



NOI E GLI ALTRI

ANTONELLA BARINA

LA DIVERSITÀ AIUTA LE AZIENDE (E GLI AFFARI)

Era il 1899 quando l'Ibm iniziò ad assumere donne ed esponenti di minoranze etniche. Il 1914 quando impiegò il primo dipendente con disabilità. Il colosso dell'informatica è sempre stato all'avanguardia nell'accogliere persone diverse per esperienza e cultura. Una strategia che oggi si sta diffondendo sempre di più, soprattutto nelle grandi aziende. Costa Crociere, ad esempio, offre sostegno ai dipendenti che scelgono di fare *coming out*: recente la notizia di un comandante che ha unito in matrimonio due donne dell'equipaggio. E Auticon, un'azienda di consulenza digitale, è la prima in Italia ad impiegare soltanto persone con la sindrome di Asperger.

Aprire alla diversità (di genere, età, etnia, cultura, abilità, religione, orientamento sessuale...) si sta rivelando una scelta non solo etica, ma anche vincente sui mercati. Per essere competitivi nel mondo globalizzato bisogna rispondere a esigenze sempre più articolate, in continuo cambiamento. Ed è dal confronto tra persone di differente background che nascono le idee e la capacità di intercettare diversi segmenti di clientela: le ricerche dimostrano che l'inclusione migliora del 20 per cento la capacità d'innovazione. Al contrario, gruppi troppo omogenei rischiano di essere auto-referenziali, incapaci di cogliere feedback esterni. Insomma, non è solo una questione di *politically correct*: l'apertura favorisce gli affari.

Se ne parlerà l'11 settembre a Bologna in *Global Inclusion*. Generazioni senza frontiere, incontro tra imprese, associazioni no profit, università, che ha lo scopo di elaborare modelli per superare i pregiudizi sui luoghi di lavoro. Per partecipare: global-inclusion.org. Per approfondire il tema, il libro *Global Inclusion* di Andrea Notarnicola (Franco Angeli, pp. 221, euro 26).



Il manifesto
del convegno **Global
Inclusion** (a Bologna
l'11 settembre)