Diverity & Inclusion… ma diverse da chi?

Quando si parla di politiche di sviluppo delle Risorse Umane è sempre più frequente **l'utilizzo della sigla D&I, acronimo di Diversity & Inclusion**. In linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, uno dei punti fondamentali dell'iniziativa dell'Onu riguarda proprio la valorizzazione delle diversità, in particolare **per quanto riguarda la disparità di genere**. Ma perché è così importante in ambito organizzativo? La risposta è nei dati. Il report dal titolo *Breaking down gender biases, shifting social norms towards gender equality* della United nations development programme 2023 ha registrato che, rispetto ai Paesi europei, l'Italia presenta **percentuali di persone con bias di genere molto elevate**: il 61% della popolazione ne ha almeno uno (il 65,3% degli uomini e il 57,9% delle donne). Per esempio, il 19,2% degli italiani ha bias di natura politica, l'8% di natura scolastica, il 29,7% di natura economica.

Come si collocano le aziende italiane in questo contesto? Ne abbiamo parlato con **Flavia Brevi, Communication manager di Libellula**, fondazione nata nel 2018 come iniziativa di responsabilità sociale di Zeta Service che accompagna le aziende nello sviluppo di **progetti volti alla decostruzione degli stereotipi** e a sostegno dello sviluppo di un ambiente di lavoro inclusivo. "Quando sei giovane c'è la scuola che ti forma, ma quando sei una persona adulta dov'è che sviluppi sensibilità su questi temi se non nel posto di lavoro dove vivi la gran parte del tuo tempo? Un'azienda virtuosa può educare le sue persone a **disinnescare bias di genere, contrastare la violenza in tutte le sue forme, anche quelle verbali**. In questo senso le imprese hanno un ruolo sociale che impatta tutta società in cui viviamo, anche al di fuori del luogo di lavoro".

Brevi insiste sulle micro aggressioni, troppo spesso sottovalutate: "È importante sensibilizzare le persone per evitare che, più o meno inconsciamente, usino un **linguaggio non inclusivo perché anche quella è violenza**. In questo le aziende hanno una grande responsabilità perché spesso i luoghi di lavoro sono l'unico posto dove una vittima di violenza domestica può (e deve) potersi sentire al sicuro, accolta, compresa". Ma siamo sulla buona strada; **la sensibilità delle aziende sui temi della D&I e della lotta alla violenza** e agli stereotipi di genere sta aumentando: "Lo notiamo, per esempio, dal fatto che c'è molta più progettualità. Una volta le imprese ci chiedevano supporto solo per progetti spot in occasioni particolari come il **25 novembre, Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne**, e l'8 marzo, la Giornata della donna, mentre ora i progetti di queste occasioni hanno una 'coda lunga' che continua poi per tutto l'anno. È un messaggio importante, perché le **iniziative di D&I non restino una mera operazione di *pinkwashing***, ma diventino un reale impegno all'interno di un percorso a lungo termine e che necessita sensibilizzazione e formazione continua".

