

LA DIVERSITÀ IN AZIENDA: dalle PAROLE AI FATTI

Il Dive In Festival, iniziativa per la diversità e l'inclusione promossa dai Lloyd's di Londra, è un appuntamento che fa annualmente il punto su un percorso che è stato intrapreso da alcuni anni e che ha già portato a risultati concreti. Oltre ai temi di genere, grande attenzione verso le disabilità e le minoranze etniche

di **VITTORIO SCALA**,
country manager dei Lloyd's in Italia

Per i Lloyd's, i temi legati alla diversità e all'inclusione, sono da tempo al centro dell'attenzione. Abbiamo presto compreso, infatti, che la nostra forza risiede proprio nella diversità dei nostri talenti, grazie ai quali possiamo continuare a puntare sull'innovazione che da sempre caratterizza il nostro lavoro.

Sempre più spesso le imprese si trovano a confrontarsi con la necessità di introdurre cambiamenti reali, che portino miglioramenti sostenibili per assicurare che ogni individuo possa godere di pari opportunità sul lavoro e che siano abbattuti tutti i muri che ostacolano la diversità e l'inclusione in azienda.

Ma, al di là delle buone

intenzioni e dell'accrescimento culturale e umano che può derivare dal confronto, le parole in molti casi rimangono tali, i progressi limitati e le iniziative scollegate dai piani strategici aziendali.

E infatti la realtà ci dice che le persone con disabilità hanno una percentuale di assunzione inferiore del 28,8% rispetto alle altre e che, per quanto riguarda la carica di ceo, troviamo solo 17 donne nelle aziende del 350 Ftse, solo cinque rappresentanti di minorità etniche nel Ftse 100, peraltro tutti uomini, e una sola donna nera in una azienda del Fortune 500. I sondaggi più re-

centi confermano che un terzo delle persone non-binarie e una persona trans su cinque non si sente a proprio agio nell'indossare abiti che rappresentano l'espressione di genere.

Sostenere la diversità in tutte le sue forme

Si è chiusa lo scorso 23 settembre la tre giorni del **Dive In Festival**, un appuntamento importante per il settore assicurativo. Un'idea nata nel 2015 ai Lloyd's, con l'obiettivo di promuovere la diversità e l'inclusione nell'industria assicurativa. Non è strano che siano stati proprio i

Lloyd's a dar vita a questo movimento considerando che, essendo un mercato, siamo abituati a confrontarci con le diversità e a valorizzarne gli aspetti.

Il Dive In è diventato oggi un evento mondiale, che coinvolge oltre 30 paesi nei quali si organizzano 140 eventi, con 500 relatori e migliaia di partecipanti. In Italia si è tenuta la quinta edizione del festival, organizzato grazie alla partecipazione attiva di alcune aziende italiane del settore oltre che di **ValoreD**, l'associazione che promuove l'equili-

brio di genere sul lavoro.

Il tema del Dive In Festival, quest'anno, era l'*Active Allyship* e dunque l'idea di esplorare tutte le opportunità offerte dall'alleanza in azienda per introdurre equità e inclusione in modo concreto e tangibile. E la concretezza nelle iniziative assume oggi grande importanza: è tempo di passare dalle parole e dalle intenzioni alle iniziative reali e all'evoluzione.

Una nuova cultura parte da obiettivi ben chiari

Nel 2020 i Lloyd's hanno introdotto la *Culture Dashboard* per avere un punto di riferimento di partenza e poter misurare il successo delle nostre iniziative. Questo ambizioso progetto ha coinvolto, oltre alla *corporation* dei Lloyd's, tutte le 58 aziende che fanno parte del nostro mercato.

Ci siamo posti obiettivi specifici. Innanzi tutto, abbiamo iniziato a misurare quanto i temi legati all'inclusione e alle diversità sono tenuti in considerazione negli ordini del giorno dei consigli di amministrazione e dei comitati. La situazione nella *corporation* è positiva, in quanto la cultura è già parte della nostra stra-

tegia mondiale da due anni. Nel 2021 abbiamo registrato miglioramenti importanti anche tra le aziende del mercato, con un incremento del 30% nella presenza di questi temi nelle agende dei cda.

Il secondo punto fondamentale riguarda la parità di genere, o meglio la parità di opportunità di genere. Ritengo che i generi debbano rimanere distinti e diversi e si debbano piuttosto complementare. Ovviamente, per fare ciò ogni genere deve poter godere delle stesse opportunità e l'obiettivo per i Lloyd's è quello di avere entro il 2023 il 35% di rappresentanza femminile in posizioni di *leadership*. Mentre la *corporation* dei Lloyd's ha già superato questo traguardo un anno fa e oggi è al 46%, nel 2021 le compagnie del mercato sono migliorate, raggiungendo il 29%. Anche il divario salariale di genere continua a diminuire ed è passato dal 27,7% nel 2017 al 20,3% nel 2020.

L'ultimo aspetto, che diventa sempre più importante a livello mondiale, riguarda le minoranze etniche. Il nostro obiettivo a lungo termine è quello di avere una nuova assunzione su tre riservata al rappresentante di una minoranza etnica. A oggi i dati ci

confermano che la percentuale di presenza di minoranze etniche ai Lloyd's è del 8% nel mercato e del 22% nella *corporation*.

Una migliore conciliazione tra vita privata e professionale

Sostenere la diversità significa anche accettare l'idea che la donna sia spesso la figura più coinvolta nella gestione del *caring* familiare. Modalità di lavoro più flessibili sono fondamentali per permettere alle donne di crescere e raggiungere i propri obiettivi all'interno delle aziende.

Ai Lloyd's da vari anni è presente una politica di *flex-working* e tutta una serie di altre agevolazioni, come l'estensione retribuita del periodo di maternità e/o paternità rispetto a quanto previsto dei contratti di lavoro e la possibilità di poter usufruire di un rientro graduale. Sono inoltre disponibili giorni di permesso retribuito per assenze dovute a situazioni di emergenza riguardanti la famiglia ma non solo.

Ci sono poi programmi di formazione professionale creati specificamente per le donne che aspirano a posizioni di *leadership* come il *Lloyd's Advance Programme*.

Un percorso che inizia dalle piccole cose

Qualcosa dunque inizia a muoversi, ma per vedere miglioramenti sostenibili è essenziale puntare sulla concretezza. Anche le piccole realtà possono iniziare il percorso di cambiamento, senza che questo debba necessariamente avere un impatto gravoso sulle attività aziendali. Un esempio ci viene da **Beazley**, un sindacato dei Lloyd's, che ha promosso un nuovo progetto partendo dalla raccolta dei dati per comprendere il reale livello di diversità interno, dandosi poi dei target di miglioramento che siano in linea con la realtà espressa dai vari dipartimenti e identificando, infine, le persone chiave che avranno la responsabilità di portare avanti le iniziative. Perché nulla è più importante dell'impegno personale della *leadership* per assicurare il reale cambiamento nell'azienda. ①