

REWRITERS

RISCRIVIAMO L'IMMAGINARIO CONTEMPORANEO

Powered by ReWorld SRL



come
riscrivere
l'immaginario
contemporaneo?

Diversity, inclusion, uniqueness

A cura di **Eugenia Romanelli**

REWRITERS.it

RISCRIVIAMO L'IMMAGINARIO CONTEMPORANEO

TESTATA FARE NOME 2010

ReWriters for ReWorld!

Apri la porta sull'unico
mondo possibile
e cambia le regole del gioco

REWRITERS

È IL MOVIMENTO

DI INNOVATRICI E INNOVATORI

Impegnati nella individuazione

di role models

per un mondo più equo

REWORLD

È UNA STARTUP INNOVATIVA

femminile a vocazione sociale

leader nella sostenibilità sociale

We are ReWriters!

**Diventa leader
di cambiamento con noi,
entra nella community
dei change maker italiani**



Misura il tuo impatto nella società con

I'S-Assessment

primo assessment scientifico italiano per misurare
la Sostenibilità Sociale,

realizzato dai
ricercatorə del
DIAG Sapienza
Università
di Roma

Qual è il tuo impatto
nella società?

Misura il tuo indice con
il primo assessment scientifico
in sostenibilità sociale

Entra a far parte
della community dei
change maker
italiani



DIAG SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA

«Il rigoroso processo di assessment si basa su fondamenti scientifici e metodologici internazionalmente riconosciuti e permette di valorizzare le aziende socialmente sostenibili, responsabili ed etiche, con indubbi vantaggi per la società, gli individui e le aziende stesse»



Tiziana Catarci,
Direttrice del Dipartimento di Ingegneria
informatica, automatica e gestionale
A. Ruberti di Sapienza Università di Roma

TIM PRIMA AZIENDA ITALIANA AD ADERIRE ALL' S-ASSESSMENT



Enrica Danese,
Direttrice Corporate
Communication
& Sustainability
del Gruppo TIM

«Le tematiche ESG sono al centro della nostra strategia, perché non sono soltanto un tema etico ma anche un formidabile motore di performance. Misurare i risultati delle attività sulla sostenibilità è il primo passo, avviato dal Gruppo TIM già da molti anni. Il secondo passo è certificare l'impatto del lavoro che facciamo secondo standard condivisi, ed è ciò che stiamo facendo per rendere ancora più trasparente la trasformazione ambientale e sociale che stiamo mettendo in atto, anche a livello culturale.»

RAI SECONDA AZIENDA ITALIANA AD ADERIRE ALL' S-ASSESSMENT



Roberto Natale,
direttore di Rai
Per la Sostenibilità ESG

«Un'occasione importante innanzitutto per rendere chiaro che la sostenibilità o è anche sociale oppure non è, e che va misurata per rendere conto ai cittadini in modo trasparente dell'impegno del servizio pubblico. I valori dell'S-Assessment incrociano molte delle tematiche che sono alla base del prossimo Piano di Sostenibilità della Rai. Essenziale ora è saper imparare a contare e a rendicontare i propri avanzamenti. Non si parte da zero: sulle questioni di genere, ad esempio, il servizio pubblico ha messo a punto buone pratiche accompagnate dai numeri come il progetto No Women No Panel, per misurare la presenza delle donne in ogni dibattito pubblico, e il progetto 50/50, per spingere verso una maggiore presenza delle competenze femminili nelle trasmissioni Rai. Misurarsi dà concretezza ai cambiamenti.»



CHE REWRITERS SEI?

Con l'S-Assessment scoprirai se sei un ReWriters Pioneer, un ReWriters Builder, un ReWriters Transformer o un ReWriters Leader e quale percorso seguire per migliorare il tuo impatto sociale



ECCO I BADGE CHE RICEVERAI

IL TUO DISTINTIVO

Con i tuoi badge sarai protagonista con uno speech e un'intervista al Rewriters fest.



