

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 efficienza 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 proprio agio**. Tuttavia, come ha spiegato in un [articolo](#) apparso quest'estate **Claudio 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, **molte 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 basta poco per accorgersi che in molti casi chiamano **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 dà il proprio contributo" e per **inclusione** la "costruzione di un ambiente dove ognuno sia rispettato e supportato". Per il raggiungimento di questi obiettivi, 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 riguardanti 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 lavoro 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.