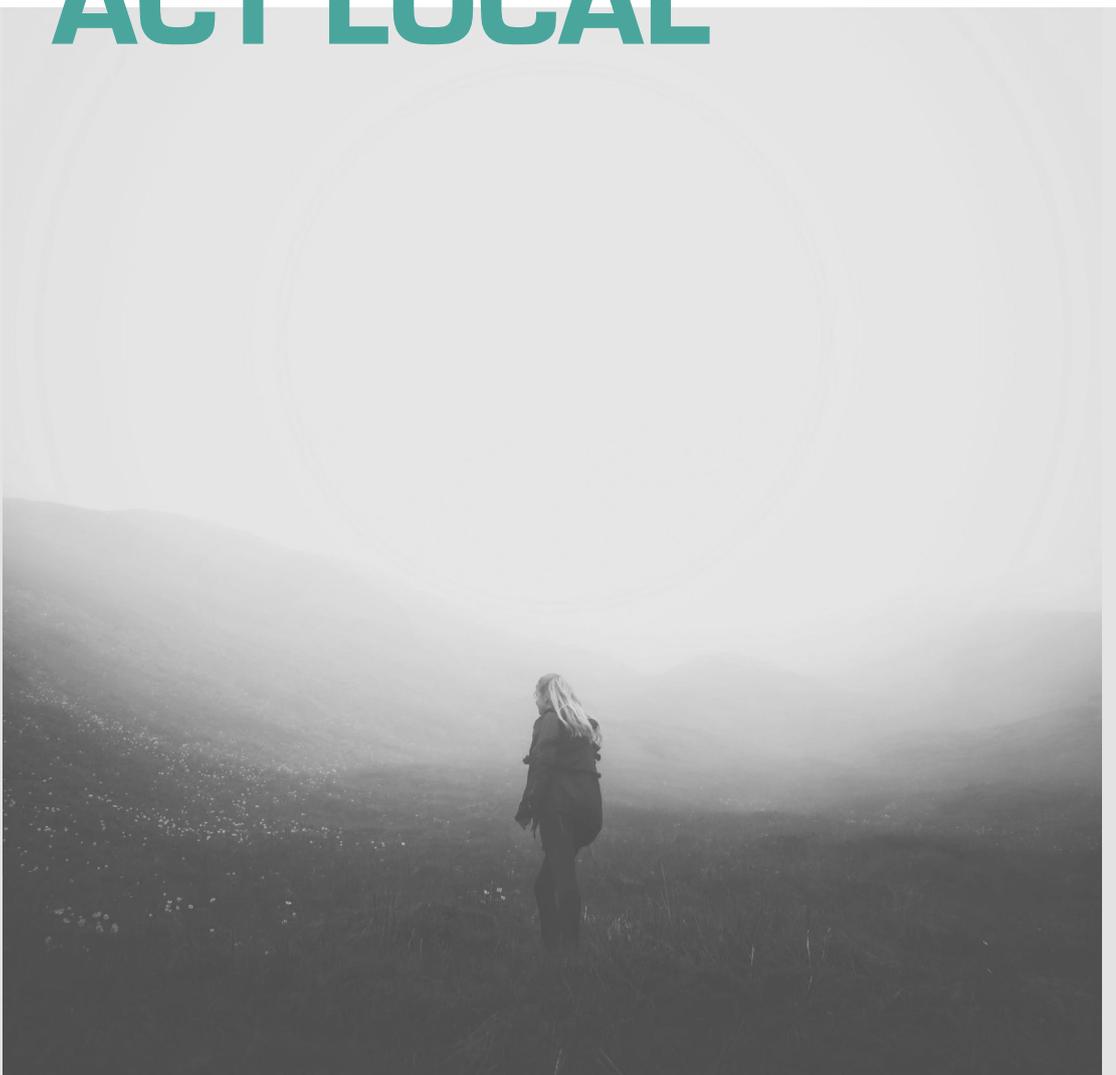




# THINK GLOBAL ACT LOCAL



2 0 2 2 - 1 - B G 0 1 - K A 2 2 0 - V E T - 0 0 0 0 8 9 2 9 3



## Metti in pratica le tue parole

In che modo la gestione della diversità, dell'equità e dell'inclusione nelle aziende può trarre vantaggio con successo dagli approcci narrativi.

# Contenuto

Benvenuti a Think Global, Act Local	4
Perché la tua azienda dovrebbe investire tempo nella gestione della diversità e dell'inclusione?	6
Non siamo uguali, ma...	8
Diversità e inclusione non dovrebbero mai essere un segno di spunta simbolico	10
Potenziare la gestione della diversità	11
La pratica rende perfetti	13
L'odierna battaglia dell'"autorità"	14
Il potere della narrazione: un kit di strumenti per il cambiamento	16
Pilastri della diversità – Consideriamo	18
Emozioni al lavoro	21
Possiamo sempre fidarci dell'empatia?	22
L'arte dell'ascolto (empatico)	23
Sviluppare alleati per l'uguaglianza – Le migliori pratiche di Cipro	26
Tutti sono i benvenuti in Tesco - Le migliori pratiche dalla Repubblica Ceca	28
Affrontare il cambiamento – Una storia inclusiva e connessa – Le migliori pratiche dai Paesi Bassi	30
Software Group: guidato dalla convinzione nella diversità – Best practice dalla Bulgaria	32
Abbracciare la diversità: trasformare uno studente in difficoltà in un professionista di successo – Le migliori pratiche dalla Slovenia	34
ENEL: Promuovere l'inclusione attraverso l'innovazione - Best practice dall'Italia	36
Premiate le assunzioni inclusive – Best practice dal Portogallo	38
Impegno per la diversità – Le migliori pratiche irlandesi	40
Quando il potere della narrazione e il potere di Erasmus+ si uniscono	42

# Il progetto Think Global, Act Local, diversity management sta cercando di sostenere il cambiamento culturale all'interno delle aziende utilizzando il potere dello storytelling per ispirare manager e dipendenti a cambiare, a condividere valori e a trasferire non solo conoscenze, ma anche esperienze e saggezza.

Possiamo fare progressi concreti nell'inclusione implementando un approccio basato sulla storia in cui i dipendenti sono incoraggiati a raccontare le loro storie, a farle proprie e a considerare il loro impatto sulle loro esperienze quotidiane sul lavoro.

THINK

GLOBAL

ACT

LOCAL

“ ”

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Numero del progetto: 2022-1-BG01-KA220-VET-000089293



Co-funded by  
the European Union



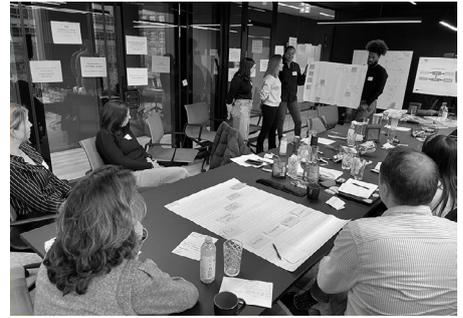
# Benvenuti a Think Global, Act Local



**Think Global, Act Local** è un'iniziativa di gestione della diversità che supporta il cambiamento culturale all'interno delle aziende utilizzando il potere dello storytelling per ispirare manager e dipendenti a cambiare, a condividere valori e a trasferire non solo conoscenze, ma anche esperienze e saggezza.

Lo storytelling può essere uno strumento potente quando si tratta di comunicare e dare concretezza in modo credibile ai valori aziendali, sia da parte dei leader che dei dipendenti. Internamente, lo storytelling è ciò che motiva e coinvolge i dipendenti e li aiuta ad acquisire i valori dell'azienda. Le storie forniscono "un mezzo organico e non intrusivo per produrre un cambiamento culturale sostenibile, veicolare marchi e valori e trasferire una complessa conoscenza tacita.





Think Global, Act Local: Diversity Management in SMEs (TGAL) è un progetto Erasmus+ realizzato tra il 2022 e il 2024 che mira a:

- Sostenere i datori di lavoro nel fare il punto sulla diversità nelle loro imprese e nello sviluppo di strategie di gestione della diversità.
- Utilizza tecniche e approcci di storytelling per coinvolgere i dipendenti sui problemi della diversità e fornire loro uno spazio per connettersi con la cultura dei loro luoghi di lavoro in modo che si sentano inclusi e apprezzati.
- Coinvolgi i professionisti dell'IFP nell'aggiornamento delle competenze in modo che possano utilizzare l'intera suite di risultati TGAL prodotti e acquisire sicurezza nel lavoro e nell'insegnamento utilizzando lo storytelling.
- Contribuire a rendere i luoghi di lavoro europei più inclusivi della diversità

In questa rivista, condivideremo le nostre riflessioni collettive, intuizioni, informazioni ed esperienze apprese acquisite negli ultimi 2 anni lavorando al progetto Think Global, Act Local in Bulgaria, Paesi Bassi, Slovenia, Irlanda, Portogallo, Repubblica Ceca, Italia e Cipro.



