

|||

01

GENNAIO 2023

DIVERSITÀ E INCLUSIONE:
AFFRONTARE LA SFIDA
NEGLI STUDI
PROFESSIONALI

CITI&IP
TALKS

COMMERCIALISTI ASSOCIATI

|||

La promozione di diversità e inclusione rappresenta un valore imprescindibile anche nell'ambito dei servizi professionali. Negli studi, ora più che mai, la valorizzazione del capitale umano rappresenta un fattore distintivo per tutta l'organizzazione e costituisce parte integrante della sua cultura. Al di là degli aspetti di rispetto delle nuove istanze sociali e culturali, non va dimenticato che promuovere l'inclusione e la diversità ha ricadute positive sull'andamento dello studio, genera maggior valore e crea un ambiente di lavoro che è più attrattivo per le nuove generazioni

Negli ultimi anni, un concetto ricorrente nelle organizzazioni è quello di capitale umano. C'è chi ne dà una connotazione positiva, chi, invece, afferma che avere accettato questa espressione abbia segnato l'inizio del declino culturale del lavoro.

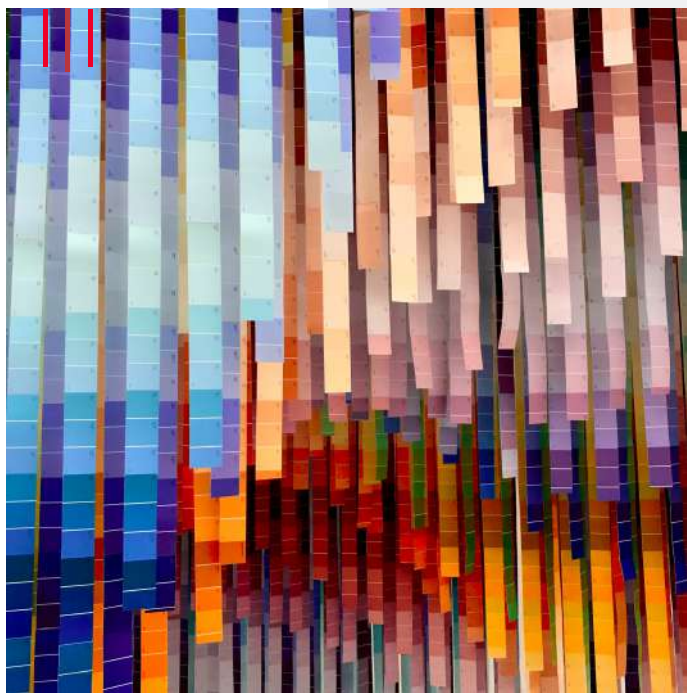
Comunque la si pensi, se vogliamo usare questa terminologia nella sua accezione più compiuta, dobbiamo abbracciare un concetto di capitale umano che si riferisca al patrimonio più prezioso di ogni organizzazione. E ciò è tanto più vero per gli studi professionali dove l'elemento umano è fondamentale.

Partendo da questo dato possiamo tranquillamente affermare che professionisti con un eccellente livello di istruzione e una adeguata e costante formazione, ma soprattutto che siano l'espressione di una effettiva diversità, rappresentino la linfa vitale di uno studio di successo e consentano di raggiungere una serie di risultati importanti come:



- crescita costante dello studio
- creazione di una qualificata forza lavoro
- riduzione del turnover
- maggiore creatività
- empatia con i propri clienti.

Secondo una serie di studi condotti, tra gli altri, da Harvard Business Review, McKinsey e diverse Università, la diversità di genere porta le organizzazioni ad essere più produttive sia in termini di valore, sia in termini di fatturato.



AZIENDE E STUDI CHE SI SONO COSTRUITI UNA REPUTAZIONE PER PROMUOVERE LA DIVERSITÀ ATTRAGGONO PIÙ TALENTI, HANNO UNA PROFITABILITÀ DI CIRCA IL 25% SUPERIORE A QUELLA MEDIA E HANNO UNA PERFORMANCE SUPERIORE DI OLTRE IL 30% QUELLA DEI CONCORRENTI CHE NON HANNO PROMOSSO LA DIVERSITÀ DI GENERE.

Allora, perché ancora molti studi sono così poco caratterizzati da una rappresentanza femminile nella partnership e nei ruoli più senior? E ancora, perché il fenomeno della cosiddetta great resignation, di cui ci siamo già occupati nel primo numero di CT&P Talks, è soprattutto un fenomeno che interessa le donne?

