



GIDP

14 novembre 2023

INDICE

GIDP

14/11/2023 Il Sole 24 Ore	4
Global inclusion, libertà grazie a partecipazione e sinergie tra imprese*	
13/11/2023 FQ Millennium	5
Cara azienda, ti farò sapere. I giovani ribaltano i colloqui	

GIDP

2 articoli

Imprese & Territori

Global inclusion, libertà grazie a partecipazione e sinergie tra imprese

L'evento. Aziende e istituzioni a confronto per la piena realizzazione dei principi dell'articolo 3 della Costituzione italiana nel lavoro e nel Paese

Nelle parole della storica canzone di Giorgio Gaber, "Libertà è partecipazione" c'è tutta la poetica dell'ecosistema dell'inclusione della sua capacità di contribuire a realizzare l'articolo 3 della Costituzione», sostiene Luigi Bobba, presidente Global Inclusion - art. 3 e Terzjus. Anche per dare nuova linfa alla libertà. Ed è questo il motivo che ha fatto il ritorno della quinta edizione della Global Inclusion, organizzata da Il Sole 24 Ore Comitato Global Inclusion - art. 3 con l'Associazione italiana per la Direzione del Personale (Aidp) e il patrocinio del Parlamento europeo, che si è svolta ieri al Teatro Elfo Puccini di Milano e a cui è intervenuto il direttore de Il Sole 24 Ore, Fabio Tamburini. La giornata è stata seguita da 2.300 partecipanti tra presenti in sala e connessi e ha aperto molteplici capitoli, dal volontariato, al purpose, fino al senso di appartenenza.



La giornata. Un momento del dibattito al Teatro Elfo Puccini di Milano



LUIGI BOBBA
È Presidente Comitato Global Inclusion - art. 3 e Terzjus

Le sinergie tra imprese

È proprio nelle imprese che si incrociano molteplici declinazioni della partecipazione, che spesso hanno portato grandi organizzazioni a muoversi in modo sinergico, come avviene nella 4 Weeks 4 Inclusion. Enrica Danese, responsabile Institutional Communication, Sustainability & Sponsorship di Tim, dice che «Global Inclusion è un importante momento di confronto sulle tematiche di inclusione, così come lo è la 4 Weeks 4 Inclusion. Come Tim, con Women Plus - la nuova app a supporto dell'occupazione femminile - e con i Punti Viola nei nostri negozi, abbiamo dato un segnale concreto di cosa vogliamo per noi dire che «La parità non può aspettare».

2.300

I PARTECIPANTI 2023

In 2.300 a "Global Inclusion", promosso da Comitato Global Inclusion - art. 3, Il Sole 24 Ore e Aidp

rali, dove la partecipazione diventa un vero e proprio purpose. Barbara Lucini, responsabile Country Sustainability & Social Responsibility di Generali Italia, spiega che la compagnia vuole «essere un'azienda trasformativa, generativa e guidata dall'impatto, in grado di creare valore condiviso nel lungo periodo; è in questo senso che riteniamo la partecipazione, dei nostri dipendenti, della Rete e delle comunità in cui operiamo, un elemento necessario per costruire un futuro che sia equo e inclusivo per tutti. Un pensiero condiviso con Giulia Moretti, marketing intelligence manager di Generali Italia e Antonella Pascucci, digital manager di Alleanza assicurazioni.

La certificazione di parità

La partecipazione, soprattutto quando si parla di genere, è passata anche dalla via legislativa. Diventa operativa a luglio del 2022, in poco più di un anno la legge sulla certificazione di parità registra già un traguardo importante: sono state superate le 700 aziende certificate. «Le aziende certificate sono ad oggi 738, di cui il 43% nel Nord Italia, il 30% al Centro e il 27% al Sud e nelle isole» ha spiegato Gianluca Puliga, dirigente del dipartimento per le Pari Opportunità, aggiungendo: «La certificazione della parità di genere è un importante tassello nell'evoluzione culturale che introduce un nuovo paradigma nel DNA delle imprese italiane volto a produrre un cambiamento sostenibile e durevole nel tempo. Il Dipartimento per le pari opportunità guida questo progetto utile anche per una crescita economica».