# Perché la tua azienda dovrebbe investire tempo nella gestione della diversità e dell'inclusione?

---

I team inclusivi sono oltre il 35% più produttivi e i team diversificati prendono decisioni migliori l'87% delle volte, secondo [il D&I Global Market Report](#).

La forza lavoro di oggi è diversificata e le organizzazioni e le aziende devono sintonizzarsi su questa realtà. Essere inclusivi e aperti alle differenze consente alle organizzazioni di ampliare il proprio bacino di reclutamento. Avere una forza lavoro qualificata è la pietra angolare dell'innovazione per le imprese, che insieme alla gestione della diversità ha il potenziale per portare a un lavoro di squadra innovativo; migliore reattività alle esigenze e alle aspettative dei clienti; accesso a nuovi mercati; migliore adattabilità al cambiamento; e un'immagine positiva del marchio.

Le aziende e le organizzazioni cercano di avere una buona reputazione e un marchio forte per i clienti, tuttavia spesso c'è un divario significativo nell'implementazione tra ciò che le organizzazioni dicono e ciò che fanno. È in questo "gap" che il progetto Think Global, Act Local può avere un impatto reale e lasciare un'eredità sostenibile.

Per comprendere il punto di intersezione tra ciò che questo progetto ha da offrire e ciò di cui le organizzazioni e le aziende hanno bisogno a questo livello, abbiamo fatto un brainstorming e consultato gli stakeholder e le parti interessate sulla promozione formale e l'implementazione della diversità e dell'inclusione (D&I) sul posto di lavoro.

---

## Prima di immergerci, riflettiamo:

Riesci a ricordare un momento in cui ti sei sentito trattato come "diverso"?

Di conseguenza, abbiamo creato due risorse formative distinte ma complementari per le aziende che rispondono direttamente a ciò di cui hanno bisogno (o non sanno di aver bisogno) sotto forma del programma CPD per professionisti VET e responsabili delle risorse umane e del Think Global, Act Local Storytelling Toolkit. Nel corso della rivista, introdurremo e metteremo in evidenza entrambe le risorse. Se desideri accedervi gratuitamente, visita il nostro sito Web tramite <https://thinkglobalactlocal.eu/>.

## Video 1: Don't put people in boxes



## Video 2: That little voice



“ ”

*Non devi pensare in modo diverso di me, purché tu mi capisca.*  
**(Arthur Japin)**



## Non siamo uguali, *ma...*

Non possiamo negare che la vita sul pianeta sia diversificata, così come la specie umana. Se riconosciamo che, nonostante non siamo “uguali”, noi esseri umani siamo tutti uguali, non c’è nulla che ostacoli l’inclusione, né nelle organizzazioni né nelle società.

Un fatto evolutivo è che gli esseri umani sono nati per connettersi e collaborare, a dispetto di coloro che ci dicono che “diverso” significa “meno”. Per mettere questo nel giusto contesto, la leadership deve essere inclusiva, il che significa creare un ambiente che promuova una comunicazione inclusiva, una sana connessione umana e, in ultima analisi, una cooperazione più efficiente. Questo è un mandato per la leadership moderna.

## Gli approcci narrativi come strumento di gestione

Gli approcci narrativi nel management sono più di una semplice narrazione; Si tratta di creare un linguaggio condiviso e una comprensione all'interno di un'organizzazione. Nel progetto TGAL, sottolineiamo l'uso dell'indagine narrativa come strumento per coinvolgere i dipendenti a un livello più profondo, consentendo loro di connettersi con la cultura e i valori dell'azienda in modo significativo. Questo metodo non consiste solo nel condividere storie, ma anche nel co-crearle, promuovendo una cultura del rispetto e della comprensione reciproca.

Il nostro programma di formazione e lo Storytelling Toolkit forniscono alle aziende le competenze necessarie per sfruttare il potere degli approcci narrativi. Consentendo ai dipendenti di condividere le loro esperienze e prospettive, le aziende possono creare team più forti e coesi, meglio attrezzati per gestire le sfide dei diversi ambienti di lavoro di oggi.

Creare una storia attraverso la condivisione e l'analisi di un ambiente attiva un "sistema di impegno sociale" attraverso la vicinanza fisica, la sincronia comportamentale, la reciprocità, la capacità di "mentalizzare" e mappare altre prospettive, schemi, desideri e intenzioni.

In breve: evoca empatia e comprensione, apprezzamento e riconoscimento reciproci e quindi l'intenzione di stare l'uno accanto all'altro.



---

Una volta che hai sentito  
la storia di un altro, non  
puoi rimanere come sei.

# Diversità e inclusione non dovrebbero mai essere un segno di spunta simbolico



La diversità ha dimostrato di essere efficace, ma abbracciarla troppo facilmente può anche essere una trappola. Nonostante questo modo di pensare, ci possono essere alti livelli di negatività riguardo alla diversità, quindi i cambiamenti nella nostra mentalità possono essere un esercizio prezioso.

Nel progetto “Think Global Act Local”, esaminiamo attentamente la gestione della diversità e dell’inclusione nelle organizzazioni. Se guardiamo all’integrazione D&I nelle PMI, sembra esserci ancora un livello di miglioramento sottoesposto in molti paesi europei. Quali sono le storie che ci sono dietro e quali sono le storie all’interno delle organizzazioni che hanno bisogno di cambiamento e rinnovamento?

Le persone si rendono conto di come, con il pretesto della diversità, cerchino convenientemente i segni di spunta nei candidati e siano guidate da stereotipi e

pregiudizi inconsci? Dopotutto, non sono necessariamente gli uomini a potersi assumere la responsabilità, giusto? E la tua etnia o il colore della tua pelle non dovrebbero dire nulla di negativo sulle tue qualità o sul tuo carattere. Quindi, fino a che punto il management può essere di parte e non solo: sono interessati alle storie che circolano in un’organizzazione che potrebbero ostacolare una cultura di vera inclusione e diversità?

Domande a cui si può rispondere se si conoscono gli strumenti giusti, ad esempio “Indagine narrativa partecipativa”. È tempo di rompere gli stereotipi, dare spazio alle voci diverse e abbracciare il potere della diversità, dell’inclusività e dell’equità.

Per questo, abbiamo sviluppato risorse di formazione, tra cui un Storytelling Toolkit per l’indagine narrativa, e puoi trovarle sul sito web del progetto e leggere di più su di esse nelle pagine seguenti.

# Potenziare la gestione della diversità

Le aziende di tutta Europa hanno bisogno di approcci innovativi alla gestione della diversità, che possano migliorare la loro competitività e la loro cultura sul posto di lavoro.

Il nostro programma di sviluppo professionale continuo (CPD) affronta il divario tra le aspirazioni delle aziende ad abbracciare la diversità e le sfide pratiche che devono affrontare nel farlo.

Formando i professionisti dell'IFP sui principi e le pratiche della gestione della diversità, il programma garantisce che siano ben preparati a guidare le aziende nella creazione di ambienti inclusivi. Questo non solo migliora le prestazioni e il benessere dei dipendenti, ma contribuisce anche al successo generale e alla sostenibilità dell'azienda.

## Cosa rende diverso il training TGAL?

Uno degli aspetti unici del programma di formazione continua è la sua enfasi sulla narrazione come approccio pedagogico. Lo storytelling è uno strumento potente per connettere le persone, favorire la comprensione e promuovere l'empatia. Incorporando lo storytelling nella formazione sulla diversità, possiamo aiutare le aziende a coinvolgere i propri dipendenti in conversazioni significative sulla diversità, portando a una cultura del posto di lavoro più inclusiva.

Il programma CPD offre una serie di moduli di formazione che coprono vari aspetti della gestione della diversità. Questi includono la comprensione del concetto di diversità, il riconoscimento e l'affrontare i pregiudizi inconsci, lo sviluppo di politiche e pratiche inclusive e la promozione della competenza culturale all'interno delle organizzazioni. I moduli sono progettati per essere flessibili e adattabili, consentendo ai professionisti di adattare il loro approccio alle esigenze specifiche delle aziende o delle organizzazioni in cui lavorano o con cui lavorano.