Sostenere la genitorialità condivisa

Proprio per valorizzare e premiare le aziende più virtuose, Fondazione Libellula ogni anno organizza *Libellula inspiring company*, il premio rivolto a tutte le aziende aderenti al network che si sono distinte per aver dato vita a **progetti volti a prevenire e contrastare la violenza e la discriminazione di genere,** dentro e fuori il contesto di lavoro. Nel 2023, per la categoria 'Prevenzione e contrasto alla violenza di genere' il premio è andato ad Andriani, azienda specializzata nella produzione di pasta naturalmente senza glutine di alta qualità; un riconoscimento frutto di un percorso iniziato già da qualche anno, ma che è solo all'inizio, come racconta **Sara Rossi, Coordinatrice per le tematiche D&I di Andriani**: "Il percorso è iniziato nel 2021 quando, dopo essere diventata società benefit, l'azienda ha dato vita a un percorso che si inserisce all'interno di quella che è la volontà dell'organizzazione, ossia, apportare un cambiamento culturale. Lo abbiamo fatto a partire dai **feedback dei nostri lavoratori, coinvolti per capire insieme che cos'è la violenza** di genere e che cosa sono gli stereotipi, provando quindi a deostruirli. Inoltre, ci siamo serviti del potere pedagogico del teatro per permettere alle persone di immedesimarsi in contesti diversi dai propri. Visto il successo e la partecipazione, abbiamo poi deciso di mettere in scena un vero e proprio spettacolo ripercorrendo le gesta di cinque grandi donne del passato di periodi storici e background diversi: Lady Diana, Frida Kahlo, Evita Perón,Marlene Dietrich e Luisa Spagnoli''. Rossi spiega come sia stato importante coinvolgere le persone in veste di attori protagonisti per lo spettacolo, così da essere **parte attiva del processo di sensibilizzazione non solo dei colleghi**, ma anche di una platea esterna all'azienda.

IL FUTURO DEGLI SMART CONTRACTS SECONDO IL DATA ACT EUROPEO

Nel corso delle precedenti newsletter mensili, abbiamo tentato di accompagnare i nostri lettori in una serie di approfondimenti legati al tema della **blockchain e degli smart contracts**[1]. Il **Data Act**[2], nel regolamentare il diritto di accesso ai dati prodotti dagli **IoT** (*Internet of Things* o *Internet delle cose*) e nel contesto più ampio relativo ad una strategia europea dei dati (cd. *European Data Strategy*), prevede anche delle disposizioni specifiche inerenti ai contratti intelligenti o *smart contracts* in inglese.

Il Regolamento in parola, direttamente applicabile in tutta l'Unione Europea senza necessità di recepimento da parte di leggi nazionali, entrerà pienamente in vigore a partire dal **12 settembre 2025**, con alcuni differimenti agli anni successivi

limitatamente ad alcune sezioni o disposizioni di dettaglio e rimandando al **2028** una valutazione globale del regolamento e presentando al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo una relazione sulle principali conclusioni tratte (art. 46).

La **definizione** di contratto intelligente è contenuta nell'art. 2 rubricato "*Definizioni*" secondo cui, uno smart contract è un "*programma informatico utilizzato per l'esecuzione automatica di un accordo o di parte di esso utilizzando una sequenza di registrazioni elettroniche di dati e garantendone l'integrità e l'accuratezza del loro ordine cronologico*" e dovrà rispettare i requisiti previsti dal Data Act solo se utilizzato per "*rendere disponibili i dati*" (cfr. art. 2 pt. 39, QUI)

In altre parole il corposo regolamento (composto da **119 Considerando e 50 articoli**), al fine di rispondere alle necessità dell'economia digitale e di eliminare gli ostacoli al buon funzionamento del mercato interno dei dati, intende stabilire "*un quadro armonizzato che specifichi chi ha il diritto di utilizzare i dati di un prodotto o di un servizio correlato, a quali condizioni e su quale base*." (cfr. Considerando n. 3) e, quindi, obbligando i produttori e i progettisti di dispositivi IoT a condividere i dati generati dall'uso dei dispositivi con gli utenti o con terze parti designate dagli utenti.

Una rivoluzione copernicana per i fornitori di servizi IoT e per le aziende

L'approvazione del Data Act rappresenta una **rivoluzione significativa sia per i fornitori di Internet delle cose (IoT) che per le aziende** (ed in particolare microimprese, piccole imprese e medie imprese) interessate ad accedere ai dati generati dagli IoT. Con questo atto, gli utenti di dispositivi IoT possono richiedere la condivisione di questi dati con terze parti, nel rispetto di determinate condizioni e limiti

(articolo 4). Il Regolamento europeo impone ai fornitori di IoT (titolari dei dati) e ai destinatari terzi di stipulare un "**accordo di condivisione**" dei dati volto a regolamentare il flusso di informazioni. Il Data Act prevede **anche l'uso di smart contract per questi accordi**, segnando la prima regolamentazione dell'Unione Europea su questo tipo di contratto. Degno di nota è il Considerando n. 104 nella parte in cui afferma che per promuovere l'**interoperabilità** degli strumenti per l'esecuzione automatica di accordi di condivisione dei dati è necessario "*stabilire requisiti essenziali relativi ai contratti intelligenti redatti da professionisti per altri o integrati in applicazioni che sostengono l'attuazione di accordi per la condivisione dei dati*", creando **una connessione sempre più stretta tra il diritto e le nuove tecnologie**.