L'ultima novità in tema di certificazione è la pubblicazione il 6 novembre scorso dell'avviso che definisce i criteri e le modalità per la concessione dei contributi alle micro, piccole e medie imprese per l'ottenimento della certificazione della parità di genere, misura realizzata con Unioncamere in qualità di soggetto attuatore. La misura ha una dotazione complessiva di

10 milioni di euro, 8 dei quali destinati al supporto alle pm. E nello spaccato queste ultime contano nel complesso per il 67% (sotto i 250 dipendenti), mentre il 9% sono micro aziende (sotto i 10 dipendenti) e il 24% grandi imprese oltre i 250 dipendenti. «Il sistema camerale - ha commentato Marilina Labia, SiCamera - è partner del dipartimento per le Pari Opportunità per affiancare le imprese nel percorso di cambiamento culturale e di innovazione organizzativa che la certificazione della parità di genere, strumento fondamentale di sostenibilità, implica».

Le imprese che stanno scegliendo la certificazione sono tante e diversificate, non solo per dimensione ma anche per settore. Italgas ha ottenuto la certificazione nel settembre scorso e il responsabile hr, Peter Durante ammette: «Ogni strumento aziendale, dal modello di leadership alle esperienze di D&I hanno visto luce grazie al lavoro dal basso del nostro personale», riconoscendo alla partecipazione un valore fondamentale per la riuscita dei cambiamenti organizzativi e culturali aziendali. Sulla stessa linea si muove anche Prysmian: «Fare leva sulla diversità di genere, età e cultura significa creare un valore superiore e ci impegniamo costantemente per costruire un ambiente di lavoro in cui tutti i nostri dipendenti possano sentirsi compresi, rispettati e inclusi. La D&I fa parte della nostra Social Ambition 2030 ed è un pilastro strategico per la nostra azienda» ha spiegato Fabrizio Rutschmann, chief Hr officer di Prysmian Group. Da un punto di vista normativo, per Giulietta Bergamaschi, partner Lexellent, gli sviluppi vanno in due direzioni: «La prima si riferisce alla definizione del trattamento economico e normativo per lavoratrici e lavoratori». La seconda, invece, riguarda la necessità che il luogo di lavoro sia a tutti gli effetti un ambiente protetto da qualunque forma di discriminazione. Se si registrano segnali di cambiamento e progressi nella direzione di una maggiore parità di genere, primo step per poter lavorare su un'inclusione ben più ampia delle diversità, è anche vero che molto resta ancora da fare. Come sottolinea Claudia Filippone, Hr & communication chief officer di RINA. «La strada è ancora lunga ma gli obiettivi raggiunti finora dimostrano quanto le imprese siano sempre più vicine a questi temi sia per la propria crescita sia per il grande valore che rappresentano in termini di coinvolgimento, valorizzazione e sviluppo delle persone e di sensibilizzazione della comunità intera».

—R.F.I.
—R.L.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

24

L'INIZIATIVA
Ieri a Milano la quinta edizione di "Global Inclusion". L'evento, presso il Teatro Elfo Puccini, è stato dedicato al tema "Libertà è partecipazione"



La canzone. Libertà è partecipazione per il ritorno di Global Inclusion 2023

I protagonisti

Global Inclusion, evento promosso dal Comitato Global Inclusion - art. 3 e Il Sole 24 Ore in collaborazione con l'Associazione italiana direzione del personale è organizzato sotto l'alto patrocinio del Parlamento europeo. Main Sponsor sono Banco BPM e Generali, official sponsor Autostrade per l'Italia, Bip, Italgas, Lexellent, Prysmian Group, Rina e SiCamera, mentre Dompè è event partner



