

NEURODIVERSITY

STRATEGIA DI SENSIBILIZZAZIONE SULLA NEURODIVERSITÀ



Informazioni sul Progetto

Acronimo	NEW
Titolo	Neurodiversity at Work
Numero	2021-1-IT01-KA220-VET-000033362
Sottoprogramma o Azione Chiave (KA)	KA220-VET - Partenariati di cooperazione nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale
Sito web	https://www.neurodiverseworkplaces.eu/

La Strategia di Sensibilizzazione è stata elaborata nell'ambito del progetto "Neurodiversity at Work". Rappresenta la prima risposta, in forma di documento, intesa a supportare PMI e microimprese nell'informare e sensibilizzare lavoratori, lavoratrici e stakeholder sull'importanza della Neurodiversità negli ambienti di lavoro. Grazie ad azioni specifiche per ciascun gruppo target, la Strategia renderà possibile non solo conoscere meglio la Neurodiversità, ma anche promuoverla come asset aziendale.

Il progetto è stato finanziato con il supporto della Commissione Europea. Il supporto fornito dalla Commissione Europea in relazione alla produzione della presente pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono unicamente i punti di vista degli autori; la Commissione non potrà essere ritenuta responsabile per l'utilizzo che verrà fatto delle informazioni contenute nel presente.

La Strategia è necessaria in considerazione del fatto che la pandemia COVID-19 ha accresciuto le disuguaglianze tra i/le dipendenti, mettendo a rischio di emarginazione e dequalificazione sia coloro che dispongono di basse competenze digitali, sia coloro che lavorano in aziende che non investono abbastanza sullo sviluppo digitale. Tra queste persone, rientrano anche quelle, quasi sconosciute e invisibili all'interno delle aziende, che presentano Disturbi Specifici dell'Apprendimento come dislessia, discalculia, disgrafia, disprassia, ADHD o altre condizioni neurodivergenti.

Questi elementi hanno portato all'adozione di pratiche di management, di career management e sviluppo professionale, così come di ambienti di lavoro, progettati secondo le esigenze delle persone neurotipiche, senza tenere in considerazione la Neurodiversità delle risorse umane.

Partendo da questo contesto, la Strategia di Sensibilizzazione vuole essere lo strumento per realizzare un modello transnazionale condiviso, efficace per "sollevare la

questione” della Neurodiversità all’interno delle PMI e delle microimprese, con particolare attenzione all’inclusione ed al benessere sul luogo di lavoro delle persone con Disturbi Specifici dell’Apprendimento. La Strategia vuole inoltre supportare un’efficace gestione della Neurodiversità come asset nel business contemporaneo, intendendo tale diversità quale ricchezza che può trainare le imprese verso un futuro più etico e prospero.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea. L'Unione Europea non è responsabile dell'eventuale utilizzo delle informazioni contenute in tale comunicazione.

TEAM DI SVILUPPO

Elisabetta Dallavalle, Sylvia Liuti, Chiara Marchetta, Teresa Pascale

COLLABORATORI/COLLABORATRICI

Sabrina Benedetto, Rosie Bissett, Susanna Lucarelli, Linda Serra, Lara O’Muirthe,
Mara Trementozzi

Ottobre, 2022

Indice

1#	Il progetto Neurodiversity at Work in breve	6
2#	Cosa è la Neurodiversità	12
	2.1# Cosa non è la Neurodiversità	13
	2.2# La Neurodiversità nel progetto NEW	14
3#	Perché creare una strategia di sensibilizzazione sulla Neurodiversità per le PMI e le microimprese	15
4#	Principi chiave	18
5#	Criteri principali per la definizione e valutazione della Strategia di Sensibilizzazione	21
6#	Messaggi principali	30
7#	Gruppi target	32
8#	Implementazione delle Campagne Nazionali: azioni, metodologie e materiali di supporto	36
	Allegato 1	
	I passi principali per l'implementazione della strategia a livello nazionale da parte dei partner	43
	Allegato 2	
	Elenco dei materiali di sensibilizzazione	45
	Allegato 3	
	Modello di questionario preliminare per una raccolta dati anonima sul livello di consapevolezza e conoscenza della Neurodiversità da parte delle PMI, nonché sulle pratiche esistenti sul tema, e sulle loro esigenze	47
	Allegato 4	
	Modello di Call to Action	48
	Riferimenti	49



Cofinanziato
dall'Unione europea

Glossary

1#

1. Il progetto Neurodiversity at Work in breve

NEW is a 36-months project that brings together 6 partners based in Italy, Austria, Bulgaria and Ireland, aimed at supporting SMEs and microenterprises to create work environments that are more inclusive and able to enhance the talents of all the people, including the neurodivergent ones.

Neurodiversity at Work è un progetto di 36 mesi che coinvolge 6 partner provenienti da Italia, Austria, Bulgaria e Irlanda. L'obiettivo è quello di supportare le PMI e le microimprese nella creazione di ambienti di lavoro inclusivi, in grado di valorizzare i talenti delle risorse umane, comprese le persone neurodivergenti.

Il principale elemento di innovazione del progetto è dunque l'attenzione alla Neurodiversità ed alle persone neurodivergenti, in particolare coloro che lavorano e non hanno ricevuto una diagnosi formale di DSA, al fine di valorizzarle e favorirne la partecipazione alle dinamiche aziendali, evitando la stigmatizzazione e l'eventuale discriminazione.

L'idea alla base del progetto è quella di iniziare a pensare alla Neurodiversità delle risorse umane come una fonte di talenti, che di solito non vengono percepiti come tali per diversi motivi:



1.

scarsa conoscenza della Neurodiversità e di cosa questa significhi concretamente quando si parla di persone che lavorano;



2.

scarsa disponibilità e consapevolezza da parte HR manager e titolari d'impresa in materia di processi di valutazione e di procedure adeguate alle persone neurodivergenti;



3.

all'interno delle aziende, mancanza di sistemi e metodologie strutturate a supporto dei lavoratori e delle lavoratrici neurodivergenti, che possano valorizzare le loro capacità ed evitare l'assegnazione automatica a mansioni dequalificanti, senza una reale valutazione delle reali abilità.

Per far fronte in maniera adeguata a questi bisogni, il partenariato di NEW si pone i seguenti obiettivi:

SENSIBILIZZAZIONE E CONOSCENZA

sensibilizzare le PMI e le microimprese, gli/le HR Manager, i/le titolari d'impresa e gli/le stakeholder di riferimento, sulla Neurodiversità come asset nel mondo del lavoro contemporaneo;

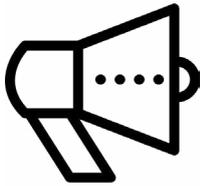
RACCOLTA DATI

promuovere una raccolta sistematica di dati specifici sulla Neurodiversità sul luogo di lavoro, con particolare riferimento alle PMI;

SERIE DI COMPETENZE

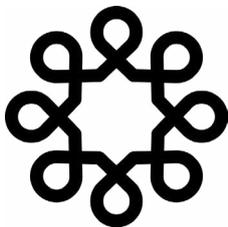
fornire ad imprenditori e imprenditrici, così come al resto del personale aziendale, una serie di competenze, strategie e strumenti per introdurre e praticare la Neurodiversità sul luogo di lavoro, al fine di prevenire la discriminazione e garantire il benessere del personale, da cui l'intera organizzazione trae beneficio.

In accordo con questi obiettivi, il progetto intende produrre un impatto sul sistema dell'Istruzione e Formazione Professionale, in particolare quella continua, e sulle PMI e le microimprese europee, attraverso i seguenti risultati:



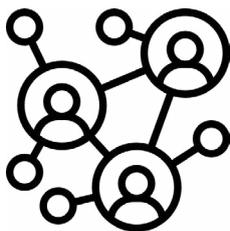
STRATEGIA DI SENSIBILIZZAZIONE

una Strategia di Sensibilizzazione rivolta a titolari d'impresa, HR Manager, leader di PMI e microimprese, sindacati;



(R)EVOLUTIONARY INCLUSION MODEL

un (r)evolutionary inclusion model, che sarà sperimentato nelle PMI dei 4 Paesi coinvolti, con l'obiettivo di offrire a leader aziendali ed al personale una serie di strategie e strumenti per introdurre e praticare la Neurodiversità sui luoghi di lavoro;



RETE EUROPEA

una Rete Europea, per costruire una struttura permanente multi-stakeholder che possa garantire la sostenibilità e l'ulteriore sviluppo dei risultati del progetto NEW.