Il programma si concentra soprattutto sull'applicazione pratica dei principi di gestione della diversità e su come implementare questi concetti in contesti reali.



## ‘Ehi, siamo diventati un unico gruppo!

Per quanto romantico possa sembrare inizialmente lo “storytelling”, e i cinici lo definirebbero “soft”, le prove “concrete” tratte dai risultati delle sessioni di formazione e dei workshop nazionali di Think Global, Act Local si sono dimostrate in qualche modo diverse. C’è un forte legame che le persone provenienti da contesti diversi sperimentano, il che a volte può essere una sorpresa. Trascorrendo due o tre giorni insieme con un’intensa interazione, condivisione, ricezione e analisi delle storie, emerge una connessione solida come una roccia che dimostra che gli approcci narrativi funzionano.

### Feedback dai nostri partecipanti – ascoltiamo.



Scansiona il QR  
per visualizzare  
le testimonianze.

# La pratica rende perfetti

Le storie delle persone non riguardano tanto ciò che accade o è realmente accaduto, ma ciò che (e come) le persone lo vivono. O anche ciò che la gente vuole credere stia accadendo o sia accaduto. Lavorare con queste storie significa anche lavorare con i narratori, le loro motivazioni, fantasie e desideri.

Dal nostro evento di formazione transnazionale Think Global, Act Local che si è svolto a Hilversum, nei Paesi Bassi, nell'ottobre 2023, i formatori di tutta Europa si sono riuniti per consolidare le loro conoscenze e competenze pratiche, in modo da poter partecipare a workshop nazionali di formazione TGAL nei paesi partner con aziende e professionisti dell'IFP.

Possiamo concludere che un invito sincero e ben avviato al dialogo e all'ascolto "profondo" attraverso l'applicazione dell'Indagine Narrativa Partecipativa è stato un intervento potente e stimolante nell'affrontare e risolvere i problemi di Diversità, Equità e Inclusione nelle organizzazioni e sul posto di lavoro.

Gli esempi di buone pratiche, più avanti in questa rivista, mostrano che le buone intenzioni possono anche essere trasformate in interventi concreti che possono portare le organizzazioni al livello successivo in termini di Diversità, Equità e Inclusione.

Alcune pratiche sono il risultato diretto della nostra prassi formativa basata sulle nostre attività di insegnamento e narrazione. Altri derivano dai recenti sviluppi positivi dei nostri stakeholder professionali e dei nostri partner associati.

---

Ciò a cui si dà un significato,  
è ciò a cui si dà potere.



“ ”

---

*Diversità e inclusione non significa essere invitati alla festa, ma essere invitati a ballare.*  
**(Amber Lingmont)**

# L'odierna battaglia dell'"autorità"

---

C'è l'"autorità" dell'esperto, basata su generalizzazioni impersonali e conoscenze oggettive (ad esempio le teorie) contro l'"autorità dell'esperienza" dell'individuo che l'ha sperimentata in prima persona ed è in grado di lavorare con diversi significati di essa. Pertanto, l'"esperto" (ad esempio manager/coach/facilitatore) può assumere una posizione umile, diventando un "compagno di viaggio". Questo è uno degli elementi del coaching narrativo.



---

## The Fellow Traveller – Rimodellare le storie limitanti

È importante comprendere l'individuo prima di passare all'individuo come contributore all'organizzazione o alla comunità. Le storie personali sono create dall'individuo, ma anche dalla famiglia, dagli amici e dai colleghi. Ma le nostre storie personali possono anche esercitare potere su noi stessi, categorizzarci e renderci ciechi ad altre possibilità. Non sempre siamo in grado di percepire cosa è importante, quali sono le opportunità, le alternative. Una storia dominante, come "Fallisco nel mio lavoro o nello studio perché nessuno mi guida mai..", può diventare un problema.

Quando le persone si rendono conto di essere intrappolate in una storia così dominante, hanno bisogno di aiuto. C'è questa storia metaforica del **Centre of Narrative Coaching & Therapy** che lo spiega bene..

---

Immagina di essere un escursionista in un lungo viaggio, che raccoglie storie man mano che appaiono e le riponi come gemme nel tuo zaino. A volte tiri fuori le storie e le condividi con gli altri viaggiatori. A volte li tieni cautamente per te. Le storie nel tuo zaino non assomigliano a quelle nello zaino di qualsiasi altro viaggiatore. Sono stati plasmati dal viaggio e dalle tue supposizioni su come gli altri li stanno giudicando.

Ora immagina di essere stato invitato da un compagno di viaggio gentile e solidale a sederti in un posto comodo lungo quel viaggio. Il tuo nuovo compagno ti invita ad aprire lo zaino. All'inizio sei un po' riluttante, ma le storie stanno diventando pesanti e vorresti davvero essere libero dal peso per un po'. Il tuo zaino non ti è entrato molto bene sulla schiena durante gli ultimi chilometri e ti chiedi se potrebbe essere una buona idea prendersi un po' di tempo per riorganizzare le cose che causano disagio.

Il tuo compagno è molto bravo a farti sentire a tuo agio e al sicuro, e ti fidi di lui. Infine, tiri fuori una storia e la

tieni in mano. Sorprendentemente, il tuo compagno non ha alcun giudizio nei suoi occhi mentre guarda la storia dall'alto in basso. Ti fa semplicemente domande gentili su di esso, aiutandoti a definirlo e a vederlo con occhi nuovi. In poco tempo, tiri fuori altre storie dalla borsa e le metti in fila. Il tuo compagno ti fa le domande giuste per farti sapere quali storie sono importanti. Ti aiuta a vedere gli schemi che sorgono. A volte, quando si sposta la storia e la si allinea con un'altra storia, assume una forma completamente nuova. Le nuove forme offrono nuove possibilità per continuare il tuo viaggio. Ti stanno persino aiutando a definire te stesso in un modo nuovo che sembra profondamente giusto. Non sembra più il pesante fardello. Guardi il sentiero davanti a te e, anche se i punti accidentati non sono scomparsi, puoi vedere un sentiero più chiaro attraverso di esso. Quel compagno nel tuo viaggio è il coach/facilitatore narrativo, che è stato addestrato per aiutarti a esaminare le tue storie, rimodellarle se necessario e utilizzare quelle che ti aiutano a fare il passo successivo nel tuo viaggio con più sicurezza e fiducia.

# Il potere della narrazione: un kit di strumenti per il cambiamento

Il Think Global, Act Local Storytelling Toolkit è una risorsa pratica per aiutare le aziende a navigare nelle complessità della gestione della diversità e dell'inclusione attraverso un approccio narrativo.

Lo Storytelling Toolkit è più di un semplice insieme di linee guida, è un approccio trasformativo che utilizza il potere della narrazione e dello storytelling per colmare le lacune, favorire la comprensione e creare una cultura del posto di lavoro più inclusiva. Dalla rivista fino ad ora, sappiamo che la narrazione è un'esperienza umana universale. Le storie sono state utilizzate per secoli per condividere conoscenze, preservare la storia e collegare le comunità.

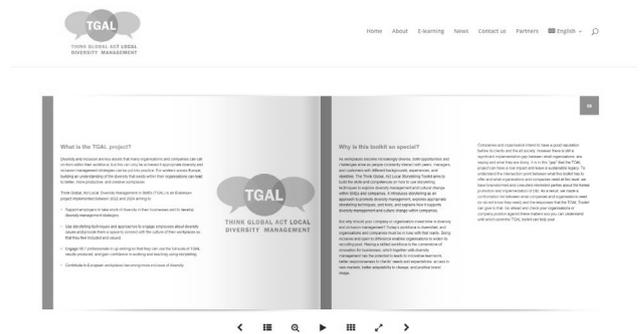
Nel contesto di D&I e del nostro progetto TGAL, lo storytelling ha dimostrato di essere particolarmente potente perché consente alle persone di condividere le loro esperienze, prospettive e identità uniche in un modo che è sia personale che relazionabile. Attraverso lo storytelling, concetti astratti come la diversità e l'inclusione diventano tangibili e i dipendenti possono connettersi con queste idee a un livello più profondo ed emotivo. Il nostro Storytelling Toolkit sfrutta questo potere intrinseco delle storie per affrontare la D&I; incoraggiando i dipendenti a tutti i livelli a condividere le loro storie.

