlio non è per niente un ostacolo nella vita lavorativa, ben il 54% delle donne è convinto che per il sesso maschile un figlio non abbia nessun impatto sul lavoro.

## **E se diventare genitore fosse un elemento di arricchimento del proprio Curriculum Vitae?**

**Qui entra in campo Prénatal Retail Group**, impegnato da anni e in prima linea nella relazione con le famiglie italiane e partecipe dei cambiamenti sociali, **con la sua insegna Prénatal che lancia Parental Skills @Work, il programma di formazione che rende le abilità genitoriali uno strumento di crescita professionale** e che rappresenta il primo passo del Gruppo in un percorso di creazione di valore e di supporto all'essere genitore.

*"Proprio partendo dalla consapevolezza che siano ancora in molti a vivere con preoccupazione il rientro nel mondo del lavoro o l'avanzamento di carriera dopo l'arrivo di un figlio, abbiamo sviluppato **Parental Skills @Work, un innovativo percorso di digital learning che mette in luce come le competenze acquisite con la genitorialità possano trasformarsi in risorse utili per la propria crescita professionale e preziose per le aziende**" – dichiara Massimo Arioli, Managing Director di Prénatal.*

Due i partner autorevoli che hanno contribuito alla realizzazione: l'Università della Svizzera italiana e la Fondazione Marco Vigorelli. Il corso è oggi un benefit messo a disposizione di tutti i clienti Prénatal (muniti della Vip Card, la tessera che garantisce sconti e opportunità esclusive), ma è previsto di renderlo accessibile in futuro a tutta la popolazione interessata e, a tendere, anche a quelle realtà aziendali che vorranno investire sulla formazione dei propri dipendenti utilizzando questo strumento di formazione finanziata attraverso i Fondi per le Imprese.

**Nove i moduli** attualmente presenti sulla piattaforma – fruibili anche da mobile e secondo le inclinazioni degli utenti – con un piano di ulteriore sviluppo nel prossimo futuro: **comunicazione e ascolto, empatia, gestione dei conflitti, digital skills, gioco, creatività, gestione del cambiamento, gestione dello stress, networking.**



La metodologia didattica unisce elementi di studio ad altri più pragmatici, che ciascun utente può ritrovare nella propria quotidianità. Ogni modulo è strutturato in tre sezioni: le prime due curate dagli esperti, l'ultima con video testimonianze di genitori e professionisti. A chiusura, un test di autovalutazione che consente di completare il percorso e ottenere l'attestato di partecipazione finale (*che non ha un valore legale*). Da ogni sezione è sempre possibile accedere alla community, l'area dedicata alle domande/risposte e in cui viene data agli utenti la possibilità di condividere la propria esperienza, in un'ottica di confronto e apertura.

**Parental Skill @ Work** si pone così come **strumento utile alla presa di coscienza del genitore** di fronte alle potenzialità che il suo ruolo può fornirgli anche in ambito professionale.

Link: <https://www.parentalskills.work/>

\*\*\*

Nota metodologica: indagine condotta da BVA DOXA dal 25 febbraio al 4 marzo 2021 con metodologia CAWI su un campione di 301 individui tra i 25 e i 40 anni senza figli. Sono state inoltre realizzate 101 interviste ad altrettanti individui 25-40 anni con figli su alcune domande specifiche.

---

**L'Osservatorio delle Famiglie Contemporanee di Prénatal Retail Group** è un laboratorio di monitoraggio e studio continuativo degli indicatori che guidano e influenzano le dinamiche e gli atteggiamenti delle famiglie italiane, con rilevazioni sia su campioni demoscopici, sia su panel di dipendenti del Gruppo. Nato nella primavera del 2020, l'Osservatorio intende portare l'attenzione sugli ambiti in cui le sfide dei genitori e delle famiglie si evolvono e si concretizzano quotidianamente, favorendo dialogo e confronto.

**Prénatal Retail Group** è il distributore leader nel settore dell'infanzia e del giocattolo con 777 negozi in 8 Paesi (Italia, Spagna, Portogallo, Francia, Grecia, Olanda, Belgio e Svizzera). Comprende le insegne Prénatal, Bimbostore, Toys Center e King Jouet e impiega 4.858 persone. La missione di Prénatal Retail Group è aiutare, stupire, far sognare semplificando la vita della famiglia che cresce. Per maggiori informazioni [www.prenatalretailgroup.com](http://www.prenatalretailgroup.com)

**Prénatal**, insegna di Prénatal Retail Group, fondata in Francia nel 1947, sbarca in Italia nel 1963 con il primo punto vendita a Milano. Conta oggi 162 punti vendita in Italia, tra cui negozi e megastore, e 132 nel resto d'Europa (Spagna, Portogallo, Grecia, Olanda e Francia). Per maggiori informazioni [www.prenatal.com](http://www.prenatal.com)

**Ufficio Stampa Prénatal Retail Group e Prénatal**

Cantiere di Comunicazione

Antonella Laudadio – [a.laudadio@cantierecomunicazione.com](mailto:a.laudadio@cantierecomunicazione.com) + 39 345 7131424