Il progetto Erasmus+ “Neurodiversity at Work” si pone quindi come obiettivo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo, mediante la definizione e implementazione di strategie e strumenti per:

O1

Rendere datori/datrici di lavoro e leader aziendali promotori di inclusione nei luoghi di lavoro, mettendo in pratica la strategia del “Il/la mio/a manager mi ha aiutato a capire in cosa sono bravo/a”;

O2

Trasformare la percezione negativa dei Disturbi Specifici dell’Apprendimento (DSA) in un approccio più equilibrato che supporti nell’affrontare le sfide e nel riconoscere i punti di forza, adottando la prospettiva della Neurodiversità;

O3

Elaborare strumenti e soluzioni insieme ai/alle dipendenti con DSA;

O4

Allargare l’impatto di tali soluzioni a tutta l’azienda, evidenziando i benefici per tutto il personale.

Il progetto NEW prevede una collaborazione tra sei organizzazioni partner, coordinate da FORMA.Azione:



AIDP (IT)

Associazione Italiana Direzione Personale



FORMA.Azione (IT)

Agenzia di Istruzione e Formazione professionale, di formazione per le persone adulte, che opera a livello nazionale e comunitario.



EDA (BE)

Associazione Europea per la Dislessia



DIE BERATER (AT)

Agenzia di consulenza per la formazione e lo sviluppo, con una vasta conoscenza in materia di gestione delle RU, di apprendimento sul luogo di lavoro, diversità e inclusione



CATRO (BG)

Agenzia specializzata nel campo della consulenza aziendale e della gestione e sviluppo delle risorse umane, con conoscenze specifiche nel campo della Neuroagilità



Ireland
SPECIALISTERNE

Specialisterne Ireland (IE)

Organizzazione di consulenza specialistica che seleziona e supporta le persone autistiche di talento, e quelle con condizioni simili di neurodivergenza, nella ricerca di un impiego

Inoltre, il progetto vanta numerosi altri partner associati:



AIDP INTERNATIONAL (IT)



Network Italia

UNGCNI

UN Global Compact Italy (IT)



AID (IT)

Associazione Italiana Dislessia



UIL

UNIONE ITALIANA DEL LAVORO
Sindacato (IT)



**Piattaforma per la Formazione
Professionale degli Adulti (AT)**



BULGARIAN ASSOCIATION
FOR PEOPLE MANAGEMENT

BPMA

Associazione Bulgara per la Gestione
del Personale (BG)



**DAI - Associazione Irlandese per la
Dislessia (IE)**



Dyspraxia/DCD Ireland (IE)

2#

Cos'è la Neurodiversità?

Il termine Neurodiversità è stato coniato nel 1998, in un articolo pubblicato da Harvey Blume sul New York Times ed elaborato da Judy Singer, una scienziata sociale australiana. (Blume, 1998).

La neurodiversità è l'idea per cui lo sviluppo neurologico atipico (neurodivergente rispetto alla norma) è una differenza normale e continua nello spettro della naturale variabilità della specie umana, che deve essere riconosciuta e rispettata come qualsiasi altra variazione biologica. Le differenze possono manifestarsi nel modo in cui l'informazione è acquisita, e processata in riferimento a linguaggio, suoni, immagini, luci, aspetto, gusto, movimento ed emozioni. (Hermon, 2004).

Infatti, il termine “neurodivergente” non è un mero sinonimo di disabilità. Il concetto di “neurodivergenza” intende spostare l'attenzione sui modi atipici di pensare, apprendere ed elaborare le informazioni che, in quanto diversi dalla norma, non sono necessariamente svantaggiosi. Essere neurodivergenti non significa essere persone che hanno bisogno protezione, ma soprattutto avere dei talenti da valorizzare, in ambito professionale ed accademico, con effetti positivi a livello personale e sociale.

La Neurodiversità, pertanto, si riferisce all'infinita variabilità nella neuro-cognizione di tutti gli esseri umani sul nostro pianeta. Indica che ciascun essere umano possiede una combinazione unica di capacità e bisogni. La Neurodiversità descrive l'idea per cui le persone fanno esperienza del mondo che le circonda in svariati modi; non esiste un modo “giusto” di pensare, apprendere e comportarsi. Le differenze non devono dunque essere intese come dei deficit.

La Neurodiversità è anche un sottoinsieme della Biodiversità, un termine usato principalmente per supportare la conservazione delle specie. La Biodiversità presuppone che sia nell'interesse dell'essere umano che tutte le specie dialoghino a prescindere della loro presunta utilità per l'essere umano stesso.

Questo concetto si basa sul principio secondo cui:

- **maggiore è la biodiversità all'interno di un sistema, più tale sistema sarà stabile, adattabile e sostenibile;**
- **gli ecosistemi sono interconnessi in un modo complesso che influisce su ogni forma di vita, compresa quella umana.**

Ne consegue che più la Neurodiversità è rispettata e incoraggiata in una cultura, più tale cultura è stabile e adattabile.

2.1#

Cosa non è la Neurodiversità

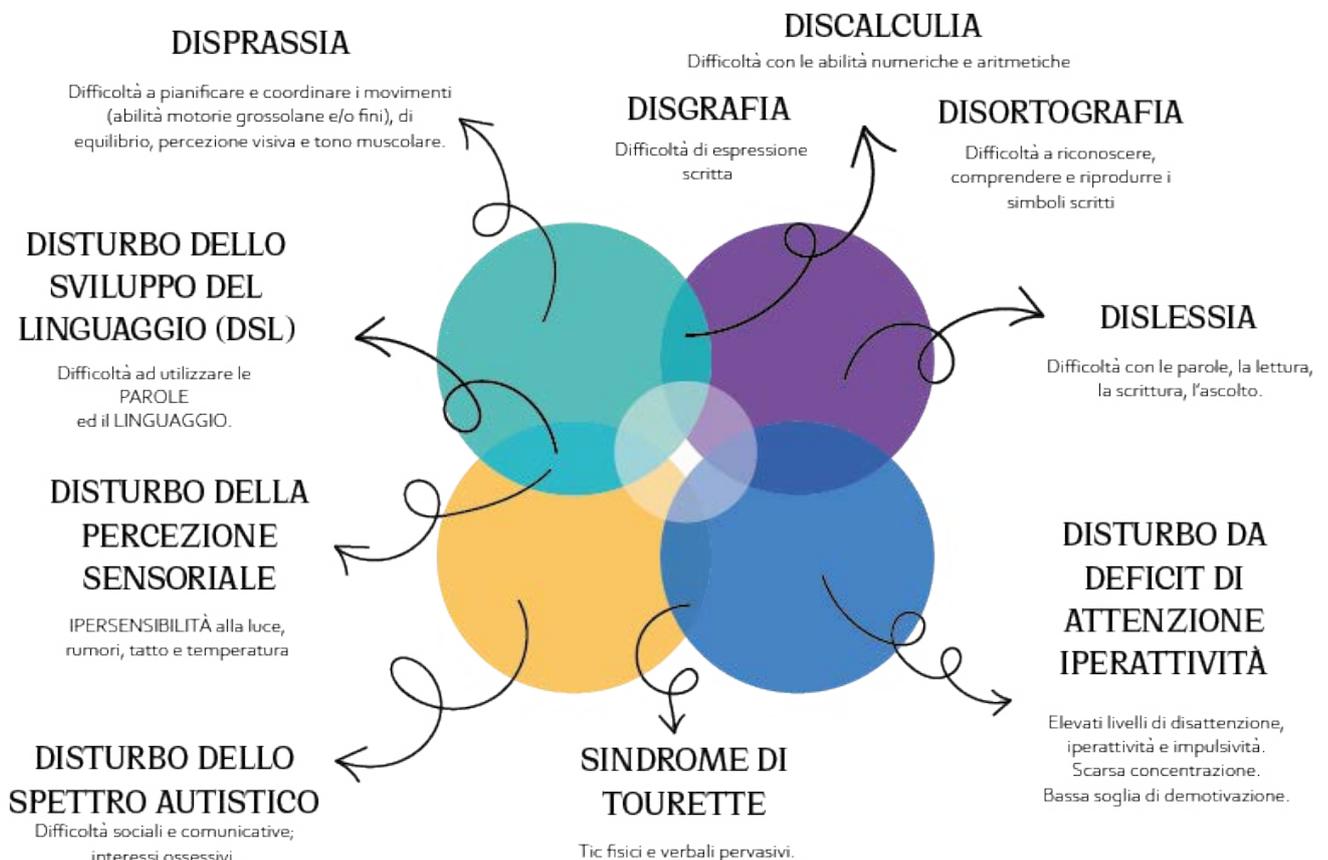
La Neurodiversità non è una diagnosi psicologica o medica. Non è nemmeno un concetto che intende creare una divisione tra “noi”, “normali”, e “loro”, “neurodivergenti”. Siamo tutti neurodiversi perché non esistono in tutto il pianeta due esseri umani esattamente identici.