Il toolkit aiuta a scoprire le dinamiche spesso invisibili della cultura del posto di lavoro, tra cui pregiudizi inconsci, micro-aggressioni e disuguaglianze sistemiche. Questo processo non solo aumenta la consapevolezza, ma favorisce anche l'empatia, poiché i colleghi iniziano a vedere il posto di lavoro attraverso gli occhi degli altri.

Il TGAL Storytelling Toolkit fornisce una serie di workshop strutturati che guidano i partecipanti attraverso il processo di narrazione. Questi workshop sono personalizzati per affrontare i nove pilastri della diversità, tra cui genere, età, etnia e neuro-diversità, tra gli altri. Ogni workshop include casi di studio, domande guida e attività pratiche che aiutano i partecipanti a esplorare e riflettere sulle proprie esperienze.

Il toolkit offre una varietà di strumenti e tecniche per integrare lo storytelling nelle pratiche quotidiane sul posto di lavoro. Ciò include metodi per raccogliere storie, facilitare i circoli narrativi e utilizzare approcci narrativi per affrontare specifiche sfide di D&I. Questi strumenti sono progettati per essere adattabili, consentendo alle aziende e alle organizzazioni di personalizzare il proprio approccio in base alle proprie esigenze e obiettivi specifici.

Riconoscendo che uno storytelling efficace richiede una facilitazione qualificata, il toolkit include una guida dettagliata per i facilitatori. Ciò include suggerimenti per creare un ambiente sicuro e inclusivo, incoraggiare la partecipazione e gestire argomenti sensibili. Fornisce inoltre consigli su come utilizzare lo storytelling per portare avanti un cambiamento significativo.





Uno degli aspetti più potenti dello Storytelling Toolkit è la sua enfasi sulla riflessione e sull'azione. Ogni workshop e attività è progettato per spingere i partecipanti a riflettere sulle proprie esperienze e su quelle degli altri, portando a una comprensione più profonda delle questioni di D&I. Il toolkit incoraggia inoltre i partecipanti ad agire, sfidando gli stereotipi, sostenendo cambiamenti politici o semplicemente condividendo le loro nuove intuizioni con gli altri.

Infine, lo Storytelling Toolkit non riguarda solo la sensibilizzazione, ma anche la creazione di un cambiamento duraturo. Incorporando lo storytelling nel tessuto delle aziende, possono coltivare una cultura di apertura, rispetto e collaborazione.

I dipendenti che si sentono ascoltati e apprezzati hanno maggiori probabilità di essere coinvolti e motivati. Le storie aiutano ad abbattere i silos e a promuovere la collaborazione interfunzionale. Man mano che i dipendenti di diversi reparti e background condividono le loro storie, iniziano a vedersi come alleati piuttosto che come concorrenti, dando vita a team più forti e coesi.

---

La condivisione di storie mostra  
cosa funziona e cosa no

# Pilastri della diversità – Consideriamo

Poiché il TGAL Storytelling Toolkit è costruito attorno a nove pilastri della diversità, è tempo di presentarli.

## Uguaglianza ed equità sono la stessa cosa?

L'uguaglianza consiste nel trattare tutti allo stesso modo, ma può funzionare solo se tutti partono dallo stesso punto e hanno bisogno dello stesso aiuto. L'equità consiste nel dare a tutti ciò di cui hanno bisogno per avere successo. Entrambe sono strategie inclusive che possiamo utilizzare nel tentativo di creare equità.

### ETÀ:

Oltre all'età cronologica (tempo dalla nascita), sono state sviluppate altre concettualizzazioni dell'età. I ricercatori suggeriscono che gli individui con la stessa età cronologica possono differire, ad esempio, in termini di età soggettiva, salute funzionale o età organizzativa (cioè fase della carriera). La gestione dell'età è un termine spesso usato per descrivere buone pratiche o strategie pertinenti, appositamente progettate per combattere l'ageismo.

### CULTURA:

La pratica di condividere racconti e narrazioni che catturano i valori, le credenze e i costumi di una particolare cultura o comunità è nota come narrazione culturale. Può manifestarsi in vari modi, ad esempio attraverso le tradizioni orali, la scrittura, la pittura, la musica e altri tipi di espressione creativa. Lo storytelling culturale può migliorare l'identità del marchio e promuovere l'empatia, il rispetto e la fiducia. Aiuta le aziende a comprendere le diverse prospettive e ad adattare le loro strategie di conseguenza.

### ETNIA:

L'etnicità descrive comunità o gruppi di persone con caratteristiche sociali, culturali e comportamentali distintive che li distinguono dagli altri nello stesso paese o società o in un paese o in una società diversa. I membri condividono la stessa lingua, hanno stili di vita simili e una storia comune, conservano tradizioni e costumi, si identificano come membri di quel gruppo etnico e spesso hanno un patrimonio genetico comune.





### **GENERE:**

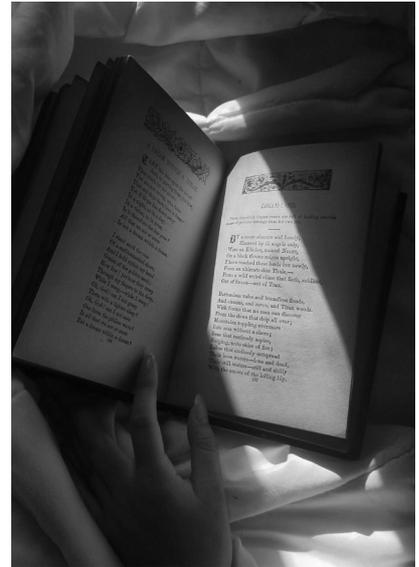
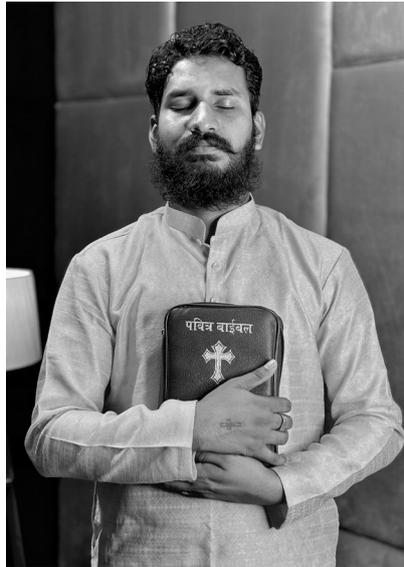
Il genere si riferisce alle caratteristiche di donne, uomini, ragazze e ragazzi che sono socialmente costruite. Ciò include le norme, i comportamenti e i ruoli associati all'essere donna, uomo, ragazza o ragazzo, nonché le relazioni reciproche. Come costruito sociale, il genere varia da società a società e può cambiare nel tempo. Il genere interagisce con ma è diverso dal sesso, che si riferisce alle diverse caratteristiche biologiche e fisiologiche di femmine, maschi e persone intersessuali. Il genere e il sesso sono correlati ma diversi dall'identità di genere. L'identità di genere si riferisce all'esperienza profondamente sentita di una persona del genere, che può corrispondere o meno alla fisiologia della persona o al sesso designato alla nascita.

### **NEURODIVERSITÀ:**

Tutti gli esseri umani variano in termini di capacità neurocognitive. Gli individui hanno sia talenti che cose con cui lottano, che possono avere un impatto sulle loro prestazioni. Pertanto, le diagnosi di: dislessia, discalculia, disturbo dello sviluppo della coordinazione (DCD/disprassia), disturbo da deficit di attenzione e iperattività (ADHD) e disturbi dello spettro autistico (ASD) e altri, pensano in modo diverso e hanno profili cognitivi che includono sia punti di forza che sfide per gli individui. Questi possono portare vantaggi ma possono anche essere invalidanti.

### **DISABILITÀ FISICA:**

La disabilità fisica è qualsiasi condizione del corpo che rende più difficile per la persona con la condizione svolgere determinate attività e interagire con il mondo che la circonda. Esistono molti tipi di disabilità, tra cui, a titolo esemplificativo ma non esaustivo: artrite, disturbi muscoloscheletrici, paralisi cerebrale, lesioni del midollo spinale, problemi di vista, disturbi del movimento e problemi di udito. Vale la pena notare che alcune disabilità fisiche sono nascoste o difficili da riconoscere.