Smart contracts e condivisione dei dati

Gli smart contract offrono vari **vantaggi**, tra cui la possibilità di ridurre i costi, soprattutto quando gli accordi di condivisione dei dati variano minimamente, ad esempio cambiando solo l'ambito di applicazione. Questi contratti intelligenti possono anche servire come misura di protezione per impedire l'uso non autorizzato o alla divulgazione dei dati da parte dei destinatari (art. 11). Inoltre, le norme sui contratti intelligenti si applicano a qualsiasi accordo di condivisione dei dati, non solo quelli tra titolari e destinatari. Ciò significa che anche **l'industria delle criptovalute**, che fa largo uso dei contratti intelligenti, dovrà conformarsi al regolamento in parola se gli accordi sottostanti mirano alla "condivisione dei dati". Tuttavia, il Considerando n. 6 precisa che il Data Act, nel prevedere cd. "**norme orizzontali**", lasci aperta la possibilità tanto all'Unione Europea quanto gli ordinamenti nazionali l'onere di "*affrontare le situazioni specifiche dei settori pertinenti*".

Requisiti tecnici degli smart contracts

Con riferimento agli **aspetti tecnici**, in particolare per i servizi di trattamento dei dati, il regolamento pone in capo alla Commissione europea il potere di adottare atti al fine di integrare il regolamento ed istituire un "*meccanismo di controllo delle tariffe di passaggio imposte dai fornitori di servizi di trattamento dei dati sul mercato, e di specificare ulteriormente i requisiti essenziali in materia di interoperabilità*" (Considerando n. 113).

L'art. 36 (rubricato: "*Requisiti essenziali relativi ai contratti intelligenti per l'esecuzione degli accordi di condivisione dei dati*") prevede che il venditore di applicazioni che utilizzano i contratti intelligenti o, in sua assenza, l'azienda (esercente attività di impresa commerciale, imprenditoriale o professionale), deve assicurare che gli smart contracts rispettino i seguenti **requisiti essenziali**, qui di seguito elencati:

1. **robustezza e controllo dell'accesso**: lo smart contract, infatti, deve essere progettato by design in modo tale da offrire meccanismi di controllo dell'accesso e un grado di robustezza molto elevato per evitare errori funzionali e resistere alla manipolazione di terzi;
2. **cessazione e interruzione sicure** (cd. **kill switch**) per cessare l'esecuzione automatizzata delle transazioni ad opera dello smart contract e prevedere al contempo funzioni interne tali da reimpostarlo o trasmettergli l'istruzione di fermarsi o interrompere il proprio funzionamento allo scopo di evitare esecuzioni accidentali future;
3. **archiviazione e continuità dei dati**, per garantire, nel caso in cui si debba procedere alla risoluzione o alla disattivazione di un contratto intelligente, che vi sia la possibilità di archiviare i dati relativi alle transazioni nonché la logica e il codice del contratto intelligente al fine di tenere traccia delle operazioni effettuate sui dati in passato (cd. verificabilità);

4. **controllo dell'accesso**, per garantire che un contratto intelligente sia protetto mediante meccanismi rigorosi di controllo dell'accesso sul piano della governance;
5. **coerenza**, con i termini dell'accordo di condivisione dei dati che il contratto intelligente esegue.

[1] L'ultimo articolo "*BLOCKCHAIN E SMART CONTRACT [EP 10/10]*" è disponibile QUI.