2.2#

La Neurodiversità nel progetto NEW

Sebbene questa mappa sia molto chiara e comprensibile, è opportuno sottolineare che, nell'ambito del progetto NEW, non sarà presa in considerazione la **Sindrome di Tourette**, mentre sarà mantenuta una specifica attenzione sulle altre dimensioni, sia nell'implementazione della **Strategia di sensibilizzazione**, sia nelle successive attività e risultati attesi.

NEURODIVERSITY MAP



3#

Perché creare una strategia di sensibilizzazione sulla Neurodiversità per le PMI e le microimprese

La Strategia di Sensibilizzazione rappresenta la prima risposta, in forma di documento, intesa a supportare PMI e microimprese nell'informare e sensibilizzare lavoratori, lavoratrici e stakeholder sull'importanza della Neurodiversità negli ambienti di lavoro. Grazie ad azioni specifiche per ciascun gruppo target, la Strategia renderà possibile non solo conoscere meglio la Neurodiversità, ma anche promuoverla come asset aziendale.

La pandemia COVID-19 ha obbligato le PMI e le microimprese a rimodellare i propri metodi organizzativi e di lavoro, a causa delle restrizioni, ma anche per adattarsi alle varie situazioni e obblighi individuali che il personale ha vissuto durante la pandemia.

Nell'ambito di questo processo di evoluzione e rivoluzione, poche aziende erano adeguatamente preparate ad affrontare tale sfida e a definire immediatamente un approccio nuovo ed efficace a leadership e organizzazione. D'altro canto, non tutti/e i/le dipendenti hanno conoscenze e abilità adeguate per trarre vantaggio da un ambiente di lavoro digitalizzato, né per lavorare da remoto in modo efficace. Tra queste categorie, rientrano anche quelle persone che sono quasi sconosciute e invisibili all'interno delle aziende, ovvero coloro che presentano Disturbi Specifici dell'Apprendimento come dislessia, discalculia, disgrafia, disprassia, ADHD o altre condizioni di neurodivergenza.

Questa mancanza di competenze, consapevolezza e comprensione, ha fatto sì che la pandemia di COVID-19 abbia accresciuto le disuguaglianze tra i/le dipendenti, mettendo a rischio di emarginazione e dequalificazione sia coloro che dispongono di basse competenze digitali, sia coloro che lavorano in aziende che non investono abbastanza sullo sviluppo digitale. Questo, a sua volta, ha portato all'adozione di pratiche di management, di career management e sviluppo

professionale, così come di ambienti di lavoro, progettati secondo le esigenze delle persone neurotipiche, senza tenere in considerazione la Neurodiversità delle risorse umane.

Un grande lavoro culturale resta da fare per superare questi problemi, aggiornare le PMI, la gestione delle risorse umane gli ambienti di lavoro, affinché siano maggiormente inclusivi e in grado di valorizzare i talenti del personale a disposizione.

Partendo da questo contesto, la Strategia di Sensibilizzazione vuole essere lo strumento per realizzare un modello transnazionale condiviso, efficace per “sollevare la questione” della Neurodiversità all’interno delle PMI e delle microimprese, con particolare attenzione all’inclusione ed al benessere sul luogo di lavoro delle persone con Disturbi Specifici dell’Apprendimento. E per supportare un’efficace gestione della Neurodiversità come asset nel business contemporaneo, intendendo tale diversità quale ricchezza che può trainare le imprese verso un futuro più etico e prospero.

Come già detto, è necessario promuovere un cambiamento culturale che porti ad un atteggiamento positivo verso i DSA, valorizzi l’unicità dei talenti che la Neurodiversità può portare nei luoghi di lavoro, anche al fine di creare le condizioni necessarie per rendere le persone con DSA inclini a comunicare la propria condizione (Associazione Italiana Dislessia - <https://dsaelavoro.aiditalia.org>). Le PMI, che costituiscono la spina dorsale dell’economia europea, dopo essere state equipaggiate con competenze e conoscenze specifiche sulle strategie e le pratiche per promuovere la Neurodiversità a livello aziendale, potranno diventare il motore trainante dell’evoluzione nell’ambiente di lavoro. Queste aziende possono infatti rappresentare una forte cassa di risonanza per abbattere quelle barriere invisibili che rendono le aziende non inclusive e poco rispettose dell’unicità delle persone. Il contributo che le PMI e le microimprese daranno al progetto consentirà la raccolta di informazioni utili, e la creazione e la diffusione di un modello in grado di sistematizzarne le azioni e garantirne la trasferibilità e sostenibilità.

Attraverso lo sviluppo e l'implementazione di questa
Strategia, il partenariato di NEW, prevede di:

O1

Aumentare la comprensione e la responsabilità dei provider di Istruzione e Formazione Professionale (IFP), delle PMI e dei relativi stakeholder verso la Neurodiversità;

O2

Contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'uguaglianza e l'equità, prevenendo la discriminazione e la stigmatizzazione;

O3

Far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel campo dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro;

O4

Raccogliere dati e informazioni su un fenomeno largamente sconosciuto, utili per i principali attori e stakeholder del mercato del lavoro e per l'intera comunità;

O5

Promuovere e aumentare l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto.

4#

Principi chiave

La Strategia di Sensibilizzazione si ispira ai seguenti principi:

La Neurodiversità sul luogo di lavoro è una risorsa che deve essere esplorata da titolari d'impresa and HR manager, in modo da trarne beneficio sul piano aziendale e sociale;

All'interno di tutte le aziende, le **le politiche per la Diversità, l'Equità e l'Inclusione** (DEI) rappresentano dei fattori chiave in sede di progettazione e implementazione delle moderne politiche e pratiche di gestione delle risorse umane, che si sono dimostrate efficaci ed essenziali per aumentare la fidelizzazione e l'impegno del personale sul luogo di lavoro;

Adottare un **approccio centrato sulla persona** per tutti i/le dipendenti a cui si rivolge la strategia, prendendo le mosse dall'Employee Experience (EX), da intendersi non solo come strumento per diffondere la Diversità e l'Inclusione a livello organizzativo, ma anche per beneficiare dalla presenza di persone neurodivergenti sul luogo di lavoro, che possono dare il proprio contributo in termini di innovazione e competitività aziendale;

Le aziende del XXI secolo devono concentrarsi maggiormente sulla **sostenibilità** delle proprie pratiche di lavoro per promuovere e mettere in pratica l'inclusione di tutti i diversi talenti e risorse a disposizione, elemento chiave per ottenere un successo duraturo;

Le PMI sono **il fondamento del settore produttivo dei Paesi europei**, ma hanno scarsa dimestichezza con le dinamiche della Diversità, dell'Equità e dell'Inclusione e con tutto ciò che riguarda la Neurodiversità e, dunque, non hanno ben chiare le strategie per assumere un ruolo rilevante a livello sociale, attraverso l'inclusione e la Responsabilità Sociale.

Questi principi derivano dal concetto stesso di Neurodiversità: le persone scoprono il mondo che le circonda e vi interagiscono in svariati modi. Perciò, non esiste un solo modo “giusto” di pensare, apprendere e comportarsi e le differenze non vanno intese come dei deficit.