### **RAZZISMO:**

Il razzismo è l'incapacità o il rifiuto di riconoscere i diritti, i bisogni, la dignità o il valore delle persone di razze o origini geografiche. Più in generale, la svalutazione di vari tratti del carattere o dell'intelligenza come "tipici" dei popoli. Il trattamento ingiusto di persone che appartengono a una razza diversa; comportamento violento nei loro confronti, la convinzione che alcune razze di persone siano migliori di altre, o una convinzione generale su un intero gruppo di persone basata solo sulla loro razza.

### **RELIGIONE:**

La religione è attribuita a valori e pratiche tradizionali relative a un certo gruppo di persone o di fede ed è il servizio o l'adorazione di Dio o del soprannaturale. È definito come un insieme personale o atteggiamenti, credenze e pratiche istituzionalizzate ed è guidato dalla tradizione, dalle regole e dalla cultura. La spiritualità è un'esperienza astratta e soggettiva, che si riferisce a un'interconnessione di qualcosa al di là di noi e che collega qualcosa dentro di noi. Può essere una connessione con Dio, la natura, gli altri e l'ambiente circostante.

### **SOCIAL (STORYTELLING):**

Lo storytelling sociale ha un duplice significato: può essere utilizzato per il bene sociale evidenziando importanti questioni sociali e sostenendo il cambiamento. Si riferisce anche alla pratica di raccontare storie e condividerle sulle piattaforme dei social media. Implica l'utilizzo di canali come Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e TikTok per creare e condividere contenuti che coinvolgano il pubblico, costruiscano relazioni e promuovano i marchi.

# Emozioni al lavoro



Le emozioni sono causate da qualcuno o qualcosa, o da una situazione. In generale, le emozioni e i sentimenti giocano un ruolo fondamentale nel modo in cui ci comportiamo, interagiamo e ci relazioniamo con gli altri. È importante in termini di comportamento di attaccamento, coesione, inclusione ed empatia, ma anche di discordia, esclusione e conflitti riemergenti, a volte piccoli e a volte enormi.

Anche le emozioni e i sentimenti hanno una storia. Sono legati al comportamento di sopravvivenza, alle esperienze e ai ricordi. Sono legati al passato, ma anche all'immediato presente, al pensare e progettare il futuro. Tutto ciò a cui assegniamo un significato, come le storie che raccontiamo, ha una carica emotiva.

Come professionisti che lavorano nelle organizzazioni, il lavoro che svolgiamo a volte è anche un lavoro emotivo: mostri (o devi mostrare) entusiasmo, spinta ed empatia (ad esempio come leader, manager, coach o formatore), cura e affetto (ad esempio come infermiere), coraggio e convinzione (ad esempio come agente di polizia).

Quando si tratta di condividere e raccogliere storie, si affrontano molte emozioni e sentimenti: odio, senso di colpa, insicurezza, paura, preoccupazione, colpevolizzazione, razionalizzazione, sensazione di essere "inutili", ma anche orgoglio, soddisfazione, gratitudine e speranza. Il lavoro emotivo implica la valutazione delle emozioni degli altri così come la propria emozione, in risposta a quella dell'altro, e anche quando un'emozione è "seria" o meno.

L'emozione non è, quindi, un fattore dirompente in un'organizzazione, ma un fattore vitale, tanto importante quanto l'informazione, la conoscenza, le attrezzature, ecc. Riconoscetelo e lo riconoscerete e sarete in grado di gestirlo.

Tuttavia, **non** manipolarlo mai!<sup>1</sup>

---

**Riflessione:** Quale parola descrive la tua emozione principale in questo momento?



<sup>1</sup> Gabriel Y. (1999), Organizations in Depth, Sage)

---

*“Non riesco nemmeno a immaginare quanto debba essere difficile per te. C'è qualcosa che posso fare per sostenerti?”*



## Possiamo sempre fidarci dell'empatia?

“La nostra connessione empatica con gli altri è qualcosa di simile a una stretta di mano invisibile tra i corpi, che percepiamo come una ‘vibrazione’ che può essere positiva e stimolante, o velenosa ed estenuante”, scrive il primatologo Frans De Waal.<sup>2</sup>

La fine di questa citazione sembra leggermente provocatoria. L'empatia è per lo più descritta come “mettersi nei panni di un altro”, non giudicare, comprendere i sentimenti di qualcun altro e determinare come aiutarsi a vicenda. Non ci aspettiamo un “lato oscuro” dell'empatia, ma possiamo presumerlo. Dove c'è luce, c'è anche buio.

L'empatia, afferma De Waal, è una capacità neutra. Può essere usato nel bene o nel male “velenoso”, a seconda delle intenzioni di qualcuno. Probabilmente dobbiamo renderci conto che la simpatia è per lo più positiva, ma che questo non si applica necessariamente all'empatia.

Ci sono individui (ad esempio gli psicopatici) che usano la loro capacità di capire per tormentare gli altri. “La cura e la crudeltà hanno più cose in comune di quanto pensiamo. Sono due facce della stessa medaglia”.

**L'empatia** cerca informazioni sugli altri e aiuta a capire la loro situazione, mentre la **simpatia** riguarda l'effettiva preoccupazione per gli altri e il desiderio di migliorare la loro situazione.

---

<sup>2</sup> De Waal, F. (2019) - L'ultimo abbraccio della mamma. Emozioni animali e cosa ci dicono di noi stessi, W.W. Norton & Company.

# L'arte dell'ascolto (empatico)

L'ascolto non è il nostro forte, e nei discorsi sui conflitti, le persone sono spesso così prese dalle loro emozioni e sentimenti che l'ascolto autentico non è all'altezza. L'ascolto richiede concentrazione e attenzione, è intenzionale. L'ascolto attivo ed **empatico** e il non giudicare i sentimenti e i pensieri del narratore, fanno sì che i narratori si sentano apprezzati. Ascoltare empatico significa privare se stessi, esercitare l'umiltà e quindi responsabilizzare l'altro.

La maggior parte di noi nasce con l'**udito**, ma sviluppiamo l'**ascolto** imparando in contesti sociali. Nella maggior parte dei casi, le nostre capacità e competenze di ascolto si sviluppano durante i nostri primi anni di vita, spesso all'interno di un contesto familiare. L'ascolto può avere un valore di sopravvivenza: ascoltando le esperienze degli altri stiamo anche imparando. Ascoltare "paga".

L'ascolto è anche una realtà co-creata: "L'ascolto efficace ed empatico (della storia) rivelerà sempre il potere di unirsi, o identificarsi con chi parla, e far sentire a qualcuno che non è solo, che non è isolato nella sua esperienza di bisogno, e da quella condivisione nasce un team, una rete di supporto, ecc."<sup>3</sup>

## Non puoi guidare se non puoi ascoltare.

L'ascolto empatico può essere allenato se siamo consapevoli dei modi inconsci in cui ascoltiamo. Ci sono almeno cinque canali di ascolto<sup>4</sup> di cui dobbiamo essere consapevoli:

### **Canale 0 - Sintonizzato (non sei presente)**

Questo può far sentire l'altra persona impotente. Chiediti: "Sto davvero ascoltando?"

### **Canale 1 - Sé (giudicante, in ascolto di sé).**

Questo può essere frustrante per il cassiere. Chiediti: "Sto solo aspettando che smettano di parlare per poter dire la mia parte importante?"

### **Canale 2 - Accordo (familiare, ascolto per somiglianza).**

Questo può far sentire il narratore incompleto. Chiediti: "Sto ascoltando ciò che è simile a ciò che già so o sono concentrato sul fatto che siano d'accordo o meno con ciò che ho appena detto?"

---

<sup>3</sup> Costello P. (2017) – <http://storywise.com/index.php/2017/12/18/notes-on-listening/>

<sup>4</sup> Per saperne di più: Senova M. (2017), This Human, BIS Publishers, Amsterdam

---

**Riflessione:** Come ci si sente ad avere qualcuno che ascolta davvero la tua storia?

---

**Ascolto empatico:** un elemento importante nella comunicazione inclusiva

### **Canale 3 - Critico (fattuale, ascolto di prove).**

Questo può essere faticoso per il narratore, ma può aiutarlo a pensare alla sua storia. Chiediamoci: “Sto ascoltando per avere la prova che quello che dicono è giusto?”

### **Canale 4 - Empatico (connesso, ascolto dal punto di vista dell'oratore/del narratore).**

Il narratore si sente compreso e connesso. Hai creato uno spazio sicuro e fiducia (forse anche intimità). Chiediti: “Sto ascoltando da un luogo che non ha altro motivo se non quello di connettermi con il loro punto di vista?”

