# Diversity management, tre realtà italiane che provano a cambiare le cose



Diversità e inclusione sono valori che si stanno affermando come imprescindibili all'interno di ogni azienda. Ma come promuoverli?

Il diversity management è l'insieme di pratiche e di strategie volte alla promozione e alla valorizzazione della diversità all'interno di un ambiente lavorativo, oltre che all'abbattimento di ogni barriera di genere, religione, etnia ed orientamento sessuale, nato grazie una sempre crescente attenzione da parte di HR e recruiters e alla spinta data dall'emissione di leggi volte a tutelare i diritti di ogni cittadino come quella per le Pari Opportunità o quella sulle Unioni Civili.

Ma se è vero che, al giorno d'oggi, tutti parlano di diversity management, lo è altrettanto che, nella pratica, **ideare e** progettare strategie di inclusione non è certo cosa semplice.

Ed è proprio per questo motivo che, anche in Italia, sono nate diverse realtà che si occupano specificatamente di questo: promuovere i valori di diversità e inclusività in un ambiente di lavoro attraverso pratiche e politiche aziendali che non risultino fini a loro stesse, ma che siano indirizzate a portare un effettivo beneficio in termini che riguardano non solo l'"umanità" di una data azienda o società, ma anche la stessa efficenza del suo operato.

#### Diversity management in Italia e all'estero

L'integrazione e il rispetto di ogni dipendente, infatti, non sono importanti solo se guardati da un punto di vista etico, ma lo sono anche in termini di employer branding, in quanto migliorano l'immagine di un'azienda agli occhi dei suoi consumatori, e di business, dal momento che ogni persona è portata a lavorare meglio in un ambiente dove si senta a agio. Tuttavia, come spiegato proprio h a un articolo apparso quest'estateClaudio Guffanti, esperto di D&I e fondatore di Unlimited Views, società che si occupa di coaching e progettazione di strategie di inclusione per le aziende, «se da un lato assistiamo a progressi importanti da parte di alcune aziende, dall'altro, invece, organizzazioni in Italia sono ferme a piccoli progetti».

Parole che fanno pensare, soprattutto quando scopriamo che «nel mercato US nessuno si chiede più se la diversity sia una reale leva di business», continua Guffanti, secondo cui sono ancora in pochi, nel nostro Paese, ad aver capito a fondo i reali vantaggi che un investimento in D&I può portare con sé. Non solo, ma, sempre secondo l'ingegnere, «alcune aziende vivono nella fierezza di credersi estremamente inclusive, ma in basta D O C O per accorgersi che molti casi inclusione quella che in realtà è non discriminazione, senza neppure conoscerne la differenza di significato».

## Unlimited Views: l'idea del diversity coaching

Ed è quindi proprio in virtù di questa scarsa consapevolezza che nasce Unlimited Views, brand che si propone di far crescere le aziende grazie al coaching, alla diversità e all'inclusione, intendendo per diversità la "pluralità dei punti di vista attraverso cui ognuno di noi da il proprio contributo" e per inclusione la "costruzione di un ambiente dove ognuno sia rispettato e supportato". Per il raggiungimento di questi obbiettivi, strumento indispensabile viene considerato il cosiddetto diversity coaching, uno dei servizi offerti dall'azienda, un tipo di coaching finalizzato proprio ad istruire leader e manager nello sviluppo di processi di inclusione e che li aiuti a rispondere ai diversi dubbi che possono nascere quando si affrontano i temi di D&I.

#### DNA - Difference in Addition: innovazione e cambiamento

Di strategie di D&I si occupa poi anche DNA — Difference In Addition, realtà che ha già fatto largamente parlare di sé, una piattaforma multistakeholder volta ad aiutare le aziende nella creazione di innovazione attraverso un cambiamento che sia sempre sostenibile e che guardi al benessere di ognuno. Sviluppandosi come un vero e proprio hub di competenze relative ai temi di D&I, DNA opera nel campo della formazione, della consulenza e della comunicazione, offrendo ai propri clienti servizi come incontri, eventi, co-progettazioni e partecipazione a bandi, attraverso un supporto multidisciplinare che possa orientare le aziende nelle scelte future e sostenendo tutte le aree dell'organizzazione.

