

Web Seminar

# DIVERSITY E BUSINESS L'ACCESSIBILITÀ IN BANCA

8 MARZO 2021 • Aula virtuale

10.00 *Benvenuto e apertura dei lavori*

10.20 **APPROCCIO ALLA DIVERSITY**

*Docente:* **Sara Taddeo**, Consulente e Formatrice D&I **Diversity** e **Candy Media**

- **Cos'è e qual è il suo contesto**

Cosa si intende per "Diversity"? Perché riguarda tutti? Perché è così importante considerarne il valore oggi? A partire da queste domande vengono illustrate le aree assunte dalla letteratura per descrivere la diversità tra le persone (aspetti generazionali, aspetti culturali, disabilità, condizione socio-economica...) e come la nostra esperienza sociale e di vita sia la combinazione di più appartenenze, fornendo così un quadro generale e introduttivo del mercato di riferimento, propedeutico a intercettare le esigenze e evidenziarne i punti di forza lato offerta.

- **Percorsi organizzativi e processi di cambiamento per la valorizzazione dell'inclusione in azienda (Maturity model)**

Quali sono gli step che le organizzazioni devono affrontare quando decidono di attivare un cambiamento sul fronte della valorizzazione della diversità e dell'inclusione? Come si misura la maturità di un'azienda rispetto alle sfide di questo tipo di processo? Attraverso l'esplorazione del Diversity Maturity Model, vengono evidenziati gli indicatori che testimoniano il grado di maturità dell'azienda e su quali funzioni aziendali è opportuno lavorare per potenziare e favorire una leadership inclusiva.

11.20 *Spazio alle domande* 

11.30  *Pausa dei lavori*

11.40 **MECCANISMI MENTALI INCONSCI AUTOMATICI (C.D. UNCONSCIOUS BIAS) E IMPATTI SULL'ORGANIZZAZIONE**

*Docente:* **Roberto Baiocco**, Docente di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione **Sapienza Università di Roma**

La sessione declina i diversi meccanismi mentali inconsci e automatici (c.d. unconscious bias) che utilizziamo per comprendere il mondo e per prendere delle decisioni anche nei contesti aziendali. L'obiettivo è evidenziare l'effetto positivo di un approccio che valorizzi ogni persona, secondo una logica di coerenza e inclusione.

12.45 *Spazio alle domande* 

13.00  *Pausa dei lavori*

14.00 **DIVERSITY & BUSINESS**

*Docenti:* **Francesca Vecchioni**, Presidente e Fondatrice **Diversity**; **Sara Taddeo**, Consulente e Formatrice D&I **Diversity** e **Candy Media**; **Emanuele Acconciamesa**, Chief Operating Officer **Focus Management**

- **I modelli di analisi per misurare l'inclusività dei marchi retail (c.d. Diversity Brand Index)**

La sessione analizza il Diversity Brand Index, ovvero l'indice messo a punto con il contributo del mondo accademico, per misurare l'impatto sulla percezione dei consumatori dell'inclusività dei marchi retail ed esplorare le correlazioni tra il comportamento virtuoso delle aziende sui temi dell'inclusione e le preferenze accordate dai consumatori a tali realtà.

- **Approccio inclusivo dal punto di vista del cliente finale**

La sessione rappresenta i possibili effetti prodotti sui consumatori dalle azioni e dalla comunicazione inclusiva dei principali marchi con effetti su intenzioni di acquisto, propensione al passaparola, riacquisto, fedeltà e fiducia.

- **Casi di successo**

Nella sessione conclusiva sono presentate le esperienze di successo dei principali marchi, non bancari, attivi sul tema dell'inclusione. L'obiettivo è quello di rappresentare una fonte di ispirazione per i/le partecipanti.

15.45 *Spazio alle domande* 

16.00  *Chiusura dei lavori*