### **Canale 5 - Generativo (intuizione, ascolto dalla possibilità).**

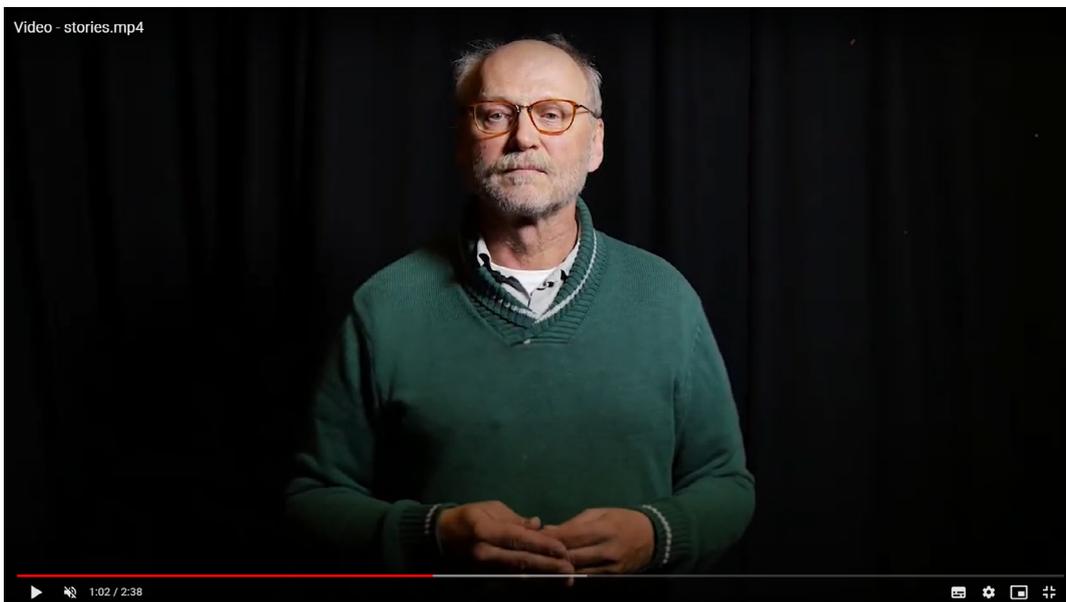
Il narratore si sente supportato, forse anche eccitato. Chiediti: “Sto usando la mia empatia e la mia comprensione del loro contesto e della loro motivazione per aiutare a raggiungere il miglior risultato?”

Quindi, la prossima volta che ascolti una storia raccontata da un'altra persona, di quali canali sarai a conoscenza?..

---

**Riflessione:** Ho la disciplina per ascoltare e capire cosa dicono e provano i membri del team?

## **Video 3: Stories**

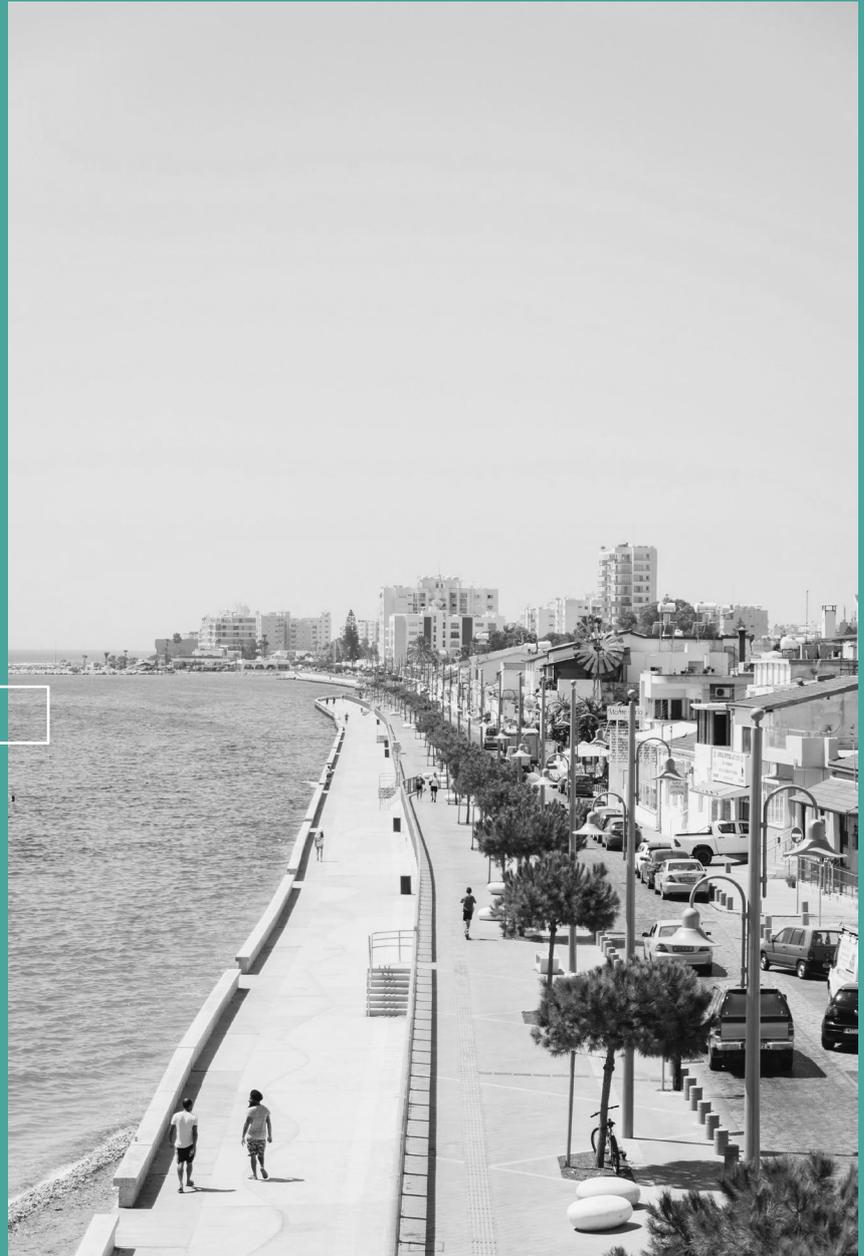


# Best Practices dall'Europa



# Sviluppare alleati per l'uguaglianza – Le migliori pratiche di Cipro

O  
r  
p  
i  
C



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

Grant Thornton Cyprus è uno dei principali servizi professionali di società indipendenti di assicurazione, fiscalità e consulenza a Cipro.

Nel desiderio di allineare meglio la propria attività alle esigenze dei clienti e delle comunità, la diversità e l'inclusione sono emerse come un argomento centrale nelle discussioni nei consigli di amministrazione. È nata l'esigenza di fornire un ambiente in cui la diversità sia celebrata, l'inclusione sia sostenuta e ogni dipendente, indipendentemente dalle sue caratteristiche personali uniche e dal suo background (culturale o sociale), possa prosperare.

Per essere in grado di creare e promuovere questo ambiente diversificato **e inclusivo, è stato istituito un comitato per la diversità, l'inclusione e il benessere**, composto da sei colleghi, che si sforzano di riflettere la diversità dell'azienda attraverso varie linee di servizio, livelli e uffici.

I membri agiscono come sostenitori di tutti i colleghi, promuovendo attraverso le loro azioni una cultura inclusiva e orientata all'uguaglianza. Collaborano per valutare idee e suggerimenti, portando prospettive innovative alle discussioni e affrontando eventuali ostacoli al raggiungimento della missione D&I dell'organizzazione. Le loro iniziative si concentrano sulle pari opportunità di sviluppo e sulla garanzia di un'esperienza coerente (ed equa) per tutti i dipendenti.

In particolare, il comitato propone programmi di formazione pertinenti, coordina le azioni e gli eventi D&I e affronta in modo proattivo eventuali denunce di discriminazione o trattamento ingiusto che possono sorgere.

Inoltre, il loro **Culture Advisory Board (CAB)**, composto da otto ambasciatori che lavorano a stretto contatto con il CEO dell'azienda, rafforza ulteriormente il loro impegno a coltivare una cultura positiva dell'ambiente di lavoro. CAB guida iniziative di cambiamento, comunica feedback ed esplora idee per conto di tutti i dipendenti, assicurando che gli ostacoli al cambiamento positivo siano identificati e superati.