[2] Regolamento (UE) n. 2023/2854 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 13 dicembre 2023 riguardante norme armonizzate sull'accesso equo ai dati e sul loro utilizzo e che modifica il Regolamento (UE) n. 2017/2394 e la direttiva (UE) n. 2020/1828 (regolamento sui dati).

"Dior? Altro che alta moda. Reputazione in fumo come con la Ferragni"

Una borsa venduta a 2.600 euro e pagata da Dior solo 53 euro: “Aumenta la sfiducia della clientela”. L’intervista a Luca Poma, esperto di crisis management

---

Il dilemma dei festivi: quando un commento leggero diventa polemica

Nei giorni delle recenti festività pasquali, a tenere banco sui social, in Italia, è stato un episodio che, sebbene inizialmente sembrasse innocuo, ha sollevato una riflessione profonda sul lavoro nei giorni festivi e sull’etica della comunicazione tra clienti e dipendenti. Una commessa di Golden Point, mentre svolgeva il suo turno in un centro commerciale, ha fatto una battuta a una cliente, esprimendo il desiderio di essere invece impegnata a grigliare per la Pasquetta. Quello che per alcuni potrebbe sembrare un commento leggero e

informale è rapidamente diventato un argomento di discussione virale sui social media.

Il caso ha preso piede quando la cliente, percependo la battuta come una mancanza di professionalità, ha deciso di condividere la sua esperienza online. Il post è diventato virale, generando una serie di commenti che mettono in discussione la pratica del lavoro nei giorni festivi e l'atteggiamento dei dipendenti verso i clienti.

Questo episodio solleva interrogativi su due fronti. In primo luogo, riguarda le aspettative verso i lavoratori dei centri commerciali durante i festivi. Il commercio al dettaglio, come molti altri settori, è caratterizzato da un'attività intensa durante i periodi di festa. Tuttavia, c'è una linea sottile tra la professionalità e l'umanità, e le battute informali, pur se innocenti, possono essere interpretate come segno di scarsa dedizione.

In secondo luogo, la reazione della cliente evidenzia una crescente sensibilità riguardo alla percezione del servizio al pubblico. Con l'aumento delle aspettative nei confronti del comportamento dei dipendenti, la questione si amplifica attraverso i social media, dove ogni esperienza, positiva o negativa, può diventare oggetto di dibattito pubblico. In questo contesto, le piattaforme social giocano un ruolo ambivalente: se da un lato offrono uno spazio per la libertà di espressione, dall'altro possono amplificare in modo sproporzionato episodi che, senza il risalto mediatico, potrebbero restare circoscritti.

La questione di fondo è se le battute informali da parte dei dipendenti debbano essere tollerate in contesti di lavoro così impegnativi e se, in definitiva, non stiamo richiedendo una sorta di perfezione irrealistica a chi lavora in situazioni di stress. Questo incidente, sebbene possa sembrare banale, riflette una tensione crescente tra la vita privata e quella professionale, e tra la necessità di un servizio clienti

impeccabile e la realtà della vita lavorativa quotidiana.

In sintesi, l’episodio della commessa di Golden Point mette in luce il delicato equilibrio tra professionalità e umanità, invitando a riflettere su come la percezione del servizio e le aspettative dei clienti stiano evolvendo nell’era dei social media.

GOP – Studio Legale Gianni & Origoni ha avuto un ruolo negli attacchi che hanno portato al crack dell’unicorno green Bio-On?

Un importante studio legale italiano, Gianni & Origoni, noto nel mondo dell’alta finanza e dei white collars con l’acronimo GOP, potrebbe essere a vario titolo coinvolto nelle attività professionali e speculative che hanno poi causato il crack in borsa di BioOn, la celebre start-up high-tech italiana caduta in default – con grave danno per i risparmiatori – a seguito della diffusione, da parte di un fondo domiciliato alle Isole Cayman che ha speculato al ribasso, di notizie non genuine sulla sua stabilità patrimoniale e sulla sua performance industriale.