¹ <https://hbr.org/2017/05/neurodiversity-as-a-competitive-advantage>

Questo punto evidenzia come la Neurodiversità, al pari di qualsiasi altro tipo di diversità (etnica, religiosa, di età, genere o orientamento sessuale), possa rappresentare un valore aggiunto per l'azienda, una vera e propria risorsa, piuttosto che un limite o un problema. Introdurre la diversità, di qualsiasi tipo, negli ambienti di lavoro permette di avvalersi di un'inesauribile fonte di “pensiero laterale”, utile per rivedere le procedure operative e organizzative di ognuno/a sotto una nuova luce, innovativa e non convenzionale. Fondamentalmente, qualunque persona con qualsiasi tipo di Neurodiversità, se da un lato potrebbe sembrare svantaggiata (ad esempio nelle relazioni interpersonali o in termini di capacità di utilizzare i metodi convenzionali), dall'altro può sviluppare dei talenti sopra la norma. Le persone con ADHD, ad esempio, possono gestire agevolmente delle situazioni di stress in presenza di elementi di creatività. Le persone autistiche, invece, possono avere un'attenzione ossessiva per i dettagli, una memoria di ferro e delle abilità visivo-spaziali superiori alla norma. Infine, l'apprendimento mediante strategie visive, consente ad alcune persone con dislessia o in generale con DSA di percepire le informazioni visive in modo più rapido ed efficace rispetto agli altri individui (Geiger et al., 2008); questa abilità può rivelarsi un vantaggio in quelle discipline che richiedono di pensare tridimensionalmente, come l'astrofisica, la genetica e l'ingegneria.

Questa “nuova” visione della diversità e dell'inclusione si sta pian piano diffondendo a livello globale come risorsa fondamentale negli ambienti di lavoro. Come indicato da uno dei partner di NEW, Specialisterne Ireland, nella propria politica di Neurodiversity Hiring, è chiaro che l'assunzione di dipendenti neurodiversi/e rappresenta un vantaggio per l'azienda, l'individuo e la società nel suo complesso, con un costo molto ridotto per il datore o la datrice di lavoro. Infatti, anche nella rivista The Business Harvard Review di maggio-giugno 2017, “Neurodiversity as a Competitive Advantage”, Robert D. Austin e Gary P. Pisano ¹ affermano che molte persone con disturbi neurologici, come l'autismo e la dislessia, hanno delle abilità straordinarie, anche in termini di riconoscimento di schemi, memoria e matematica. Tuttavia, questi individui fanno ancora fatica a soddisfare i requisiti delle aziende. Sempre più società negli Stati Uniti, come SAP, Hewlett-Packard Enterprise e Microsoft, hanno riformato i propri processi HR per includere a persone neurodivergenti, riscontrando aumenti della produttività e della qualità, capacità innovative e un maggior coinvolgimento del personale.

Nonostante quanto sopra esposto, le aziende hanno una rappresentazione della Neurodiversità che non si concentra molto sulle risorse e le abilità dell'individuo. Nella definizione di alcune forme di Neurodiversità prevalgono infatti termini negativi, che vanno a sottolineare le mancanze di una persona, valutandole in termini di deficit e non di arricchimento. Termini come aggressione, perdita di contatto con la realtà, autolesionismo, "trovarsi in un mondo parallelo", diventano delle etichette da cui è difficile liberarsi.

Pertanto, nell'implementare la Strategia di Sensibilizzazione è estremamente importante adottare un approccio centrato sulla persona, in modo da assicurare che tutti i lavoratori e le lavoratrici (non essendo sempre riconoscibili coloro che sono neurodivergenti) percepiscano sia l'impegno profuso dalle aziende per rendere gli ambienti di lavoro più accoglienti e inclusivi verso la diversità, sia l'accresciuta conoscenza e consapevolezza di colleghi/e resa evidente da atteggiamenti positivi verso la Neurodiversità e la diversità in generale.

Riconoscere e sfruttare la DEI è fondamentale per le aziende che intendono innovare e migliorare la propria resilienza, sostenibilità e reputazione. Oggi, gli obiettivi di Sviluppo sostenibile chiedono alle aziende internazionali di impegnarsi concretamente verso la sostenibilità, non solo avvicinandosi al mondo green e digitale, ma anche promuovendo l'uguaglianza e combattendo la discriminazione sul luogo di lavoro. L'adozione di un approccio basato sulla Neurodiversità può effettivamente aiutare le aziende in questo processo ed ispirare i/le dipendenti affinché si comportino da lavoratori/lavoratrici sostenibili.

L'importanza di rivolgersi alle PMI deriva principalmente ai dati Eurostat del 2019, da cui emerge che le PMI in Europa rappresentano il 99,8 % del numero totale di imprese, che danno lavoro a circa il 64,5 % della forza lavoro e producono il 52,4 % del valore aggiunto lordo. Dunque, il personale di queste organizzazioni costituisce un gruppo di persone significativo la cui cultura aziendale contribuisce direttamente a modellare i valori, i diritti e le prestazioni delle imprese, anche in termini di politiche di DEI. Per questo motivo risulta ancora più importante investire sulla cultura aziendale e le competenze del personale delle PMI, in modo da sviluppare un atteggiamento rispettoso delle politiche sui diritti umani e tendente a valorizzare la diversità, andando nella medesima direzione in cui già da tempo si sono mosse le grandi aziende e le multinazionali.

5#

Criteri principali per la definizione e valutazione della Strategia di Sensibilizzazione

Per implementare la Strategia di Sensibilizzazione, è necessario definire un percorso adeguato per tradurre efficacemente i principi chiave in azioni che introducano la Neurodiversità in azienda e che progressivamente modifichino gli ambienti di lavoro.

È stato dunque definito un set comune di criteri su cui si basa la Strategia di Sensibilizzazione, al fine di rendere comparabili le azioni implementate nei vari Paesi e valutarne l'efficacia.

I principi da seguire nella progettazione e implementazione della Strategia sono:

01

Impatto sul livello di competenza e conoscenza dei vari gruppi di riferimento, in relazione alla Neurodiversità e ad altri contenuti e abilità (ossia empatia tra colleghi/e, apertura verso la diversità, ecc.).

02

Replicabilità e trasferibilità di azioni e strumenti adoperati da PMI e microimprese, così come nei diversi settori economici (ove possibile) e contesti culturali.

03

**Livello di integrazione con le pratiche e le metodologie
già presenti in azienda.**

04

**Livello di varietà ed efficacia della comunicazione interna
ed esterna**

05

Coinvolgimento di altri stakeholder rilevanti

06

**Sostenibilità delle risorse e dei materiali in termini di ridotto
impatto ambientale, dando la priorità a quelli digitali**

A seguire, viene fornita una descrizione dei criteri in termini di impatto atteso delle azioni e degli strumenti elaborati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione:

01

Impatto sul livello di competenza e conoscenza dei vari gruppi di riferimento, in relazione alla Neurodiversità e ad altri contenuti e abilità (ossia empatia tra colleghi/e, apertura verso la diversità, ecc.)

- **Le azioni progettate e implementate possono influire innanzitutto sul livello di conoscenza della Neurodiversità, ma anche su altri contenuti collegati, come le politiche di Diversità, Equità e Inclusione, la collaborazione tra dipendenti/stakeholder, ecc., in modo da modificare il loro abituale bagaglio di competenze (ad es. i/le progettisti/e grafici sono più sensibili verso l'argomento e su come comunicare meglio con le persone neurodivergenti).**

- **Una maggiore conoscenza porta a rivedere il linguaggio ed i materiali comunicativi abitualmente utilizzati nelle imprese, che provano ad utilizzare un linguaggio scritto e orale più inclusivo, ad esempio evitando di ripetere termini negativi come “disturbi specifici dell’apprendimento”, “mancanza di...qualcosa” (in italiano, ad esempio, la parola deficit è strettamente collegata alla parola offensiva “deficiente”).**

- **Le azioni progettate e implementate possono produrre effetti anche sulle capacità del personale ed i comportamenti verso le persone neurodivergenti, in termini di maggiore empatia sul luogo di lavoro, capacità di superare gli stereotipi ed i pregiudizi sulle persone neurodivergenti, di promuovere un ambiente di lavoro più inclusivo, ecc.**

- **Le azioni progettate e implementate possono avere effetti positivi sulla percezione e comprensione dei talenti delle persone neurodivergenti presenti nell’organico aziendale (ad es. le persone con Autismo di solito hanno ottimi risultati in informatica e matematica).**

02

Replicabilità e trasferibilità di azioni e strumenti adoperati da PMI e microimprese, così come nei diversi settori economici (ove possibile) e contesti culturali.