Per impegnarsi ancora di più, Grant Thornton è diventato anche membro della Diversity Charter Cyprus November 2021 e ha ricevuto un certificato dal progetto Supporting Equality Allies At Work.

---

*“Ero davvero interessato a quello che hai detto su.. Potrebbe dirmi di più su questo?”*

---

**Reflection:** Il tuo lavoro racconta una storia?

# Tutti sono i benvenuti in Tesco - Le migliori pratiche dalla Repubblica Ceca

Benvenuti



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

*In Tesco, nella Repubblica Ceca, le persone sono al centro della loro missione, influenzando il modo in cui servono i clienti, supportano le comunità e proteggono il pianeta. Tesco si impegna a riflettere la diversità dei propri colleghi, clienti e comunità, promuovendo una cultura di apertura e inclusione.*

Questo è il motivo per cui mirano a rispecchiare la diversità dei clienti e delle comunità; Sottolineano la costruzione di un ambiente aperto e sicuro che abbraccia l'unicità. Un obiettivo chiave di quest'anno è coinvolgere le giovani generazioni (di età compresa tra i 18 e i 24 anni), poiché i loro tassi di occupazione in questo gruppo sono in ritardo rispetto alla media nazionale. Tesco prevede di soddisfare le esigenze dei colleghi di età 50+, anticipando la crescente rilevanza di questa fascia demografica.

In che modo Tesco realizza la sua missione?

1. I manager come modelli di ruolo: i leader inclusivi attraggono, educano e sviluppano talenti diversi, promuovendo il sostegno e l'autenticità.
2. Integrazione dell'inclusione: Tesco incorpora l'inclusione in tutte le sue attività.
3. Ascolto e azione: attraverso i sondaggi semestrali "Every Voice Matters", il feedback dei colleghi viene raccolto e messo in pratica, migliorando l'inclusività. Recenti sondaggi mostrano una maggiore inclusività sul posto di lavoro, con raccomandazioni più elevate da parte di colleghe e colleghi che si prendono cura di loro.

Tesco continuerà a monitorare l'equilibrio di genere, puntando a un 50% di donne nella leadership il prossimo anno. Aumentare il numero di giovani colleghi e sostenere la loro crescita rimane una priorità. Tesco mira anche a includere un maggior numero di colleghi con disabilità, rimuovendo le barriere e sensibilizzando attraverso eventi chiave D&EI. La pubblicazione annuale dei dati sulla diversità e l'inclusione continuerà, condividendo piani e progressi.

***Intervista con il responsabile dell'iniziativa e del progetto: Markéta Kyštáková, People Deployment Manager, Tesco***



---

**Riflessione:** i miei metodi di assunzione sono abbastanza equi da accogliere la diversità?

# Affrontare il cambiamento – Una storia inclusiva e connessa – Le migliori pratiche dai Paesi Bassi

Paesi Bassi



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

Nel 2015, la divisione Procurement di Vattenfall mirava a passare da un'unità amministrativa a un partner commerciale strategico. Ciò coincide con la fusione dell'olandese NUON e della svedese Vattenfall. Per raggiungere questo obiettivo, il team di gestione ha stabilito una missione, una visione e una tabella di marcia. I roadshow sono stati condotti negli uffici dei Paesi Bassi, della Germania e del Regno Unito, rivelando le differenze culturali che dovevano essere affrontate attraverso una storia di cambiamento unificante.

Per colmare il divario tra gli obiettivi e la storia di cambiamento ispiratrice desiderata è stato scelto un approccio narrativo, in particolare l'indagine narrativa partecipativa (PNI). Questo metodo mirava a catturare le esperienze lavorative, i valori e le aspettative riguardanti la fusione e la futura collaborazione all'interno della divisione.

Sono stati organizzati workshop per manager e dipendenti, a partire da sessioni mattutine per incoraggiare la condivisione di storie e costruire fiducia reciproca. Le sessioni pomeridiane hanno visto la partecipazione di circoli narrativi nei Paesi Bassi e in Germania, utilizzando esperienze aneddotiche per scoprire conoscenze sulla cooperazione esistente e sentimenti riguardo al futuro.

I risultati hanno fornito al team di gestione informazioni su una cooperazione futura più efficiente e hanno favorito una migliore comprensione e apprezzamento delle diverse culture, nazionali e organizzative. L'ultima storia ha evidenziato che l'aiuto potrebbe arrivare da ambienti inaspettati con soluzioni sorprendenti, promuovendo una migliore cooperazione interna e fungendo da promessa per i clienti e le parti interessate.

Oggi, Vattenfall abbraccia la diversità e l'inclusione, credendo che un ambiente di lavoro dinamico che celebra le differenze promuova un senso di appartenenza. Questo ambiente incoraggia le persone a parlare e condividere idee, migliorando la creatività, il coinvolgimento, la salute mentale e le prestazioni complessive.

---

*“Ehi, anche i tedeschi hanno il senso dell'umorismo!”  
“Mi sono reso conto che gli olandesi non sono affatto così schietti”*

---

*Quando ascolti, concentrati su ciò che ti dà energia.*



# Software Group: guidato dalla convinzione nella diversità – Best practice dalla Bulgaria

Bulgaria



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

Software Group è un'azienda tecnologica globale specializzata in soluzioni di canale di distribuzione e integrazione per istituzioni che forniscono servizi finanziari. Fondata in Bulgaria, Software Group si è espanso in paesi come Australia, Egitto, Ghana, India, Kenya, Messico, Filippine e Stati Uniti. Questo mix di nazionalità e religioni ha creato un'azienda culturalmente diversificata. A livello globale, Software Group ha 12 religioni diverse, oltre ad atei e agnostici. L'azienda adotta politiche di tolleranza culturale e religiosa, oltre a osservare insieme ogni celebrazione all'interno dell'azienda.

Una volta, durante una riunione di team building vicino a Nairobi con i rappresentanti di tutte le sedi del mondo, uno dei dipendenti kenioti, che era anche un pastore, ha iniziato a pregare per un viaggio sicuro. Dopo averlo fatto, molti dei suoi colleghi di diverse religioni hanno pensato che fosse qualcosa di molto generoso e hanno detto che nel viaggio successivo anche loro avrebbero voluto fare qualcosa del genere.

L'azienda ritiene che i propri dipendenti lavorino in ambienti culturalmente molto diversi. Ciascuna delle sedi regionali di Software Group è gestita da persone locali o, se non locali, hanno lavorato e vissuto lì per molto tempo e hanno dimostrato di essere adatte al lavoro.

L'azienda ha un programma di mentoring ben strutturato di 3 mesi per i nuovi arrivati con "un amico senior". Il buddy è responsabile della conoscenza culturale del nuovo arrivato con il funzionamento dei diversi uffici, poiché la prima cosa con cui i dipendenti si trovano alla prova è lavorare con culture diverse.

Software Group ha politiche di parità retributiva senza sproporzionismo tra retribuzioni maschili e femminili. I membri dell'azienda lavorano sui pregiudizi inconsci. Cercano di sfidare le percezioni e i modi di comprendere e approcciare le altre persone creando team di diverse regioni, in modo che diventino naturalmente team diversificati.



# Abbracciare la diversità: trasformare uno studente in difficoltà in un professionista di successo – Le migliori pratiche dalla Slovenia

Slovenia



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

Al Centro Šolski Škofja Loka in Slovenia, Jan era noto per il suo comportamento vivace, schietto e anticonformista, che lo portava ad azioni disciplinari e preoccupazioni per il suo futuro a scuola. Tuttavia, il suo potenziale è diventato chiaro nei laboratori pratici, dove il suo entusiasmo e il suo talento hanno brillato.

Quando ha subito un grave infortunio nel suo terzo anno, il percorso di Jan sembrava incerto. La scuola ha riconosciuto l'importanza del lavoro pratico per lui e ha adottato un approccio su misura per sostenere il suo sviluppo. La collaborazione tra il servizio di consulenza della scuola, il suo datore di lavoro e un mentore dedicato ha portato a un piano di formazione rivisto. Jan è stato assegnato a un reparto dove il suo infortunio non avrebbe ostacolato i suoi progressi.



Questa strategia inclusiva includeva una chiara comunicazione delle aspettative, una stretta supervisione e aggiornamenti regolari sui suoi progressi. Il suo mentore ha svolto un ruolo cruciale nel guidarlo sia professionalmente che personalmente. Di conseguenza, Jan ha completato la sua formazione e ha presentato un progetto finale che ha dimostrato le sue competenze avanzate nella modellazione 3D. Oggi, Jan è un professionista sicuro di sé e un collega stimato con la sua personalità unica intatta.