Se non si trova una risposta a queste domande, diventa difficile creare le giuste condizioni e apportare quei cambiamenti necessari a far sì che un ambiente di lavoro possa essere realmente inclusivo e diventare allettante per un adeguato numero di professioniste. AGN International, il network di studi professionali internazionali di cui fa parte anche CT&P Commercialisti Associati, ha creato il programma Women of Impact (WOI) che ha l'obiettivo di individuare e riconoscere l'impatto e l'apporto significativo che molte donne, sia professioniste sia parte dello staff, sono in grado di creare all'interno degli studi membri del network.



Il punto di partenza di questo programma è stato proprio quello di esaminare l'ancora bassa presenza femminile nelle posizioni più senior all'interno degli studi e l'elevato abbandono della carriera professionale da parte delle professioniste per cercare di dare delle risposte a entrambi i fenomeni e di porre le basi, al tempo stesso, per il manifestarsi di condizioni migliori affinché gli studi diventino realmente inclusivi e attrattivi.

Alla base del fatto che ancora poche donne arrivano ai vertici e che molte, ad un certo punto della carriera, decidono di lasciare il proprio lavoro c'è un mancato bilanciamento tra le ore lavorative (anche in termini di presenza in studio), che la professione a certi livelli richiede, e le esigenze familiari. Un altro elemento da tenere in considerazione è che molte donne, ancora oggi, si ritengono soddisfatte del loro lavoro senza maturare aspettative e ambizioni allo stesso modo dei loro colleghi.

Per alcune donne un altro elemento frenante è quello dell'avversione al rischio che caratterizza in modo quasi fisiologico posizioni di grande responsabilità.

Infine, tra i motivi emersi per spiegare l'ancora bassa presenza femminile nei ruoli apicali di uno studio vi è il fatto che a certi livelli a un partner si richiedono doti di sviluppo del business e di networking. Attività che, molte volte, vengono condotte al di fuori del normale orario di lavoro. Il che finisce per essere ancora più penalizzante nel trovare un equilibrio tra il lavoro e la propria vita privata. Se alcuni degli elementi individuati hanno una matrice sociale e culturale e, come tali, difficili

da cambiare in un periodo breve, su altri elementi si può intervenire adottando soluzioni organizzative e normative adeguate.

Le soluzioni proposte all'interno del programma WOI di AGN sono, nello specifico, le seguenti:

- adottare dei percorsi di carriera, all'interno degli studi, che supportino le donne con orari flessibili e policy a favore delle famiglie
- cercare di contrastare la prevalenza maschile con meccanismi che favoriscano la rappresentanza femminile a livello di comitati direttivi e gestionali
- adottare un approccio che, per quanto possibile, riduca il pregiudizio sul genere femminile e rompa il paradigma per cui vengono preferiti gli uomini soprattutto a livello di partnership
- promuovere dei sistemi educativi e formativi che abbiano come obiettivo quello di trasmettere alle professioniste la consapevolezza delle loro effettive capacità e di ciò a cui possono aspirare all'interno delle associazioni professionali
- sviluppare programmi di training, rivolti a entrambi i sessi, centrati su strategie e tattiche che mirino a combattere i pregiudizi inconsci
- coinvolgere attivamente gli uomini nella promozione delle azioni individuate ai punti precedenti.

Ci sono, però, anche dei motivi per cui essere cautamente ottimisti.

Innanzitutto, diversi studi professionali hanno iniziato ad adottare un approccio strategico focalizzato proprio sull'inclusione e sulla promozione delle donne al loro interno, soprattutto in posizioni apicali; un'altra iniziativa



portata avanti da alcuni studi è stata quella dell'adozione di un mix tra lavoro da remoto e orario flessibile, condizioni queste che, per le già citate ragioni, sono molto apprezzate proprio dalle donne.

A tutto questo va aggiunto che le condizioni di contesto sono profondamente mutate: esiste, infatti, una pressione del mercato affinché politiche di inclusione e promozione della diversità vengano adottate negli studi, così come già accaduto in realtà lavorative più strutturate; inoltre, la generazione Z valuta positivamente e cerca contesti lavorativi che promuovano attivamente la parità di genere. Non riconoscere quest'ultimo fatto, significa alienarsi il consenso di una buona fetta dei professionisti di domani.

In conclusione, credere nella parità di genere e adoperarsi attivamente affinché vengano poste in essere quelle condizioni che diano alle donne le stesse opportunità di carriera e di permanenza negli studi che hanno gli uomini significa non solo dimostrare di avere compreso che il paradigma culturale e sociale è cambiato ma anche che si tratta di un tema di "buon senso" da un punto di vista di business.



Rimani in contatto con noi.
Scrivi a studio@ctep.it

LIVE
CREATE
WORK

C | T | & | P

COMMERCIALISTI ASSOCIATI

Via Felice Casati, 20 | 20124 Milano | Italy
T. +39 02 27 79 111 | F. +39 02 20 47 517

www.ctep.it