- **Le azioni e gli strumenti adoperati possono essere interessanti e richiesti anche da altre PMI e microimprese non incluse tra i gruppi di riferimento del progetto NEW;**
- **Le azioni e gli strumenti sono promossi anche dalle associazioni datoriali delle PMI e delle microimprese;**
- **Altre regioni e/o Paesi europei si sono dimostrati interessati all'utilizzo della Strategia di Sensibilizzazione, chiedendo informazioni tramite il sito web del progetto e/o ai beneficiari diretti.**

03

Livello di Integrazione con le pratiche e le metodologie già presenti in azienda

- **La Strategia di Sensibilizzazione (o parte di essa) è adeguatamente integrata attraverso una mappatura del piano di comunicazione interna/esterna;**
- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione sono ideati da progettisti/e della comunicazione e grafici/he, già presenti nelle PMI/ microimprese;**
- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione hanno migliorato le campagne di comunicazione realizzate dai gruppi target coinvolti nel progetto NEW;**
- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione hanno prodotto un cambiamento nell'atteggiamento delle società e/o degli/delle esperti/e di comunicazione e di grafica, rendendo il loro operato maggiormente attento verso la neurodiversità.**

O4

Livello di varietà ed efficacia della comunicazione interna ed esterna

- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione sono efficaci all'interno e all'esterno dell'azienda;**
- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione hanno prodotto una maggiore collaborazione tra PMI/ microimprese e la comunità in cui operano, anche mediante il coinvolgimento di nuovi stakeholder, come le associazioni per l'Autismo, la Dislessia, ecc.**
- **La coerenza tra la comunicazione interna ed esterna può migliorare Employee Experience.**

05

Coinvolgimento di altri importanti stakeholder

- **È stata eseguita o è disponibile una mappatura delle principali reti territoriali e stakeholder (come consulenti, sindacati) con cui le PMI e le microimprese sono in contatto;**
- **Le azioni e gli strumenti sperimentati nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione coinvolgono tutti i principali stakeholder a livello locale e nazionale;**
- **Attraverso l'implementazione delle prime attività (online e offline) della Strategia di Sensibilizzazione, altri rilevanti stakeholder sono stati coinvolti.**

06

Sostenibilità delle risorse e dei materiali in termini di ridotto impatto ambientale, dando la priorità a quelli digitali

- **Le azioni, le iniziative e gli strumenti sono disponibili online e offline e le grafiche sono accessibili a tutti i gruppi target neurodivergenti;**
- **Le azioni, le iniziative e gli strumenti sono accessibili e diffusi sui principali canali social aziendali e in linea con politiche di sostenibilità;**
- **Sono adottate specifiche politiche di digitalizzazione e riciclaggio per i materiali e gli strumenti utilizzati.**

6#

Messaggi principali

I messaggi principali costituiscono le informazioni chiave su cui si incentra la Strategia al fine di raggiungere l'obiettivo di dar vita ad un cambiamento culturale che supporti il passaggio di prospettiva da DSA a Neurodiversità: un "cambio di paradigma" in grado di dare un contributo concreto in ambito lavorativo, in termini di inclusione e benessere delle persone con DSA, ma anche di rendere comprensibile e chiaro che l'inclusione e la diversità, e nello specifico la Neurodiversità e le pratiche inclusive, possono rappresentare un valore aggiunto per le aziende in termini di competitività e leadership. Inoltre, questo cambiamento gioverà a lavoratori e lavoratrici con DSA, che si sentiranno più a proprio agio a comunicare le proprie diversità, senza dover temere fenomeni di stigmatizzazione.

Nell'ambito della Strategia di Sensibilizzazione di NEW, i messaggi principali derivano da specifiche domande:



COME SI PUÒ PROMUOVERE LA NEURODIVERSITÀ SUL LUOGO DI LAVORO?



QUALI BENEFICI POSSONO TRARRE I LE IMPRESE DALLA NEURODIVERSITÀ?



COME IL CONCETTO DI NEURODIVERSITÀ SI APPLICA ALL'ETICA?



COSA RIGUARDA LA NEURODIVERSITÀ?

Per rispondere a queste domande, la Strategia di Sensibilizzazione s'incentrerà su specifici messaggi: Raising Strategy on specific key messages as follows:

“Un ambiente di lavoro inclusivo verso la Neurodiversità è vantaggioso a tutti/e”

“Valorizzare i/le dipendenti neurodiversi/e”

“I vantaggi della Neurodiversità sul lavoro”

“Un ambiente di lavoro inclusivo verso la Neurodiversità consente al personale di raggiungere a pieno il proprio potenziale”

“Le persone neurodivergenti possono dare un grande contributo in ambito lavorativo”

“Un ambiente di lavoro flessibile e accogliente può supportare le persone neurodivergenti”

“Esaltare il valore della Neurodiversità sul luogo di lavoro”

“Esistono soluzioni semplici, gratuite o economiche per rendere accessibile un ambiente di lavoro”

“Titolari d'impresa e dipendenti possono creare insieme degli ambienti di lavoro Neurodiversity-friendly”

“ Il/la mio/a manager mi ha aiutato a capire in cosa sono bravo/a”

“I/Le dipendenti con Neurodiversità sono una risorsa sul luogo di lavoro”

7#

Gruppi target

La strategia si rivolge ai seguenti gruppi target:

-
- A** **Personale delle PMI, compresi/e eventuali dipendenti neurodivergenti** – promuovere la cultura della Neurodiversità in tutta l'azienda può contribuire a migliorare la sensibilità, la comprensione e la risposta alla diversità dei/delle colleghi/e. In tal modo, i/le dipendenti sono più inclini a comunicare i propri DSA, superando la paura della stigmatizzazione, poiché sono visti/e come individui con punti di forza unici di cui l'azienda può beneficiare in maniera importante. Per questo motivo il coinvolgimento del personale è fondamentale sin dalle prime fasi del progetto. La campagna di sensibilizzazione si rivolge al personale affinché promuova una Call to Action verso il management aziendale.
-
- B** **Titolari d'impresa, HR e DEI manager, dirigenti di PMI/microimprese** – è fondamentale sensibilizzare queste figure sulla Neurodiversità, non solo in termini di valorizzazione della Diversità e dell'Inclusione a livello aziendale, ma anche a beneficio delle persone neurodivergenti che contribuiscono all'innovazione e alla competitività. Per questo motivo, la strategia di sensibilizzazione è rivolta anche a loro che, insieme al personale, saranno i/le principali destinatari/e di questa campagna.
-
- C** **Decisori politici, sindacati, associazioni datoriali e agenzie di istruzione e formazione professionale, altri stakeholder (consulenti, partner, fornitori)** – il loro coinvolgimento nelle attività di sensibilizzazione consente al partenariato di riportare costantemente l'implementazione del progetto con le necessità in termini di Neurodiversità emerse nelle PMI, nel mercato del lavoro e tramite i principali soggetti operanti nel settore dell'Istruzione e Formazione professionale. Ciò permette l'attivazione di membri della comunità, che possono fungere da influencer grazie alle loro conoscenze e competenze sulla Neurodiversità (ad es. in virtù della loro esperienza personale di genitori o grazie al loro background professionale/accademico).

La campagna si rivolge ai gruppi di riferimento tenendo in considerazione la piramide della brand awareness di David Allen Aaker: si tratta di un brand blueprint che sottolinea l'importanza dell'identità e offre delle soluzioni uniche per costruire un brand forte; rappresenta quindi lo stesso processo che il partenariato di NEW intende seguire per il marchio "Neurodiversità".



La piramide di Aaker inoltre consente di misurare l'efficacia delle azioni secondo quattro assi principali, trasferibili al contesto della Neurodiversità:

01

Assenza di conoscenza

(Unaware of a Brand)

alla base della piramide troviamo coloro che non hanno idea di cosa sia o non conoscono la Neurodiversità. Sono persone che vanno coinvolte a livello emotivo e rispettando la razionalità delle informazioni. Il tema deve essergli spiegato dettagliatamente, ad es., l'uso dello storytelling può essere certamente efficace.

02

Conoscenza superficiale

(Brand Recognition)

risalendo la piramide, troviamo coloro che conoscono il tema della Neurodiversità; si tratta di persone che, se stimolate, possono essere maggiormente sensibilizzate e avviare un "passaparola" all'interno della propria sfera sociale e professionale.

