



20 luglio 2022

L'inclusività nel radar strategico delle imprese che vogliono crescere

GEA Consulenti di Direzione, con il contributo di Fondazione Diversity e Focus Management, lancia un call to action per le imprese del settore pubblico e privato. L'inclusività da fattore etico a fattore critico di successo per le performance e i risultati aziendali

Le imprese italiane che vogliono davvero vincere la sfida della competizione globale sono quelle che sapranno **abbracciare compitamente il tema dell'inclusività**, facendone un elemento distintivo di crescita.

Ne sono convinti in **GEA Consulenti di direzione** e per questa ragione hanno promosso, con il contributo di **Fondazione Diversity e Focus Management**, un progetto molto ambizioso.

Raccogliere le migliori esperienze italiane di inclusione sviluppate presso imprese del settore privato e pubblico, dalla cui analisi saranno selezionati i casi migliori. *"Siamo convinti che oggi la Diversity & Inclusion sia un elemento cruciale per garantire la solidità economica ed etica delle aziende nel medio-lungo periodo, sia in termini di risorse umane che di performance di brand e di mercato grazie al quale le imprese italiane potranno crescere più della media degli altri Paesi"*, spiega **Luigi Consiglio, Presidente GEA Consulenti di direzione** (nella foto).

"Intendiamo condividere un nuovo paradigma per le aziende, supportato dalle evidenze più recenti".

Il gap in termini di crescita dei ricavi tra un brand percepito come molto inclusivo ed uno poco inclusivo può superare il 23% (dati **Diversity Brand Index 2021**).

Un dato significativo, destinato per questo ad attrarre l'attenzione di manager ed imprenditori.

Nel corso della presentazione temutasi a Milano è stata lanciata una **call to action per identificare i casi virtuosi** e le angolazioni differenti di cui la diversity si compone. Un appello per ricevere casi, esempi, idee in tutti gli ambiti possibili: nel privato, nel pubblico, nei servizi.

La capacità di lavorare sinergicamente sull'inclusione, sia internamente che esternamente, rappresenta un vantaggio competitivo per le imprese e i brand: l'orientamento alla valorizzazione e all'inclusione della diversità e la capacità di veicolare al mercato finale messaggi, prodotti e servizi inclusivi costituiscono una vera e propria sfida per tante aziende.



I dati Diversity Brand Index e le relative best practice, riferite ai migliori 20 brand capaci di lavorare concretamente sull'inclusione e di comunicare questo impegno al mercato finale, verranno presentati il prossimo **14 marzo 2023 in Borsa Italiana a Milano** durante l'evento, organizzato da GEA con la partecipazione di Fondazione Diversity e Focus Management e con ospiti **Alessandra Losito direttrice generale di Pictet Wealth Management Italia e Giovanna Della Posta, AD di Invimit Sgr**, che punterà a diffondere la cultura dell'inclusione presso l'impresa industriale italiana. Nel 2022 l'indice ha annoverato nella TOP 20 **Actimel, Amazon, Barbie, Burger King, Coca-Cola, Decathlon, Diesel, Durex, Esselunga, Fastweb, Freeda, FS Italiane, Google, H&M, Ikea, L'Oréal, Sorigenia, TIM, Vodafone e Netflix**, che è stato il brand vincitore.

L'inclusione si sostanzia, infatti, nella creazione di un ambiente lavorativo e di una società che vedano le differenze personali come un valore e in cui tutte e tutti abbiano accesso equo a opportunità e risorse e siano trattati con uguale rispetto. È allora che la diversità (genere e identità di genere, ageing, orientamento sessuale e affettivo, disabilità, status socio-economico, etnia e religione/credo) funge da vero e proprio fertilizzante della strategia aziendale, arricchendola e determinandone un più ampio successo.

"Sulla base di diverse case history aziendali, dimostreremo come l'attenzione all'inclusione e la capacità di ascolto possano diventare un vero e proprio driver di valore non solo etico ma anche di performance dell'azienda", spiega Consiglio.

"La comprensione delle singole forme di diversità e la capacità di trasformarle in azioni inclusive arricchisce in modo più che proporzionale la brand equity riflettendosi sul posizionamento e sui risultati in termini market share, fatturato e redditività, a parità di altre condizioni".

Al tema Diversity & Inclusion sarà dedicata la tavola rotonda Inclusività e ESG come vantaggio competitivo dell'industria italiana.

Studio originale GEA all'interno della cornice dello storico **premio Eccellenze d'Impresa in programma il 28 ottobre 2022 a Milano a Palazzo Mezzanotte**.

Il tema, è stato ricordato, interessa anche le imprese del settore pubblico, incapaci di esercitare una capacità attrattiva sui giovani che concludono i corsi universitari e si affacciano al mondo del lavoro.

Se questo nuovo approccio facesse breccia anche nel settore pubblico, diversamente da quanto avviene nel caso di realtà private, i vantaggi ricadrebbero sull'intera collettività, migliorerebbe il sistema Paese con vantaggio per tutti.

A maggior ragione, una sfida da cogliere e vincere a tutti i costi.