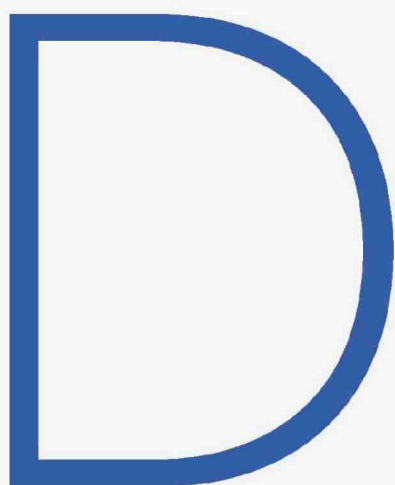


Diverso sarà lei | di rosailaria iaquinta

DIVERSITÀ in azienda: un'istantanea ITALIANA



Donne, under 30 e disabili. Sono i primi tre target delle aziende italiane che sviluppano programmi di diversità e inclusione. Poco interesse suscitano invece i lavoratori più senior (over 55).

A rivelarlo è l'indagine "Diversity & Inclusion" condotta nel periodo marzo-ottobre 2018 da ISTUD e Wise Growth e che ha coinvolto 55 aziende di grandi dimensioni (mediamente con 7400 dipendenti e nel 68% dei casi controllate da multinazionali straniere), e di settori diversi. La ricerca, presentata il 13 novembre scorso a Milano, fotografa

la diversità nelle aziende italiane, analizzando le misure intraprese, le strategie adottate per sensibilizzare il management su queste tematiche, la formalizzazione dell'impegno, gli obiettivi, e le sfide maggiori dei prossimi cinque anni.

Andiamo per ordine. Tra le misure più gettonate spiccano la flessibilità e lo smart working, messe in campo dal 76% del campione intervistato. Seguono: per il 58% il networking finalizzato a condividere le conoscenze con altre realtà aziendali; per il 55% i programmi di *empowerment*; per il 53% sia le attività di mentoring che gli interventi di supporto alla maternità; per il 16% la tutela dell'orientamento sessuale; per il 5% dell'inclusione dei lavoratori poco qualificati. Nessuna delle società intervistate ha valorizzato invece la diversità religiosa.

Per sensibilizzare i vertici aziendali ai temi di diversity e inclusion e accelerare il cambiamento il 73% delle imprese sceglie la formazione; il 42% utilizza quote o target numerici o kpi (key performance indicators) e l'11% invece

valuta formalmente i manager rispetto al raggiungimento dell'obiettivo di creare un ambiente inclusivo.

L'impegno in tema diversity è formale per diverse aziende intervistate. Il 58% di queste ha incaricato una risorsa, appartenente nella maggior parte dei casi al dipartimento hr, al diversity management. Il 44% ha nominato un diversity board/committee/council o un comitato pari opportunità. E il 40% ha dedicato un budget specifico a questo tipo di attività.

Quanto agli obiettivi emerge invece una certa comunanza. Il 95% delle aziende si è impegnato attivamente sui temi di diversità e inclusione implementando dei programmi per migliorare il clima aziendale. L'84% del campione ha citato anche l'obiettivo di promuovere la

diversità in tutti i livelli gerarchici e l'80% la volontà di attrarre e trattenere una forza lavoro "plurale".

Per il futuro prossimo (da qui a cinque anni), le sfide più menzionate sono quelle inerenti: il tema età/generazioni (valorizzare i giovani, ingaggiare i senior, scambio intergenerazionale); gli strumenti di work and life balance (smart working, genitorialità); e il genere (abbattere il soffitto di vetro, eliminare il gender pay gap).

Se da un lato i risultati dimostrano che sono tante le aziende che si occupano di diversity & inclusion, dall'altro solo il 33% di loro trova soddisfacenti i risultati raggiunti con l'adozione di queste pratiche. Di contro, il 67% dichiara un raggiungimento medio o basso degli obiettivi alla base delle azioni intraprese. ■