03

Conoscenza approfondita

(Strong knowledge)

al gradino successivo vi sono coloro che sanno cosa è la Neurodiversità e sono in grado di stabilire immediatamente un collegamento con le aree di riferimento; si tratta di persone che, se raggiunte tramite mezzi di comunicazione online e offline, agevolano il trasferimento delle informazioni nei contesti sociali e professionali, dando altresì un contributo al livello Top of Mind.

O4 Top of mind

l'ultimo livello della piramide, il più elevato e anche il meno numeroso, comprende le persone che hanno una conoscenza diretta dell'argomento. Si tratta di coloro che, data la propria esperienza personale o familiare, possono fungere da Ambasciatori e Ambasciatrici della Neurodiversità nei contesti e ambienti che frequentano.

La piramide di Aaker è utile per comprendere che, se si intende diffondere una cultura davvero inclusiva in riferimento alla Neurodiversità e alle persone neurodivergenti, bisogna rivolgersi a tutti/e. È chiaro che, oltre al coinvolgimento del personale delle PMI, sarà necessario sensibilizzare anche i/le clienti ed i fornitori dell'azienda; e poiché le PMI operano all'interno di specifici contesti e territori, possono fungere da cassa di risonanza per raggiungere anche le persone che hanno scarsa familiarità con l'argomento o che lo conoscono solo superficialmente.

8#

Implementazione delle Campagne Nazionali: azioni, metodologie e materiali di supporto

I partner di NEW hanno individuato le Campagne Nazionali come strumento per il lancio della Strategia di Sensibilizzazione. Le Campagne sono messe a punto ed implementate in ciascun Paese partner, secondo criteri definiti e tenendo conto delle specificità del contesto. Le campagne nazionali sono dunque basate su una molteplicità di azioni, iniziative e strumenti, progettati, elaborati e implementati mediante canali online e offline, a seconda delle esigenze/profili delle PMI, del contesto culturale, del livello di consapevolezza e conoscenza dei/delle dipendenti, delle capacità delle persone neurodivergenti, in modo da soddisfare i criteri sopra dettagliati.

Le Campagne Nazionali si articolano nelle seguenti azioni, che possono essere programmate e messe in atto in base alle esigenze ed al livello di consapevolezza e conoscenza dei vari gruppi di riferimento e, dunque, con tempistiche e priorità differenti. Ad esempio, si suggerisce di iniziare con azioni informative e/o di ricerca e diagnosi, per poi procedere, una volta che le persone sono pronte ad attivarsi, alle azioni motivazionali e di coinvolgimento.

Accanto alle attività individuate, il partenariato del progetto NEW ha scelto di adottare le seguenti metodologie e materiali, per dare forma ad un insieme di azioni, metodologie e materiali coerenti con l'esperienza e le capacità dei partner, sempre tenendo conto dei principi e dei criteri definiti nella presente Strategia di Sensibilizzazione.

GRUPPI TARGET:

Titolari d'impresa, HR e DEI manager, manager di PMI/microimprese

OBIETTIVI	AZIONI	METODI	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • Accrescere la comprensione e la responsabilità dei provider di Istruzione e Formazione Professionale, delle PMI e dei relativi stakeholder verso la Neurodiversità; • Promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni informative su Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli (compresi obblighi legali e quadro giuridico) per iniziare a diffondere delle informazioni preliminari al fine di stimolare l'interesse e offrire dei dati significativi per ridurre la disinformazione e la stigmatizzazione e favorire il pensiero critico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Invio e-mail o pubblicazione sui social media di materiali informativi. • Sessioni di informazione, tramite webinar o seminari, su linguaggio inclusivo, Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli. • Sessioni sul pensiero Neurodivergente. • Organizzazione di una Giornata di Sensibilizzazione sulla Neurodiversità, durante la quale esperti/e del tema spiegano alle aziende cosa è la Neurodiversità, il focus del progetto NEW, il tipo di risorse/azioni/strumenti da utilizzare per rendere le aziende più inclusive, ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure, cartoline digitali • Filmati promozionali
<ul style="list-style-type: none"> • raccogliere dati e informazioni su un fenomeno largamente sconosciuto, utili per i principali attori e stakeholder del mercato del lavoro e per l'intera comunità; • promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni di ricerca e diagnosi, per consentire sia la raccolta di dati e la valutazione del livello di consapevolezza e conoscenza di titolari d'impresa e dipendenti delle PMI, sia la sensibilizzazione del target sul tema della Neurodiversità nei luoghi di lavoro, rendendoli/e ancora più curiosi/e al riguardo, e/o consapevoli della propria scarsa conoscenza e dunque intenzionati/e a saperne di più.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Questionari online sul livello di consapevolezza e conoscenza sulla Neurodiversità; analisi e condivisione dei risultati ex ante (prima delle attività formative e di piloting) ed ex post (dopo le attività formative e di piloting). 	<ul style="list-style-type: none"> • Modello del questionario

GRUPPI TARGET:

Titolari d'impresa, HR e DEI manager, manager di PMI/ microimprese

OBIETTIVI	AZIONI	METODI	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro; promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni motivazionali mirate ad accrescere l'interesse non solo sullo specifico argomento ed i relativi concetti, ma anche a mobilitare titolari d'impresa e dipendenti quali attivisti/e contro la discriminazione nei luoghi di lavoro per creare un ambiente inclusivo, soprattutto verso le persone neurodivergenti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Campagne sui social media/offline per aiutare il management delle PMI ad affrontare diversamente la Neurodiversità sul luogo di lavoro Seminari/webinar per la presentazione di pratiche di Neurodiversità, da parte di rappresentanti di aziende che hanno già creato ambienti inclusivi attraverso la promozione della Neurodiversità al loro interno. 	<ul style="list-style-type: none"> Immagini motivazionali Filmati promozionali Brochure informative
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro; promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni di supporto, quali la redazione di linee guida o specifiche istruzioni per la definizione di una road map volta alla creazione di un ambiente di lavoro più diverso e inclusivo, attraverso l'adozione di pratiche e misure concrete a livello aziendale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sessioni online/ in presenza per la presentazione di linee guida per riunioni/ conferenze che prendano in considerazione le esigenze del personale neurodivergente, anche al fine di raccogliere un feedback da parte delle PMI. Sessioni online/ in presenza per la presentazione di linee guida sul linguaggio inclusivo, con specifico riferimento alla Neurodiversità, anche al fine di raccogliere un feedback da parte delle PMI. Promozione delle linee guida attraverso il sito web e le pagine social del progetto. 	<ul style="list-style-type: none"> Linee guida per riunioni/ conferenze Linee guida sul linguaggio inclusivo

GRUPPI TARGET:

Titolari d'impresa, HR e DEI manager, manager di PMI/microimprese

GOALS	ACTIONS	METHODS	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione. 	<p>Azioni di coinvolgimento volte a raccogliere idee e opinioni collettive su come promuovere la Neurodiversità attraverso politiche e misure nell'ambito di DEI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sessioni interattive su specifici temi legati alla Neurodiversità, per favorire la sensibilizzazione individuale, lo scambio tra pari e l'effettivo coinvolgimento del personale delle PMI, elaborando proposte specifiche. 	<ul style="list-style-type: none"> Immagini motivazionali Filmati promozionali Brochure informative

GRUPPI TARGET:

Personale delle PMI, compresi/e eventuali dipendenti neurodivergenti

GOALS	ACTIONS	METHODS	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> accrescere la comprensione e la responsabilità dei provider di Istruzione e Formazione Professionale, delle PMI e dei relativi stakeholder verso la Neurodiversità; promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni informative su Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli (compresi obblighi legali e quadro giuridico) per iniziare a diffondere delle informazioni preliminari al fine di stimolare l'interesse e offrire dei dati significativi per ridurre la disinformazione e la stigmatizzazione e favorire il pensiero critico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Invio e-mail o pubblicazione sui social media di materiali informativi. Sessioni di informazione, tramite webinar o seminari, su linguaggio inclusivo, Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli. Sessioni sul pensiero Neurodivergente. Organizzazione di una Giornata di Sensibilizzazione sulla Neurodiversità, durante la quale esperti/e del tema spiegano alle aziende cosa è la Neurodiversità, il focus del progetto NEW, il tipo di risorse/azioni/strumenti da utilizzare per rendere le aziende più inclusive, ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> Brochure, cartoline digitali Filmati promozionali