**BE PROUD,
BE BOLD!**

Powered by **REWORLD**

IL TUO RISULTATO



Condividi i tuoi badge su tutti i tuoi canali di comunicazione

REWORLD PRIZE

Ogni anno, durante il ReWriters fest., le aziende possono candidare una loro iniziativa sulla sostenibilità sociale puntando a oro, argento o bronzo nella cerimonia di premiazione delle migliori azioni in linea con i principi del manifesto ReWriters e dell'S-Assessment

GIURIA



**Barbara Beltrame
Giacomello**
Vicepresidente
Confindustria



Mariangela Cassano
Presidente di ActionAid
Italia



Giampaolo Colletti
Direttore di Sturtpitalia
e curatore dello
Sturtpitalia Open Summit



Monica D'Ascenzo
Diversity & Inclusion
Editor Il Sole 24 Ore



Stefano Epifani
Presidente Fondazione
per la Sostenibilità
Digitale



Enrico Giovannini
Economista, statistico,
cofondatore ASviS



Barbara Palombelli
Giornalista e
conduttrice TV



Antonella Polimeni
Rettrice Sapienza
Università di Roma



Paola Profeta
Pro-Rettrice per la D&I
e Sostenibilità
Università Bocconi

**VALORIZZA LE TUE INIZIATIVE E CONCORRI
AL REWORLD PRIZE COME MIGLIORE AZIONE
DI SENSIBILIZZAZIONE NELLA SOSTENIBILITÀ SOCIALE**

IL MANIFESTO REWRITERS

in relazione agli obiettivi dell'Agenda ONU2030



1. Giovani: giustizia intergenerazionale	10 <small>AGENDA 2030</small>
2. Crisiclimatica,sostenibilità, ecologia profonda, ecosofia, geoetica	12 <small>AGENDA 2030</small>
3. Antispecismo	12 <small>AGENDA 2030</small>
4. Culturabioetica	3 <small>AGENDA 2030</small>
5. Diritticivili,dirittiumani,pariopportunità, giustizia sociale, diritti delle minoranze	10 <small>AGENDA 2030</small>
6. Genderequity,antisessismo,contrasto alla violenza contro le donne, femminismi	5 <small>AGENDA 2030</small>
7. Diversity, inclusion, equality	10 <small>AGENDA 2030</small>
8. Antirazzismo, contrasto alle discriminazioni BIPOC, educazione interculturale	10 <small>AGENDA 2030</small>
9. Contrasto all'abilismo, all'ageismo, al bullismo	10 <small>AGENDA 2030</small> , 3 <small>AGENDA 2030</small> , 8 <small>AGENDA 2030</small>
10. Queerness, diritti LGBTQI+, intersezionalità	10 <small>AGENDA 2030</small>
11. Educazionesessuo-affettiva, salute mentale	3 <small>AGENDA 2030</small>
12. Intelligenza collettiva e cooperazione come chiave di sviluppo	8 <small>AGENDA 2030</small>
13. Linguaggi inclusivi, comunicazione non- violenta (linguaggio giraffa), etica dei media	5 <small>AGENDA 2030</small> , 10 <small>AGENDA 2030</small>
14. Digital responsibility	8 <small>AGENDA 2030</small>
15. Worklife balance	8 <small>AGENDA 2030</small>
16. Body positivity	3 <small>AGENDA 2030</small>

#1



Sommario

10 Prefazione
di Eugenia Romanelli

12 Le differenze: da accoglierle a valorizzarle
di Andrea Laudadio
Responsabile TIM Academy & Development

15 Anatomia dell'inclusione
di Andrea Rubera
Head of Diversity, Belonging & Inclusion, TIM

18 Sostenibilità sociale: abbiamo un problema, signore!
di Eugenia Romanelli
Ceo ReWorld e direttrice Rewriters.it

21 Solitudine: e se l'inclusione fosse la soluzione?
di Marco Carusi Ceo di P&B

23 La mia esperienza doppia alla 4W4I
di Paolo Ruffini
Attore, conduttore televisivo, regista, sceneggiatore e produttore teatrale

25 I mille colori dell'arcobaleno
di Igor Šuran
Direttore Esecutivo di Parks Liberi e Uguali

28 Pari opportunità di genere. A che punto siamo? Intervista a Monica D'Ascenzo (Il Sole 24 Ore)
di Andrea Rubera Head of Diversity, Belonging & Inclusion di TIM

30 Diversità e inclusione: le aziende che sposano questi valori ottengono migliori risultati
di Elena Ceccolini
Diversity, Equity and Inclusion Operations Manager di Amazon

33 Nonostante i passi in avanti, la genitorialità e la cura sono ancora un tabù per le aziende
di Sonia Malaspina
Direttrice Relazioni Istituzionali, Comunicazione e Sostenibilità Danone Italia e Grecia e Marialaura Agosta Business Partner & Internal Communication Manager, Diversity, Equity, Inclusion Champion Danone

