

# Pmi, la diversità un valore da scoprire

## L'indagine Nomisma in 500 aziende: ancora indietro sull'inclusione

Sibilla Di Palma

“La diversità è l'unica cosa che tutti noi abbiamo veramente in comune: festeggiamola tutti i giorni”, diceva Winston Churchill. Se molteplicità e differenze non sono sempre state vissute come valori e risorse preziose, oggi il vento sembra essere fortunatamente cambiato e anche all'interno delle aziende sempre più di frequente si punta a creare un ambiente di lavoro fondato sulla valorizzazione della diversità, che non faccia sentire escluso nessuno e che sia capace di mettere in risalto le potenzialità di ogni risorsa, allontanando ogni forma di discriminazione legata ad aspetti come l'età, il genere, la religione, le disabilità o l'orientamento sessuale. Nella consapevolezza che riconoscere e non appiattare le diversità può portare numerosi benefici, in termini di maggiore innovazione e benessere all'interno dell'organizzazione, con risvolti positivi anche per il business. Peccato, però, che tra le piccole e medie aziende italiane la strada da percorrere in questo senso sia ancora lunga. A sottolinearlo è la ricerca “Diversità, equità, inclusione nelle Pmi italiane” che l'associazione Valore D ha commissionato a Nomisma su un target di oltre 500 piccole e medie aziende. In base ai risultati, sono ancora molte le Pmi che ritengono di non aver bisogno di iniziative a supporto di diversità e inclusione. Questo anche per la difficoltà a percepire i vantaggi nel lungo periodo collegati a questi temi.

In particolare, il gap di genere rappresenta ancora una sfida tutta da vincere, vista la limitata presenza femminile, anche nelle posizioni apicali: nel 16% delle Pmi non ci sono donne ai vertici e nel 57% dei casi sono meno del 25%. Non è un caso che il World Economic Forum posizioni l'Italia al 63esimo posto (su 146 paesi) nella graduatoria del Global Gender Gap Index 2022. Una problematica non da poco e con effetti molto negativi per il sistema paese, considerato che, secondo dati di McKinsey

Global, se si aumentasse il tasso di occupazione femminile fino a portarlo ai livelli di quello maschile, il Pil potrebbe salire di circa il 12%.

L'indagine evidenzia, inoltre, come le dimensioni aziendali influiscono sull'approccio a questi temi da parte delle Pmi: quelle di dimensioni più ridotte optano nella maggior parte dei casi solo per iniziative singole, mentre le medie tendono ad avviare con maggiore frequenza veri e propri percorsi strategici. Eppure, occorre accelerare, considerato che non dare la dovuta importanza a tutte le diversità, di genere e non solo, rischia di avere un effetto boomerang soprattutto nei confronti delle nuove generazioni che rappresentano la forza lavoro del futuro. Un recente report di ManpowerGroup evidenzia, infatti, che l'impegno per la diversità e l'inclusione, insieme a quello per il cambiamento climatico, rappresentano per i più giovani valori ormai non più negoziabili sul luogo di lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 34 %

