

DALLE PARI OPPORTUNITÀ AL DIVERSITY MANAGEMENT

Prof. Roberta Bortone

DIVIETI DI DISCRIMINAZIONI

- 1970: politica, religiosa e sindacale
- 1977: per sesso, razza e lingua
- 2003 (e 1998): per nazionalità, origine etnica, convinzioni personali, handicap, età, orientamento sessuale

PARI OPPORTUNITÀ

- 1991: La legge n. 125 introduce la promozione delle pari opportunità a favore delle donne in applicazione del 2° comma dell'art. 3 Cost.

LE PARI OPPORTUNITA'

Con la promozione delle **pari opportunità**:
le **diversità** che prima erano da nascondere e/o
cancellare
diventano **differenze** da comprendere ed
accettare.

L'**obiettivo** è porre gli individui appartenenti a
gruppi sotto-rappresentati in condizioni di
eguaglianza sostanziale rispetto agli altri.

IL DIVERSITY MANAGEMENT

- Il D.M. non costituisce un vero e proprio modello organizzativo
- È un approccio filosofico applicabile ai modelli di gestione delle risorse umane diffusi dopo l'avvento dei Total Quality Systems
- È lo sviluppo ulteriore delle pari opportunità.

LA GESTIONE DELLE DIFFERENZE

Il riconoscimento delle differenze ha consentito di:

Considerare qualunque differenza individuale come una **risorsa** e valorizzarla nell'interesse

sia del singolo

sia dell'organizzazione.

È preferibile tradurre:

“Diversity Management” = “Gestione delle differenze”
e non “Gestione delle diversità”

MOLTEPLICI CRITERI DI DIFFERENZIAZIONE:

- adesione sindacale
- attitudini professionali
- caratteristiche fisiche
- cittadinanza
- condizione parentale
- convinzioni politiche
- disabilità fisiche
- età
- etnia
- genere
- istruzione e cultura
- luogo di residenza
- orientamento sessuale
- razza
- reddito
- religione
- stato coniugale
- tipo di personalità

ORIGINE DEL D.M.

Il D.M. è nato ed ha cominciato a diffondersi nei Paesi dove più marcate sono le differenze:

ad es. USA, Canada, Confederazione Elvetica.

IL D.M. NELLE MULTINAZIONALI

La presenza di sotto-sistemi aziendali
collocati in luoghi differenti per lingua e
cultura

impone

meccanismi di comprensione delle singole
realità e sistemi di integrazione tra le
stesse.

FINALITÀ DEL D.M. NELLE MULTINAZIONALI

Il D.M. è comprensione delle differenze culturali tra le singole realtà collocate nei vari Paesi

La conoscenza delle differenze serve a migliorare le comunicazioni interne e con partners/clienti

Il D.M. nelle piccole e medie imprese italiane

È un' iniziativa per sostenere la capacità delle piccole aziende italiane di far riconoscere il valore sociale e l'attenzione alla qualità del lavoro

Per la P.M.I.

il D.M. può rendere più aperto e inclusivo il nostro mercato del lavoro e la capacità delle imprese di sostenere i costi delle differenze trasformandole in valore