

Aziende e innovazione la via dell'inclusione globale

Dalla pubblicità in rumeno di Poste italiane agli "illy citizens" e alla valorizzazione delle diversità: strategie ed esempi di imprese che cambiano. Se ne parla al Mib

di Giovanni Tomasin

► TRIESTE

Il mondo dell'impresa globale sta inglobando in misura sempre maggiore il concetto di lotta per il diritto alla diversità, trasformandolo in uno strumento di competitività sul mercato. Mentre in Italia la media delle aziende dipende ancora in misura portante dallo stereotipo del dirigente maschio, bianco, sui 40 anni, eterosessuale, le realtà internazionali hanno già adottato criteri diversi. Ciononostante esistono eccezioni italiane come Poste italiane, Barilla o illycaffè.

Del cambiamento in atto si parlerà in un seminario mercoledì alle 17 al Mib - School of Management di Trieste. Notarnicola - scrittore, consulente d'impresa ed editorialista triestino - esporrà i contenuti del suo ultimo libro "Global Inclusion - Le aziende che cambiano: strategie per innovare e competere" (Franco Angeli editore.), dedicato a questo tema. Con lui presenteranno le loro pratiche Generali, Allianz, Telecom Italia. Spiega Notarnicola: «L'incontro è ispirato ai conte-

nuti del libro. Dopo la pubblicazione abbiamo presentato il metodo a Milano, Roma, e poi negli Usa dove ha suscitato l'interesse di Ibm, Apple, Boeing, Nasa, General Electric, Disney, Hp: aziende interessate a capire come muoversi nelle strategie d'inclusione in Italia».

In cosa consiste la novità? «Ormai moltissime aziende globali hanno una strategia di innovazione basata sull'inclusione globale - dice Notarnicola -. A Trieste spiegherò in sintesi perché lo stanno facendo e quali vantaggi potrebbero derivarne alle realtà italiane ed europee». Il libro riporta vari "casi d'impresa" in tal senso, dal "welfare inclusivo" di Luxottica a quelli che nel libro sono definiti gli "illy citizens". La chiave di volta, per l'autore, sta nella parola «talento»: «"Valorizzare il talento" è ormai parte della retorica di ogni azienda. Ma se osserviamo con attenzione ciò che accade davvero all'interno capiamo che spesso il principio non viene messo in pratica, per infinite ragioni». La prima è gerarchica: «Un dirigente può escludere le idee dei sottoposti a priori. Poi però ci

sono esclusioni basate sulla formazione, "se non sei laureato alla Bocconi o in economia etc etc", e altre di carattere personale: in molte aziende bisogna essere estroversi per diventare dirigenti. In alcune l'esatto contrario. Conta anche l'età: spesso le persone giovani o sopra i 50 tendono a essere sottovalutate». Un altro limite è la disponibilità negli orari: «Spesso si richiede di lavorare fino a tardi e ciò esclude chi ha una famiglia». Proseguendo si arriva ovviamente a genere, credo, nazionalità, orientamento sessuale... Secondo l'autore «questo porta le aziende ad avere gruppi dirigenti formati da persone che rispecchiano solo una fetta molto ristretta della popolazione, con conseguenze in potenza molto negative sulle capacità di reazione dell'azienda stessa al mondo esterno». Rovesciare il punto di vista consente di muoversi meglio sul mercato: «Poste italiane, ad esempio, ha pensato per prima alla possibilità di pubblicizzare le proprie offerte anche in altre lingue, come il rumeno. Ecco perché oggi moltissimi tra i nuovi cittadini italiani hanno Postamat».

Notarnicola è anche il responsabile delle strategie formative di Parks - Liberi e uguali, l'associazione d'impresari che ha fondato insieme a Ivan Scalfarotto: «Parks è un gruppo di aziende che ha deciso di affrontare il tema dell'inclusione fino in fondo, toccando anche quello che in Italia è percepito come tema spinoso e divisivo anche dai più volenterosi: l'orientamento sessuale e l'identità di genere». Gli iscritti all'associazione hanno deciso di farsi carico di questo problema: «Anche perché troppo spesso si tende a minimizzare per un pregiudizio conscio o inconscio. Se sento dire un'azienda che non si pone il problema perché tanto non ha persone Lgbt tra i suoi dipendenti, vuol dire che in quell'azienda le persone non si sentono libere di esprimersi. Parliamo pur sempre di una fetta importante della popolazione». E in prospettiva sarà sempre più importante: «I giovani di oggi sono abituati ad esprimersi nella loro completezza, un domani dovranno poterlo fare anche sul posto di lavoro», conclude Notarnicola.

GRIPRODUZIONE RISERVATA



L'illustrazione di copertina del libro "Global inclusion" pubblicato dalla Franco Angeli editore



Andrea Notarnicola

**UN LIBRO
SUL TEMA**

Il seminario a Trieste basato sul volume di Andrea Notarnicola