LICIA CIOCCA
Responsabile Inclusion, Diversity e Social Banco BPM



«Attraverso il programma "GuardiamOltre" finalizzato a rendere la Banca una realtà più accessibile e inclusiva di tutte le forme di diversità»



BARBARA LUCINI
Head Sustainability Generali Italia



«La partecipazione è un elemento necessario per costruire un futuro che sia più equo e più inclusivo per tutti»



ENRICA DANESE
Responsabile communication e Sustainability di Tim



«Con Women Plus e con i Punti Viola, abbiamo dato un segnale concreto di cosa vogliamo per noi dire che "La parità non può aspettare"»



ALESSIA RUZZEDDU
Diversity, equity, inclusion manager di Aspi



«Serve recuperare il senso di comunità, far riscoprire l'orgoglio e la passione di contribuire al cambiamento culturale»



PETER DURANTE
Direttore hr & organization Italgas



«La partecipazione è stata un elemento chiave per realizzare la grande trasformazione digitale e soprattutto culturale di questi anni»



FABRIZIO RUTSCHMANN
Chief HR Officer di Prysmian



«Per fare un ulteriore passo avanti è fondamentale creare consapevolezza e un dibattito positivo per un'evoluzione della cultura aziendale»



GIULIETTA BERGAMASCHI
Partner Lexellent



«I recenti sviluppi normativi in tema diversity e inclusion stanno profondamente cambiando i rapporti con il personale»



CLAUDIA FILIPPONE
HR chief Officer RINA



«La strada è ancora lunga ma gli obiettivi raggiunti finora dimostrano quanto le imprese siano sempre più vicine a questi temi»



ALESSIA CANFARINI
Equity Partner di Bip



«Per guidare il cambiamento culturale è necessario disseminare per creare ecosistemi innovativi, inclusivi e rigenerativi»



GIANLUCA PULIGA
Dirigente Dip. Pari Opportunità



«Il Dipartimento per le pari opportunità guida il progetto della certificazione di parità anche per una crescita economica»



MARILINA LABIA
Dirigente SiCamera Unioncamere



Investire nell'educazione e nella crescita delle competenze per valorizzare la ricchezza delle diversità

RISORSE UMANE

Cara azienda, ti farò sapere. I giovani ribaltano i colloqui

di **Mauro Del Corno**

FORSE È STATO l'aver davanti agli occhi la dimostrazione vivente di dove può condurre un'inflessa devozione al lavoro. Madri e padri stressati, matrimoni disintegrati e, almeno in Italia, gratificazioni economiche raramente all'altezza del sacrificio. Come raccontava a *ilfattoquotidiano.it* qualche tempo fa lo scrittore Marco Rovelli, autore di *Soffro dunque siamo*: "C'è una consapevolezza più lucida e più profonda di quanto queste dinamiche possano essere opprimenti. Vedono i loro genitori stritolati da questa società della prestazione e il fallimento è un vero e proprio incubo generazionale".

Forse, più prosaicamente, è l'aver la possibilità di appoggiarsi su quel piccolo benessere che comunque è stato conquistato e fa da rete di sicurezza. Oppure sono i fattori demografici che giocano a loro favore. Sta di fatto che le generazioni più giovani mostrano un approccio al lavoro profondamente diverso rispetto a padri e nonni. E, almeno per certe professionalità "alte", stanno vincendo loro. Le aziende sono spesso costrette a fare buon viso a cattivo gioco, adeguandosi alle loro richieste sino al limite del corteggiamento. Non è raro sentire responsabili del personale di grandi aziende raccontare di come ogni colloquio inizi prospettando ai candidati le possibilità messe a loro disposizione per un miglior bilanciamento tra vita e la-

voro. "Abbiamo rilevato dimissioni volontarie di giovani con un notevole bagaglio culturale, dovute spesso a ubicazioni lavorative lontane dalla residenza", lamentava qualche tempo fa Giuliano Xausa, segretario della Fabi, il sindacato dei bancari. Ma non dovrebbe stupirsi più di tanto se è vero, come rilevava già una ricerca del 2020, che il 76% degli appartenenti alle giovani generazioni apprezza molto la possibilità di lavorare vicino a casa e alla famiglia che, non solo in Italia, è considerata più favorevolmente che in passato.