GRUPPI TARGET:

Personale delle PMI, compresi/e eventuali dipendenti neurodivergenti

OBIETTIVI	AZIONI	METODI	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> raccogliere dati e informazioni su un fenomeno largamente sconosciuto, utili per i principali attori e stakeholder del mercato del lavoro e per l'intera comunità; promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni di ricerca e diagnosi, per consentire sia la raccolta di dati e la valutazione del livello di consapevolezza e conoscenza di titolari d'impresa e dipendenti delle PMI, sia la sensibilizzazione del target sul tema della Neurodiversità nei luoghi di lavoro, rendendoli/e ancora più curiosi/e al riguardo, e/o consapevoli della propria scarsa conoscenza e dunque intenzionati/e a saperne di più.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sessioni interattive su argomenti specifici relativi alla Neurodiversità, per comprendere il livello di consapevolezza e le esigenze del personale delle PMI sui temi della Neurodiversità. 	<ul style="list-style-type: none"> Filmati promozionali Brochure informative
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro. 	<p>Azioni motivazionali mirate ad accrescere l'interesse non solo sullo specifico argomento ed i relativi concetti, ma anche a mobilitare titolari d'impresa e dipendenti quali attivisti/e contro la discriminazione nei luoghi di lavoro per creare un ambiente inclusivo, soprattutto verso le persone neurodivergenti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Campagne sui social media/offline per supportare il personale delle PMI ad affrontare diversamente la Neurodiversità sul luogo di lavoro Seminari/webinar per presentare modelli positivi sulla Neurodiversità, con la partecipazione di persone neurodivergenti che hanno avuto successo in ambito professionale. 	<ul style="list-style-type: none"> Immagini motivazionali Filmati promozionali Brochure informative

GRUPPI TARGET:

Personale delle PMI, compresi/e eventuali dipendenti neurodivergenti

OBIETTIVI	AZIONI	METODI	MATERIALI (si vedano AII.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro; promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni di supporto, quali la redazione di linee guida o specifiche istruzioni per la definizione di una road map volta alla creazione di un ambiente di lavoro più diverso e inclusivo, attraverso l'adozione di pratiche e misure concrete a livello aziendale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sessioni online/ in presenza per la presentazione di linee guida per riunioni/ conferenze che prendano in considerazione le esigenze del personale neurodivergente, anche al fine di raccogliere un feedback da parte delle PMI. Sessioni online/ in presenza per la presentazione di linee guida sul linguaggio inclusivo, con specifico riferimento alla Neurodiversità, anche al fine di raccogliere un feedback da parte delle PMI. Promozione delle linee guida attraverso il sito web e le pagine social del progetto. 	<ul style="list-style-type: none"> Linee guida per riunioni/ conferenze Linee guida sul linguaggio inclusivo
<ul style="list-style-type: none"> contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro. 	<p>Azioni di coinvolgimento volte a raccogliere idee e opinioni collettive su come promuovere la Neurodiversità attraverso politiche e misure nell'ambito di DEI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sessioni interattive su specifici temi legati alla Neurodiversità, per favorire la sensibilizzazione individuale, lo scambio tra pari e l'effettivo coinvolgimento del personale delle PMI, elaborando proposte specifiche. Cassetta dei suggerimenti, per raccogliere proposte su come promuovere la Neurodiversità tramite politiche/misure di DEI 	<ul style="list-style-type: none"> Immagini motivazionali Filmati promozionali Brochure informative Padlet aziendale come "cassetta dei suggerimenti digitale"

GRUPPI TARGET:

Stakeholders (compresi partner, consulenti, fornitori)

OBIETTIVI	AZIONI	METODI	MATERIALI (si vedano All.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • Accrescere la comprensione e la responsabilità dei provider di Istruzione e Formazione Professionale, delle PMI e dei relativi stakeholder verso la Neurodiversità; • promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. • partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni informative su Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli (compresi obblighi legali e quadro giuridico) per iniziare a diffondere delle informazioni preliminari al fine di stimolare l'interesse e offrire dei dati significativi per ridurre la disinformazione e la stigmatizzazione e favorire il pensiero critico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Invio e-mail o pubblicazione sui social media di materiali informativi. • Sessioni di informazione, tramite webinar o seminari, su linguaggio inclusivo, Neurodiversità, DEI e pregiudizi inconsapevoli. • Sessioni sul pensiero Neurodivergente. • Organizzazione di una Giornata di Sensibilizzazione sulla Neurodiversità, durante la quale esperti/e del tema spiegano alle aziende cosa è la Neurodiversità, il focus del progetto NEW, il tipo di risorse/azioni/strumenti da utilizzare per rendere le aziende più inclusive, ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure, cartoline digitali • Filmati promozionali
<ul style="list-style-type: none"> • contribuire a creare ambienti inclusivi che promuovano l'equità e l'uguaglianza, prevenendo discriminazione e stigmatizzazione; • far sentire la voce delle persone neurodivergenti nella creazione di ambienti inclusivi nel settore dell'Istruzione e Formazione Professionale e nei luoghi di lavoro; • promuovere e accrescere l'impegno delle PMI sulla Neurodiversità e nella partecipazione alle attività del progetto. 	<p>Azioni motivazionali mirate ad accrescere l'interesse non solo sullo specifico argomento ed i relativi concetti, ma anche a mobilitare titolari d'impresa e dipendenti quali attivisti/e contro la discriminazione nei luoghi di lavoro per creare un ambiente inclusivo, soprattutto verso le persone neurodivergenti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne sui social media/offline per aiutare gli stakeholder ad affrontare diversamente la Neurodiversità sul luogo di lavoro • Seminari/webinar per presentare modelli positivi sulla Neurodiversità, con la partecipazione di persone neurodivergenti che hanno avuto successo in ambito professionale o rappresentanti di imprese che hanno già messo in pratica la Neurodiversità con risultati positivi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Immagini motivazionali • Filmati promozionali • Brochure informative

Allegato 1

I passi principali per l'implementazione della strategia a livello nazionale da parte dei partner

- A** Adattamento della strategia di sensibilizzazione e dei materiali di riferimento a livello nazionale, a seguito della condivisione degli elementi chiave della strategia in termini di principi, contenuti, metodologie e materiali, compresa la struttura del Questionario e della Call to action, nonché delle metodologie di analisi dei dati raccolti.
-
- B** Traduzione della strategia nelle lingue nazionali, presentazione e revisione della Strategia nei Comitati Nazionali sulla Neurodiversità sul luogo di lavoro, per ricevere il loro feedback.
-
- C** Mappatura delle PMI, microimprese e stakeholder con cui mettersi in contatto per l'implementazione della Strategia a livello nazionale.
-
- D** Lancio della campagna di sensibilizzazione a livello nazionale ed europeo, secondo gli obiettivi, le azioni ed i materiali definiti dalla Strategia di Sensibilizzazione. Tutti i partner utilizzeranno le proprie reti formali/informali di PMI per mettersi in contatto con le aziende, così come le reti nazionali ed europee di provider di Istruzione e Formazione Professionale, di sindacati e i membri delle associazioni per la dislessia affinché agiscano come moltiplicatori nella campagna.
-
- E** Promozione a livello nazionale, europeo e internazionale di un questionario online per le PMI; raccolta dei dati e analisi delle risposte al fine di raccogliere informazioni significative sulla conoscenza, la consapevolezza, le esigenze e le prassi relative alla Neurodiversità nelle PMI, e dunque indicazioni specifiche per la strutturazione delle attività formative del progetto.

F

Lancio della Call to Action per la selezione di PMI interessate e a partecipare alle successive attività del progetto (formative e di piloting). I partner promuoveranno la Call to Action tra le PMI che hanno compilato il questionario e raccoglieranno le adesioni, avendo cura di spiegare che la partecipazione alle successive attività progettuali da parte delle medesime PMI è fortemente consigliata per garantire l'efficacia delle azioni del progetto.

G

Condivisione con le PMI e altri stakeholder dei dati preliminari emersi dal questionario, così come dei feedback risultanti dall'implementazione delle prime attività di sensibilizzazione, al fine di iniziare ad elaborare un approccio per il miglioramento continuo nella messa in atto della strategia;

H

Ulteriore revisione e aggiornamento della Strategia per l'intero progetto, sulla base dei dati e feedback raccolti e dei risultati delle attività successive alla campagna.

