**Appunti di Elena Guarnone   
Incontro Club CMMC “L’inclusione e gli effetti sulle relazioni con i clienti”  
1° aprile 2022**

In premessa, c’è la consapevolezza di:

* **un contesto di lavoro inclusivo è vitale per la competitività sul mercato, quindi per il business e la sua sostenibilità**. Non solo questione etica (tutela delle pari opportunità e dei diritti del lavoro) ma anche evidenza che competenze e punti di vista complementari sono fondamentali per interpretare la complessità delle attuali e future sfide di business.
* **Della responsabilità dell’impresa nel cambiamento culturale** del Paese e nella **promozione dei valori** di pluralità e inclusione

Anche il contesto istituzionale e politico lo chiede:

* Importanza del tema nell’agenda di governo con una missione “**Inclusione e Coesione**” nel **PNRR** dedicata e un esplicito riferimento al **genere** come investimento necessario

Per un’azienda dalle caratteristiche industriali, dalle dimensioni e dalla pervasività territoriale di Edison, la visione al 2030 di “**leader della transizione energetica, operatore energetico responsabile”,** significa avere e incrementare una **leadership dell’inclusione**:

* **valorizzazione della professionalità e della managerialità femminile**,
* valorizzazione del **merito** e attenzione al rapporto tra **diverse generazioni**,
* **puntare su Flessibilità e conciliazione**: aumentare l’efficacia delle prestazioni e promuovere la conciliazione vita professionale e privata, compreso people care e welfare aziendale
* **integrazione con le diverse realtà territoriali** ossia la conoscenza e la **sinergia tra colleghi** con mestieri molto diversi che lavorano in luoghi differenti e provenienti da molteplici realtà aziendali.

Alcune considerazioni:

* Tocca la dimensione dell’**azienda** come leader inclusivo. Consapevolezza, trasformazione del mindset del top-management: **Investimento** **imprescindibile**
* **Trasformazione del lavoro del manager** (da gestore del corretto funzionamento del proprio ufficio e di collaboratori 🡪 a “ambassador”, dotato di una visione inclusiva, innovativa, sostenibile, capace di far emergere skill positive dei collaboratori, sviluppare doti relazionali” ed integrarle al lavoro quotidiano).
* **Importanza di community engagement** (partecipazione a iniziative, tavoli di lavoro, confronti …)
* **Importanza di monitoraggio** (**dashboard** interne come strumento di **indirizzo delle scelte aziendali**), **effettuare reporting** e **comunicazione** all’esterno del percorso intrapreso attraverso dati e racconto di buone pratiche (trasparenza, giusto peso all’importanza del tema, per indurre circoli virtuosi per altre aziende e lungo la catena di fornitura).

**Alcuni dettagli sull’operato Edison**

Tema D&I affrontato in modo sistemico nel **2017** con il **TRANSFORMATION TEAM**, tramite il cantiere **PLURALITA’ & INCLUSIONE**. Partenza da una Survey ai colleghi utile ad una **mappatura delle principali diversità e dei gap percepiti**.

Le iniziative avviate dal 2017, possono essere classificate in:

• **rafforzamento consapevolezza** sul tema e **cultura aziendale**

• iniziative di **integrazione tra colleghi di diversi contesti aziendali** (sentimento di appartenenza che spinge il lavoratore a essere parte attiva e creativa dell’organizzazione)

• percorsi di **empowerment**

Collegati a politica e target di sostenibilità:

(**SDGs** 4, 5, 8).

SDG 4. ISTRUZIONE DI QUALITA’

SDG 5. PARITA’ DI GENERE

SDG 8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

* **diversity**: sostanziale bilanciamento tra le candidature femminili e maschili alle promozioni verso posizioni manageriali, rispetto a presenza femminile ancora limitata nelle posizioni apicali.

**inclusione**: coinvolti più di 2.000 dipendenti su circa 5.000 con progetti (nel paniere ci sono i seguenti progetti: svariati progetti di

* mentorship,
* Leadership al femminile,
* corsi di negoziazione inclusiva
* Inspiring Ambassador,
* Connecting Edison,
* A pranzo con l’AD
* Professional Exchange, iniziative di employability, favorisce l’espressione del talento, la condivisione delle competenze

*(sforzo compiuto dall’azienda nel rimanere vicina alle proprie persone in periodo di pandemia, attraverso iniziative di coinvolgimento digitale che hanno raggiunto circa 4.500 persone)*.

**RAPPORTO CON I CLIENTI**

Transizione giusta: non lasciare indietro nessuno

Sostenibilità per Edison significa anche ascolto e vicinanza ai clienti e al territorio

* Cioè ai consumatori finali ma anche alle imprese partner che con noi lavorano verso la transizione energetica
* Utilizzando tutti i canali di contatto con il cliente: da punto fisico alle app perché non vogliamo che il canale costituisca un fattore di disuguaglianza
* Sinergia con gli stakeholder del territorio per fare sviluppo territoriale (scuola dei mestieri è inclusione, anche sociale)

Percorso interno di mix di competenze (nate anche da acquisizione fatte) e conseguente valorizzare: idee, progetti, aree geografiche.