36 Il Gruppo FS e il metodo delle 5D: insieme per combattere la violenza di genere
di Paola Longobardo
Responsabile People Care FS Italiane

40 Fincantieri verso un ambiente di lavoro sempre più inclusivo con 4 Weeks 4 Inclusion

**43 Impara l'arte e mettila a
fattor comune: un appello per
l'inclusione** di Elena Avogadro

Responsabile Diversity,
Equity & Inclusion e Gestione Dirigenti
Intesa San Paolo

**47 L'arte e l'altro. L'inclusione
attraverso la diversità**
di Tiziana Morandi

Responsabile Risorse Umane
e Organizzazione Poste Italiane

**49 La parità non può aspettare.
TIM per il superamento
del gender gap**

di Maria Enrica Danese
Direttrice Corporate Communication
& Sustainability
del Gruppo TIM

**52 Accessibility Days
alla 4 Weeks 4 Inclusion**
di Francesca Sbianchi

Vice Presidente Accessibility Days

55 Intervista a Alessandra Miata

Head of CSR di Capgenimi Italia

**58 Intervista a
Federica Di Michele**

Direttrice People & Culture di Coca-Cola
HBC Italia

**61 La comunità delle persone
con disabilità non è ancora
giustamente rappresentata
e molti sono i diritti**

che ci vengono negati
di Carmelo Comisi
Coordinatore del Disability Pride Network

**65 Intervista a Team Edge A+I,
Algoritmi+Inclusivi**
Mario Di Carlo, Alessandra Galli,
Damiano Terziotti

**68 Costruiamo insieme il nostro
futuro: Equonomics alla 4W4I per
un mondo aziendale inclusivo ed
equo** di Azzurra Rinaldi

Co-Founder Equonomics e Direttrice
della School of Gener Economics presso

l'Università degli Studi di Roma Unitelma
Sapienza

71 Intervista a Elisa Mereghetti

Producer/Director at Ethnos

**74 Global Inclusion 2023:
libertà è partecipazione**

di Andrea Notarnicola
Director Global Inclusion – Art. 3

**77 Intervista a Lucia Pellino
e Mariasilvia Scippa**

Lavazza D&I Team

**81 Rainbow Awards 2023:
celebrazione e riconoscimento
per l'impegno a favore dei diritti
Lgbtqia+** di Egizia Mondini

Responsabile Comunicazione Rainbow
Awards

**85 Soddisfazione, gioia,
un'emozione bellissima!**
di Luca Pereno

Amministratore (RI)GENERIAMO

**87 Intervista a Sara e Alessia
Michelson** Blogger e content creator
di @Ruote Libere

91 Intervista a Irene Vecchione,
Amministratrice delegata di Tack TMI
Italy

**93 Intervista a Rosellina
Panebianco** Grants & D&I Manager
Teleperformance Italia

**96 Growing together: sinergie
tra uomini e donne
per valorizzare le persone**
di Alessia Alò

Partner and Head of Communication,
Digital & Social Media Wise Growth

**98 Women Plus premiata due
volte: "Premio Fabio Galluccio per
il migliore evento" di 4 Weeks 4
Inclusion e "Premio per il miglior
contributo che leghi inclusione e
innovazione" di Laura Basili**
Founder Women at Business (WAB)

Prefazione

A cura di **Eugenia Romanelli**, giornalista e scrittrice, Presidente dell'Associazione Culturale ReWriters, direttrice della testata Rewriters.it, direttrice artistica del ReWriters fest. e CEO di ReWorld

Questa pubblicazione paper-free dà il meglio di sé nella versione cartacea, in realtà. Il motivo è semplice: il format è nato insieme al suo stesso nome, mag-book, primo giornalibro italiano secondo le rassegne stampa del 2020, quando fu dato alla luce il numero uno. Impaginato dall'Art Director Laura Marinelli, è una mia curatela dal 2021, quando Ernesto Assante, critico di *Repubblica*, mi lasciò il testimone.