N.B. Per un'efficace implementazione, è fondamentale creare un Comitato di Coordinamento che prenda le decisioni e definisca le azioni più appropriate da mettere in atto. Ogni partner dovrà creare un Comitato per implementare la strategia all'interno di ciascun Paese, definendo le specifiche aziende e i target che ciascun partner considera più appropriati.

In Italia, ad esempio, il Comitato di Coordinamento potrebbe essere composto da: AIDP, FORMA. Azione, AID, Global Compact, insieme agli stakeholder italiani già emersi dall'attività di mappatura.

Inoltre, ciascun partner, in base alle specifiche azioni e strumenti da utilizzare, può includere nel Comitato di Coordinamento anche i gruppi di riferimento di cui al punto 7 del presente documento. In particolare, si potrebbe coinvolgere un/a rappresentante per ciascun gruppo di riferimento per permettere un'implementazione concreta e coerente.

Allegato 2

Elenco dei materiali di sensibilizzazione

BROCHURE INFORMATIVE

2 brochure, una dedicata al management e l'altra al personale delle PMI, per spiegare la Neurodiversità, i motivi per cui riguarda i luoghi di lavoro, i vantaggi da questa derivanti per le aziende in termini di innovazione, organizzazione e performance. Nella realizzazione delle brochure, sarà utilizzata prevalentemente l'infografica, la realizzazione è in carico ad un soggetto terzo.

LINK - Management

LINK - Staff

CARTOLINE DIGITALI

brevi pubblicazioni che spiegano la Neurodiversità, ciascuna con un testo diverso e specifiche immagini motivazionali per promuovere i benefici della Neurodiversità nei luoghi di lavoro.

LINK

FILMATI PROMOZIONALI

3 filmati promozionali di 30 secondi ciascuno, prodotti da video maker professionisti/e esterni/e, in base a script elaborati dai partner e con l'ausilio di role model e infografiche. L'obiettivo principale dei video è di informare sulla Neurodiversità, valorizzare i punti di forza delle persone con DSA, dare suggerimenti per l'adozione di piccole modifiche nei luoghi di lavoro. Gli argomenti dei video saranno: 1) benefici della Neurodiversità nei luoghi di lavoro, creare un ambiente inclusivo per tutti/e (Progettazione Universale), 2) esigenze e differenze individuali delle persone neurodivergenti; 3) supportare le esigenze individuali.

LINK

LINEE GUIDA PER RIUNIONI/CONFERENZE

documento volto a spiegare alle aziende come organizzare e creare degli ambienti inclusivi verso la Neurodiversità, con particolare riferimento a conferenze e riunioni, spiegando le azioni da adottare per muoversi in questa direzione.

LINK

LINEE GUIDA SUL LINGUAGGIO INCLUSIVO

documento volto ad agevolare le aziende nell'utilizzo di termini e frasi inclusivi, accurati, rispettosi e di supporto quando si riferiscono alle persone neurodivergenti.

LINK

PADLET AZIENDALE COME “CASSETTA DEI SUGGERIMENTI DIGITALE”

Padlet online aperto al personale delle PMI, per raccogliere idee ed opinioni su come valorizzare la Neurodiversità attraverso politiche e misure di DEI, così come domande/riflessioni/esigenze individuali e collettive sui temi legati alla Neurodiversità.

LINK

Allegato 3

**Modello di questionario
preliminare per una raccolta
dati anonima sul livello di
consapevolezza e conoscenza
della Neurodiversità da
parte delle PMI, nonché sulle
pratiche esistenti sul tema, e
sulle loro esigenze.**

<https://docs.google.com/document/d/12pJ13AwF2YtLLixFxHGwqv8p6Gs3Kg3B/edit>

Allegato 4

Modello di Call to Action

CALL TO ACTION

Premessa

La Call to action rappresenta la fase finale della campagna di sensibilizzazione sulla Neurodiversità nei luoghi di lavoro, realizzata a livello nazionale ed europeo, che ha consentito il coinvolgimento attivo dei partner del progetto NEW, delle PMI e le microimprese, così come dei gruppi target, secondo le linee guida contenute nella nostra strategia.

La Call to Action ha l'obiettivo di dare un riscontro immediato alla richiesta del management e del personale delle PMI e delle microimprese di impegnarsi per la promozione della Neurodiversità nei luoghi di lavoro, reclutando e selezionando i/le partecipanti alle attività formative e di pilotaggio.

I partner promuoveranno la Call tra le PMI che hanno già compilato il questionario preliminare inviato da AIDP e FORMA.Azione. Tutti i partner utilizzeranno le proprie reti formali/informali di PMI per mettersi in contatto con le aziende, così come le reti nazionali ed europee di provider di Istruzione e Formazione Professionale, di sindacati e i membri delle associazioni per la dislessia affinché agiscano come moltiplicatori nella campagna.

Ecco alcuni consigli per la definizione e la promozione della Call to Action:

- essere concisi/e - la brevità e l'immediatezza della Call attirano l'attenzione dei/delle destinatari/e su cosa è importante fare;
- creare curiosità - più creativo è il testo, più sarà in grado di attirare l'attenzione;
- restare concentrati/e sull'obiettivo, supportando i/le destinatari/e nell'attivarsi, usando termini come "visita, scopri, scarica", ecc.;
- evidenziare i vantaggi e generare un'urgenza - vale a dire sottolineare i benefici derivanti dall'azione. Come per dire: "Consideratela come un'opportunità formativa vera e propria, mettete la vostra realtà imprenditoriale in gioco, perché sarete tra le prime PMI a fare la differenza, a livello culturale, sul tema della Neurodiversità nei luoghi di lavoro. Potete comunicarci la vostra adesione tramite... "

TESTO STANDARD DELLA CALL TO ACTION

Spett.le

in quanto partner del progetto ERASMUS + Neurodiversity at Work, vorremmo supportare la Sua azienda a creare ambienti di lavoro inclusivi ed in grado di valorizzare i talenti del personale neurodiverso, mettendo a disposizione le seguenti opportunità e risorse.

Opportunità	Obiettivo	Date
Focus group in azienda per condividere esperienze, esigenze e competenze sulla valorizzazione della Neurodiversità nei luoghi di lavoro	Da marzo a giugno 2023	Da marzo a giugno 2023
Corso di formazione "Riscoprire la Neurodiversità come asset nel business contemporaneo"	Manager di PMI e microimprese	Da settembre a novembre 2023
Corso di formazione "Promuovere la Neurodiversità sul luogo di lavoro per valorizzare i talenti e migliorare il benessere delle persone"	Staff di PMI e microimprese, HR manager, responsabili della salute e sicurezza sul lavoro	Da settembre a novembre 2023
Percorso di mentoring da parte di esperti/e della neurodiversità su strategie, metodologie, pratiche e strumenti pilota per la gestione e lo sviluppo professionale e l'adattamento dell'ambiente di lavoro	Manager di PMI e microimprese, HR manager, staff	Da gennaio a maggio 2024

Qualora sia interessato/a a partecipare a queste attività, La preghiamo di compilare questo modulo.

Mediante la compilazione del modulo, l'azienda effettua la pre-iscrizione alle attività del progetto. L'iscrizione sarà confermata una volta definiti nel dettaglio i contenuti, le metodologie di attuazione e il calendario delle attività. Inoltre, qualora non l'abbia ancora fatto, può compilare il nostro questionario per supportare la l'attività di ricerca e raccolta dati sulla neurodiversità nei luoghi di lavoro, e l'identificazione delle esigenze emergenti da parte delle imprese.

Per maggiori informazioni, visiti il nostro sito web

Per restare informato/a sulle nostre iniziative, segua le nostre pagine social

LinkedIn

Twitter

Facebook

Riferimenti

- Deloitte, **The six signature traits of Inclusive Leadership**, 2016
- Deloitte Review, **The Diversity and Inclusion revolution**, 2018
- BSR, **Business Leadership for an inclusive economy: a framework for collaboration and impact**, 2015
- Global Compact Network Turkey, **Diversity and Inclusion Guide for Business**, 2020
- Manager Italia, **7 Condizioni per essere leader inclusivi**, 2020
- Singer, J., **Neurodiversity: the birth of an idea**, 2016