Tra le attività portate avanti da DNA ci sono anche quelle di **Talent Center** e di **Osservatorio**. Il Talent Center DNA è il servizio finalizzato all'**inserimento in aziende di figure appartenenti a categorie svantaggiate**, come persone con

disabilità, persone di origine straniera e persone transessuali/transgender, attraverso la valorizzazione delle loro competenze e delle loro stesse differenze. Quello del Talent Center è quindi un servizio nato per favorire l'incontro fra domanda e offerta, e che viene condotto grazie a modalità di approccio differenti, come candidature on-line, job day e selezioni individuali. Quello del DNA Observatory, invece, è un progetto condotto attraverso collaborazioni con Università sia italiane che straniere che ha come obiettivo lo sviluppo e la diffusione di conoscenze relative a diversity, inclusione e welfare, grazie ad attività quali la raccolta e la diffusione di dati, l'indagine della relazione tra pratiche di diversity management e performance nelle diverse aziende e la collaborazione con organizzazioni pubbliche e private per la divulgazione di informazioni riquardanti tale tema.

### Parks — Liberi e Uguali: orientamento sessuale e identità di genere

In ultimo, non può non essere menzionata Parks — Liberi e Uguali, associazione senza scopo di lucro che da ormai dieci anni si occupa di aiutare le aziende a realizzare opportunità di business legate alla valorizzazione della diversità, con un focus prevalente sulle due aree forse più sfidanti del diversity management, ovvero quelle relative all'orientamento sessuale e all'identità di genere.

Secondo i dati che ci vengono forniti dall'OMS, le persone LGBT rappresentano circa il 5%della popolazione mondiale, il che vuol dire che più di uno dei ventitré milioni di individui che lavorano in Italia è omosessuale, bisessuale o transessuale. Tuttavia spesso l'appartenenza ad una di queste categorie viene mantenuta nascosta sul luogo di lavoro, poiché si temono ripercussioni e discriminazioni, facendo così nascere un sentimento di paura che può avere conseguenze anche sulle prestazioni lavorative di una persona, portandola a "lavorare peggio".

Ecco perché la comunità LGBT rappresenta oggi un tema così importante: le aziende che non trattano questo discorso con la dovuta attenzione rischiano di farsi promotrici di luoghi di lavori non ci si senta a proprio agio, così come di climi ed atmosfere che possono inficiare non solo sulla propria reputazione, ma anche sull'operato dei propri dipendenti. Ed è proprio qui che entra in gioco Parks, associazione nata nell'aprile del 2010 (e che vanta tra i suoi fondatori aziende del calibro di Ikea, Johnson&Johnson e Telecom Italia) che si propone di offrire alle aziende servizi relativi a formazione, comunicazione e consulenza su politiche che rispecchino le necessità dei lavoratori LGBT, oltre che sulla creazione di questionari e ricerche ad hoc e l'organizzazione di eventi focalizzati sui temi di D&I, una serie di attività che è sempre calibrata sulle diverse realtà aziendali e che si pone il costante obiettivo di creare un ambiente che sia rispettoso delle scelte e delle esigenze di ogni individuo.

Altri due servizi offerti, infine, sono il Network e il ParksLab. Le aziende che si associano a Parks possono accedere ad un'area riservata dedicata che si propone di essere uno spazio di condivisione, dove le diverse aziende possono confrontarsi, scaricare documenti e rimanere aggiornati sulle varie attività dell'organizzazione. Il ParksLab, invece, è una serie di incontri tematici su questioni LGBT studiati per fornire gli strumenti necessari alle aziende per il superamento di eventuali problematiche relative all'introduzione e all'implementazione di politiche inclusive.