Questo è il trentunesimo numero, il primo del 2024, dopo circa 1.000 articoli a firma, tra gli altri, di Massimo Recalcati, Melania Mazzucco, Lidia Ravera, Loredana Bertè, Lorenzo Jovanotti, Carmen Consoli, Gianna Nannini, Paola Turci, Morgan, Vittorio Lingiardi, Roberto Cotroneo, Romana Petri, Monica Cirinnà, Rancore, Giobbe Covatta, Marina Rei, Michela Serra, Giovanna Melandri, Giulia Blasi, Gianrico Carofiglio, Giancarlo De Cataldo, Nancy Brilli, Stefano Fresi, Vauro, Daniel Cuello, Silvia Ziche, Achille Lauro, Stella Pulpo, Noemi, Stefania Auci, Elodie, Nina Zilli, Vera Gheno, Francesco Gabbani, Giuliana Sgrena, Ditonellapiaga, Teresa Ciabatti, Cristina Donà, La Rappresentante di Lista, Maura Cossutta, Piero Pelù, Giuliano Sangiorgi, Antonio Monta, Riccardo Rossi, Ivan Cattaneo, Tommaso Paradiso, Giordana Angi, Chiara Francini, Orietta Berti, e tantissimi altri artisti, influencer, giornalisti, blogger, filosofi, accademiche, scienziate, imprenditriche, attiviste, professioniste impegnati con noi nella riscrittura dei paradigmi.

Negli anni, le copertine della collana sono state firmate da artiste quotate del calibro di Sten Lex o Lucamaleonte, unici italiani invitati da Banksy, insieme a Orticanoodle, al *The Cans Festival* di Londra, Marco Lodola, tra i fondatori del Movimento del Nuovo Futurismo, uno degli artisti contemporanei italiani più celebri ed influenti, Ivan Tresoldi, il più importante poeta di strada del mondo, fino al maestro italiano dell'illustrazione Fabio Magnasciutti. O, come in questo caso, Asiel, una delle poche donne street artist italiane.

Questo è un numero speciale, voluto da TIM e 4W4I, perché è il primo della nuova collana 2024 dedicata all'S-Assessment, ad oggi unica survey scientifica in Italia in grado di misurare in ottica intersezionale l'impatto "S" (social) delle imprese, uno dei tre parametri ESG dell'Agenda 2030. Ed è proprio questo fattore "S" ad aver convinta noi, attiviste di rewriters.it e partner dell'impresa sociale femminile Re-World.it, e gli organizzatore della 4W4I di TIM ad unire le forze e cooperare per costruire insieme una nuova cultura delle unicità, anche a partire dal ReWriters fest. (trasmesso dalla 4W4I in diretta) e da questo mag-book che vuole valorizzare la più grande maratona interaziendale del mondo dedicata all'inclusione.

Per questo, negli articoli a seguire, troveremo una carrellata di punti di vista sulla sostenibilità sociale, sulla diversity & inclusion, sulla queerness e sulla uniqueness, sostenuti da organizzazioni, ambassadors e professioniste. Ma anche un magnifico racconto, appassionato e sincero, di quello che è accaduto nell'ultima edizione della 4W4I, vero motore di evoluzione socio-culturale nelle organizzazioni più illuminate di oggi e ispirazione per tutto il sistema-Paese. ●

LE DIFFERENZE: DA ACCOGLIERLE A VALORIZZARLE

di ANDREA LAUDADIO*



Responsible
TIM Academy
& Development

La 4 Weeks 4 Inclusion è l'evoluzione delle iniziative di D&I realizzate all'interno di diverse aziende, che hanno deciso di metterle a fattore comune moltiplicando il ritorno dell'investimento per i dipendenti, in termini di formazione, sensibilizzazione e ispirazione.

Proprio come è successo in TIM. La nostra azienda è stata una delle prime ad avviare nel 2009 un programma di D&I. Oggi siamo riconosciuti come benchmark nazionale e internazionale, presenti nei principali indici che valutano le Aziende per la loro capacità di essere inclusive, come il **GEI (Gender Equality Index) di Bloomberg**.

Dal 2016 abbiamo rivisto il nostro posizionamento, passando **dal Diversity management all'Inclusion Management**. Abbiamo superato la fase del *"tenere conto delle differenze"*: ora andiamo proprio a cercarle, vogliamo la diversità nei nostri team, perché li arricchisce, amplia la visione e la prospettiva, e ci permette non solo di lavorare meglio, ma anche di costruire prodotti e servizi migliori, perché tengono conto di tante esigenze a cui una sola testa potrebbe non pensare.