Questo caso di studio evidenzia l'impatto positivo del mentoring dedicato e delle pratiche adattive quando si tratta di abbracciare e capitalizzare la diversità degli studenti piuttosto che sopprimerla.

# ENEL: Promuovere l'inclusione attraverso l'innovazione - Best practice dall'Italia



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

ENEL, una delle più grandi società energetiche internazionali in Italia, è un attore chiave nei mercati globali del gas e dell'elettricità. Gestendo un'ampia varietà di centrali elettriche, tra cui idroelettriche, termoelettriche, nucleari, geotermiche, eoliche, solari e altre fonti rinnovabili, ENEL è attiva in oltre 30 paesi. Nonostante il suo impegno per la sostenibilità e l'innovazione, ENEL ha dovuto affrontare sfide significative per mantenere un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato. Questioni come la sottorappresentazione dei gruppi minoritari, la disuguaglianza di genere e la necessità di una cultura aziendale più accogliente hanno avuto un impatto negativo sulle prestazioni complessive e sulla reputazione dell'azienda.

Per affrontare queste sfide, ENEL ha implementato un programma completo di gestione della diversità. Questo programma ha comportato una valutazione approfondita del panorama della diversità e dell'inclusione dell'azienda, la pianificazione strategica, l'impegno della leadership, lo sviluppo di politiche e programmi, il coinvolgimento dei dipendenti e il monitoraggio e la valutazione regolari. L'obiettivo era quello di aumentare la diversità e promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, con particolare attenzione alla parità di genere, a programmi di reclutamento mirati e alla formazione sui pregiudizi inconsci, sulla competenza culturale e sulla leadership inclusiva.

Il management aziendale si è impegnato a sostenere le iniziative in materia di diversità ed è stato istituito un Diversity Council per supervisionare l'attuazione di queste strategie. Sono stati creati gruppi di risorse per i dipendenti per sostenere varie dimensioni della diversità e sono stati organizzati eventi e forum per celebrare la diversità e promuovere la comprensione interculturale.

---

*Coloro che hanno già un posto a tavola hanno il potere di invitare*



# Premiate le assunzioni inclusive – Best practice dal Portogallo

Portogallo



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

La Fondazione ADFP, un'istituzione di solidarietà sociale senza scopo di lucro in Portogallo, è un esempio di reclutamento inclusivo, impiegando il 39% del suo personale con bisogni speciali. La Fondazione adegua i propri spazi architettonici a queste esigenze, garantendo l'accessibilità per tutti.

Premiato con il premio Inclusive Employer nel 2019 e nel 2021, l'ADFP promuove l'uguaglianza attraverso l'adattamento del luogo di lavoro e la rimozione delle barriere. Il suo impegno per l'integrazione delle persone con disabilità nella forza lavoro è un esempio progressivo di gestione della diversità. La fondazione sostiene diversi gruppi vulnerabili, promuovendo l'interazione intergenerazionale e lo sviluppo locale sostenibile.



# Impegno per la diversità – Le migliori pratiche irlandesi

Irlanda



—  
THINK

—  
GLOBAL

—  
ACT

—  
LOCAL

Nell'ambito dell'implementazione del progetto TGAL in Irlanda, Future In Perspective ha contattato Camfil come potenziale partner del progetto sulla base del suo impegno dichiarato per la diversità e l'inclusione sul posto di lavoro. In qualità di firmatario della Carta della Diversità, il management di Camfil è convinto che l'impegno per la diversità e le pari opportunità aiuti a costruire un'azienda più redditizia, efficace e attraente. Una forza lavoro con una moltitudine di background ed esperienze è più creativa e disposta ad adattarsi a nuovi input, punti di vista e modi di lavorare diversi, fornendo all'azienda una serie di vantaggi tangibili.

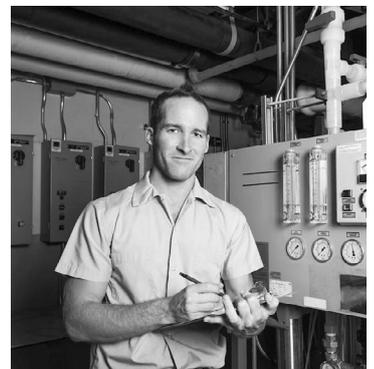
Camfil si impegna a promuovere le pari opportunità e l'equilibrio tra uomini e donne all'interno dell'azienda. Attrarre, trattenere e sviluppare dipendenti sia uomini che donne è un fattore di successo decisivo per i risultati aziendali del Gruppo Camfil.

Le loro attività per la diversità, l'uguaglianza e l'inclusione includono quanto segue, dimostrando che non solo parlano, ma mettono in pratica:

- Certificazione GEEIS-D nel 2019 per la diversità di genere
- Celebrazione di occasioni annuali come la Giornata internazionale della donna, le Giornate di sensibilizzazione sulla disabilità e le Giornate di sensibilizzazione sulla salute mentale
- Promozione dei giovani lavoratori durante l'estate
- Collaborare con le scuole locali per fornire (ove possibile) tirocini ai loro studenti durante tutto l'anno accademico
- Garantisci pari opportunità e un processo di reclutamento senza pregiudizi. Ciò è supportato dall'uso di descrizioni delle mansioni di decodifica del genere e dalla fornitura di tutte le specifiche con una dichiarazione di uguaglianza
- Apportare modifiche ai propri locali per rendere l'edificio più accessibile installando una rampa per sedie a rotelle e un parcheggio per disabili

Quando è stato chiesto loro perché hanno firmato la Carta della diversità in Irlanda, il motivo è stato semplice. Desiderano essere un'organizzazione che si impegna pienamente e sostiene la diversità, l'uguaglianza e l'inclusione.

Firmando la carta, le persone conosceranno il nostro impegno e, si spera, insieme alle nostre altre azioni in materia di diversità, accoglieranno potenziali dipendenti di ogni provenienza.



# Quando il potere della narrazione e il potere di Erasmus+ si uniscono

Il programma Erasmus+ è una pietra miliare degli sforzi dell'Unione europea per promuovere la collaborazione transnazionale e costruire una comunità europea coesa. Sostenendo progetti di cooperazione, come Think Global, Act Local, il programma svolge un ruolo cruciale nel migliorare l'apprendimento permanente, promuovere l'inclusione e sviluppare un'identità europea condivisa. Il suo impatto è profondo, non solo sui singoli individui, ma anche sulle istituzioni, le aziende e le organizzazioni che si impegnano e beneficiano del programma.

Mentre concludiamo il progetto TGAL, il team di progetto che ha lavorato insieme al progetto desidera riconoscere e ringraziare il finanziamento che abbiamo ricevuto dal programma Erasmus+ attraverso l'Agenzia nazionale bulgara - HRDC. La loro lungimiranza e il loro impegno per l'innovazione nell'ambito dell'istruzione e della formazione professionale hanno creato l'opportunità di realizzare la magia di TGAL.

---

Se non sei disposto a rischiare l'insolito, dovrai accontentarti dell'ordinario.

Siamo stati incredibilmente fortunati ad aver ricevuto la sovvenzione e ad avere la possibilità di riunire un consorzio dinamico e impegnato di organizzazioni partner che, nel corso dei 24 mesi del progetto, hanno ottenuto risultati fantastici e si sono divertiti moltissimo insieme nel nostro viaggio di narrazione. Questa rivista è un'opportunità per te, lettore, di condividere il nostro viaggio e intravedere gli argomenti con cui ci siamo confrontati, le discussioni che abbiamo avuto e anche le esperienze che abbiamo condiviso.

Infine, vorremmo ringraziare e riconoscere l'incredibile impegno che abbiamo avuto da parte delle comunità dell'IFP e delle imprese in Bulgaria, Paesi Bassi, Irlanda, Cipro, Repubblica Ceca, Italia, Portogallo e Slovenia. Hanno collaborato con noi nella realizzazione del progetto, hanno fornito approfondimenti, condiviso esperienze vissute e hanno accolto la nostra offerta di formazione e narrazione. Il vostro tempo e il vostro coinvolgimento sono stati molto apprezzati.

---



**THINK GLOBAL ACT LOCAL**  
**DIVERSITY MANAGEMENT**



Cofinanziato  
dall'Unione europea



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Numero del progetto: 2022-1-BG01-KA220-VET-000089293