

Altavia “La diversità come vantaggio competitivo”: ancora molta strada da fare contro le barriere delle discriminazioni

Presentato ieri, al primo Osservatorio franco-italiano sulla CSR della Chambre Française de Commerce et d'Industrie in Italia, uno studio condotto da Vigeo su 539 aziende europee

La non discriminazione non è una questione che riguarda esclusivamente gli Stati, è anche una responsabilità delle aziende. La parità di opportunità è un diritto umano fondamentale, applicabile a tutti i membri della società, comprese le aziende. Eppure, analizzando un campione di 539 società di 18 Paesi europei appartenenti a 34 differenti settori industriali, Vigeo è giunta ad attribuire un punteggio piuttosto deludente: che va dal 29,2/100 alla Grecia al 49,6/100 della Francia. Nessun Paese raggiunge il 50/100. L'Italia è quarta con 45,7/100 (in miglioramento rispetto all'analisi condotta in precedenza). I risultati presentati ieri a Milano durante il Primo Osservatorio franco-italiano sulla CSR della Chambre Française de Commerce et d'In-

dustrie in Italia, dal titolo: "La diversità come vantaggio competitivo", svoltosi presso Altavia, in collaborazione con Vigeo (società di consulenza specializzata nell'area della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa), mostrano l'entità degli sforzi ancora necessari per abbattere tutti i muri (o i soffitti di vetro) delle discriminazioni. Alcune aziende hanno intrapreso strategie innovative ed efficienti per prevenire la discriminazione. L'Osservatorio CSR franco-italiano, promosso dalla Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie e da una serie di imprese (Air France/KLM, Renault Italia, Leroy Merlin, Altran Italia, Altavia e Edelman) sotto la guida di Vigeo, si propone di diffondere la cultura della sostenibilità d'impresa promuovendo il dialogo, le rela-

zioni, lo scambio di idee tra società grandi, medie e piccole operanti in qualsiasi ramo di attività, e di costituire un punto di riferimento per valorizzare, distinguere e comunicare le iniziative a forte valore sociale e ambientale nell'intento di permeare di nuova consapevolezza l'agire delle imprese. Pirelli e Mellin hanno condiviso le proprie esperienze in materia e illustreranno le proprie linee d'azione per trasformare la discriminazione in opportunità di crescita competitiva. L'Osservatorio offre il proprio know-how per informare le imprese francesi insediate in Italia e le imprese italiane sui metodi e i mezzi a disposizione, tracciando un percorso condiviso, foriero di sviluppi positivi sull'immagine interna ed esterna delle aziende e sulla qualità della loro gestione.