«La situazione è ben sintetizzata da una battuta che gira tra noi responsabili del personale», racconta a *Fq millennium* Marina Verderajme, presidente di **Gidp**, l'associazione dei dirigenti delle risorse umane. «Una volta il colloquio si concludeva con il selezionatore che diceva al candidato il rituale "le faremo sapere". Ma oggi è il candidato che si congeda con "vi farò sapere"». Una vera e propria rivoluzione copernicana insomma. I giovani sembrano comportarsi un po' come nella teoria dei giochi, quando soggetti in concorrenza cooperano comunque tra loro per conseguire il risultato più vantaggioso per tutti. Quanto ci sia di consapevole in questo è materia di dibattito, di sicuro su internet le esperienze, le testimonianze e gli umori si diffondono e si condividono all'istante. Le ricerche mostrano come i più giovani tendano a presentarsi ai colloqui avendo già "studiato" in rete l'azienda e quanto questa risponda ai loro *desiderata*.

«La scala di valori è cambiata. Una volta

era lavoro, soldi e carriera, oggi è vita, felicità, benessere e condivisione dei valori e della missione dell'impresa», nota Verderajme. Sembra esserci più saggezza, ma anche una forza negoziale che fino a qualche anno fa era un miraggio. Perché? «Pensiamo che le ragioni fondamentali siano due. La prima è la digitalizzazione che ha messo a disposizione soluzioni tecniche che prima non esistevano per conciliare meglio tempi di vita e lavoro. La pandemia ha funzionato da acceleratore, mostrando come fosse effettivamente possibile ricorrere allo smart working», ragiona la presidente di Gidp.

«La seconda è che dal 2009 si è molto insistito nel trasmettere il concetto che il posto fisso era qualcosa del passato e che il futuro stava nella capacità di essere flessibili. Il messaggio è passato, ma invece che subirlo i giovani lo usano ora a loro vantaggio, non lo subiscono ma lo agiscono». In una ricerca di fine 2021 di OpenKnowledge si legge che «la pandemia ha ulteriormente accelerato questo processo di ridefinizione dei rapporti tra candidati e aziende, orientando il dibattito verso i temi del lavoro ibrido e remoto, della fluidità del lavoro e del ripensamento dei paradigmi di cultura aziendale, verso una leadership orizzontale e decentralizzata».

In Italia, più che altrove, pesa anche il fattore demografico. «Siamo il secondo Paese più anziano del mondo dopo il Giappone. I giovani, soprattutto alcuni profili professionali, iniziano a essere davvero pochi e le aziende sono costrette a contenderseli.

Per farlo si stanno riorganizzando e, alcune esigenze come quelle di cui parlavamo, sono date ormai per acquisite». Quello che si inizia a osservare, almeno per alcune specializzazioni, è una sorta di negativo di un mondo del lavoro molto respingente per i più giovani di cui siamo più abituati a sentire parlare. Per ora interessa solo alcune categorie di candidati ma, complice il fattore demografico, non è da escludere che possa estendersi, almeno in una qualche misura, anche a mansioni meno qualificate. C'è anche un risvolto più cupo di questo ragionamento. Una maggior attenzione agli equilibri esistenziali non è un lusso, in alcuni casi è una vera e propria necessità. Molti studi mostrano come la condizione psicologica dei più giovani sia piuttosto fragile. Naufragare nel mare del web non è così dolce e la pandemia ci ha messo del suo. Il disagio psichico, per fortuna, non è più un tabù. Se ne parla apertamente e questo favorisce scelte esistenziali che tengano conto anche di questo aspetto. ■

“La scala dei valori
è cambiata,
oggi conta
il benessere
più di soldi
e carriera”



FOTO: ADOBE STOCK