PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 23 - numero 5012 di Giovedì 23 settembre 2021

La parità di genere come elemento di reputazione per le aziende

Reputazione e Fidelizzazione come elementi fondanti del core business aziendale

Attualmente si parla molto di parità di generi nelle aziende; il tema è di stretta attualità e così come altri fattori a cominciare da inclusione, pratiche sostenibili, benessere aziendale, diversità... tutto contribuisce a differenziare le società e a costruire la cosiddetta "reputation", un fattore che sempre più sarà trainante anche dal punto di vista economico, rimarcando notevoli differenze sul mercato.

Il sostegno al cosiddetto "empowerment femminile", ormai un cuore pulsante della missione 5 ("lavoro e inclusione") del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza elaborato dal Governo attuale, si prepara a entrare nel vivo della modernizzazione del tessuto imprenditoriale post-pandemico nazionale. È sempre più vicina la definizione di un sistema nazionale di certificazione della parità di genere volto ad accompagnare e incentivare le aziende ad adottare policies adeguate a ridurre il "gap" di genere nelle aree considerate maggiormente critiche da questo punto di vista, partendo dall'opportunità di crescita in azienda fino alla parità salariale a parità di mansioni, alle politiche di gestione delle differenze di genere e alla tutela della maternità. Si tratta di un intervento che posa le sue basi su una ben definita tabella di marcia, che potrebbe prendere il via a partire dal secondo semestre del 2022.

La Global Thinking Foundation spiega chiaramente come la certificazione per la parità di genere potrebbe avere come scopo la riconduzione a una definizione univoca dei criteri e delle metodologie per definire una qualifica specifica, come un "bollino di qualità" sulla parità di genere "in linea con i dettami del Goal 5 dell'Agenda 2030 dello sviluppo sostenibile" (cit. GTF).

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0733] ?#>

Non è però scontato che le imprese potranno dover usufruire di servizi di accompagnamento e di assistenza, con lo scopo di potenziare ulteriori strategie di più ampio respiro sul welfare aziendale e sui temi di diversità e inclusione, al fine di evitare che si manifestino episodi di resistenza che non permetterebbero una piena attuazione di quello che potrebbe essere percepito come un effettivo cambiamento interno dell'organizzazione. Diverse pubblicazioni sul tema hanno, infatti, più sollevato la problematica della certificazione aziendale di parità come un tema cruciale, e non solamente per garantire i diritti delle lavoratrici, ma per accreditare un nuovo modello di sviluppo aziendale sostenibile.

È innegabile che per tutte le imprese, anche quelle di piccole e medie dimensioni, una simile certificazione potrebbe essere un acceleratore per l'allineamento a nuove norme che dovrebbero anche essere affiancate da multe o sanzioni efficaci; si potrebbe quindi presupporre che molte di queste non perderanno l'opportunità per dare enfasi a quella "S" di "sociale" o "sostenibile", che potrebbe portare loro non solo un riconoscimento reputazionale, ma anche permettere a livello nazionale di recuperare terreno sul riconoscimento della parità di genere su più aspetti, da quello salariale a quello dei percorsi di carriera.

Numerose indagini hanno permesso di provare che nel corso dell'ultimo quinquennio la parità di genere ha avuto conseguenze molto positive sul tasso di partecipazione dei dipendenti, il cosiddetto "employee engagement". Nelle aziende che sono rigorose sulla parità di genere, il coinvolgimento e le motivazioni della forza lavoro sono aumentate di percentuali molto alte. Questo si è rivelato un dato che, a cascata, ha avuto conseguenze positive anche su performance professionali e produttività: sempre dalle statistiche emerge che anche i clienti considerano questo equilibrio un fattore positivo. Dove essa viene applicata, la fidelizzazione raggiunge livelli altissimi, permettendo quini alle imprese di migliorare il proprio business. La diretta conseguenza è l'arricchimento economico di tutta la realtà aziendale, che vede crescere anche gli utili netti, a differenza di competitors meno attenti alle tematiche in esame.

E non dimentichiamoci dei dipendenti, uomini e donne che siano: se nella loro azienda il gender balance è rispettato, hanno più interesse a rimanere fedeli all'azienda; alcuni studi hanno infatti evidenziato che il "tasso di volontà di permanenza" dei dipendenti, il cosiddetto "employee retention" cresce notevolmente rispetto alle realtà meno virtuose da questo punto di vista. Anche l'innovazione manifesta i suoi benefici: la diversità crea infatti gruppi migliori, grazie al continuo confronto fra pensieri e idee, che stimola creatività ed efficienza. Un consiglio di amministrazione paritario, per esempio, fa emergere diverse dinamiche costruttive per l'azienda, quali la diversità di pensiero tra i componenti, una comprensione equilibrata tra i diversi gruppi dei dipendenti, l'istituzione di nuovi modelli di ruolo per le nuove generazione di lavoratori, una possibile gestione dei rischi e delle opportunità più efficaci perché armate di un approccio differente.

Riprendendo infine il concetto di reputazione aziendale, le imprese con un occhio attento al gender balance hanno infatti migliori credibilità, reputazione e performance. Secondo gli esperti, infatti, la diversità di genere è essenziale, il bilanciamento fa parte di una trasformazione culturale che richiede tempo, consapevolezza e determinazione. I risultati di diversi studi confermano che la parità di genere nelle posizioni di leadership promuove gli interessi di tutti.

Massimo Servadio

Psicoterapeuta Sistemico Relazionale e Psicologo del Lavoro e delle Organizzazioni

Licenza Creative Commons