Le iniziative di inclusione realizzate nel tempo sono più di 100, e la sentita partecipazione interna si basa su un driver che non è un segreto, ma che anzi è la chiave del loro successo: i nostri progetti non calano mai dall'alto, ma sono il frutto di iniziative di ascolto delle community interne.

Abbiamo messo in piedi un **sistema di ascolto** che ci permette di raccogliere le esigenze di chi in prima persona deve relazionarsi agli altri, usare gli strumenti aziendali, vivere la quotidianità del lavoro e da lì siamo partiti per sviluppare le iniziative specifiche di inclusione. Allo stesso tempo abbiamo lavorato per tutti gli altri, con formazione e informazione su come ci si relaziona in azienda con persone che hanno esigenze specifiche, affinché l'inclusione non sia solo giusta ma anche equa.

L'esempio che conferma questo approccio è la 4W4I, figlia della TIM Inclusion Week, iniziativa nata nel 2015 con l'obiettivo di diffondere la cultura dell'inclusione a partire dal coinvolgimento dei dipendenti. A loro veniva chiesto di proporre e, se scelto, organizzare nella propria sede un evento a tema inclusione a partire dal proprio network di relazione e passioni.

La risposta entusiasta ha permesso di realizzare ben 5 edizioni, fino a quella del 2019 che ha visto coinvolte 10 città e 30 sedi per 100 incontri

“
Vogliamo
la diversità
nei nostri
team
”

“
Celebrare
l'unicità
di ogni
individuo
”

live, con la volontà di creare un calendario annuale e continuativo di eventi dedicati all'inclusione.

Da quel momento inizia la mia storia in TIM come responsabile della TIM Academy per la Formazione e lo Sviluppo. Poco dopo ci aspettavano i tempi bui della pandemia, che le solide radici aziendali hanno saputo illuminare ripensando a nuove opportunità che sfruttassero la tecnologia, le competenze e ancora di più le relazioni che potevamo coltivare solo a distanza.

Abbiamo così scoperto le "Inclusion Week" di altre aziende e abbiamo capito che l'unico modo per non rinunciare ai progetti, né rimanere isolati, era ripensarli e adattarli ai rapidi cambiamenti che stavamo vivendo. L'unica risposta all'incertezza era unire le forze. Abbiamo così deciso di fondere le nostre esperienze e crearne una comune, full digital, per non lasciare nessuno indietro, continuare a catalizzare l'attenzione di tutti sui temi dell'inclusione e celebrare l'unicità di ogni individuo, sia all'interno che all'esterno delle nostre aziende. Il resto è storia: la storia di una maratona in cui si vince tutti insieme, giunta alla quarta edizione che è stata la più grande e partecipata di sempre. ●



ANATOMIA DELL'INCLUSIONE

di ANDREA RUBERA*

Il 12 ottobre alle 16:30 si sono accese le luci sul grande palcoscenico dell'edizione 2023 di 4Weeks4Inclusion.

In diretta streaming dall'Auditorium TIM "Raoul Pieroni" di Roma ha avuto luogo l'evento di lancio il cui titolo "Anatomia dell'inclusione" prende spunto dal concetto che ha caratterizzato tutta la maratona nella sua edizione 2023.

Il focus è, infatti, stato sul corpo come metafora di un insieme di parti e organi differenti che, a sua volta, diventano unicità proprio dall'incontro tra tante diversità.

Anche la campagna di comunicazione di 4W4I 2023, ideata e realizzata dall'agenzia Lievito Consulting è stata centrata sul corpo: da **"Ci metto la faccia"** in cui molti rappresentanti aziendali hanno contribuito a dare il via alle danze alla rassegna offrendo la propria visibilità a sostegno della manifestazione; alle attività social sui modi di dire che utilizziamo quotidianamente facendo riferimento al corpo; al lavoro dell'artista **Francesco Poroli**, che ha regalato una sua opera che ruota intorno alla unicità del corpo (*"Io sono il tuo corpo. Sono l'espressione della tua diversità e della tua unicità, di ogni singola parte che ti colora e definisce, che proteggi da stereotipi, violenze e discriminazioni. Che dici, combattiamo insieme chi non ci accetta per come siamo?"*); alle collaborazioni con alcuni famosi memers, come **"Disegnetti Depressetti"** (*"Il corpo è il posto che abito. È*

la mia casa. A volte mi fermo a guardare le case degli altri e le confronto con la mia. Sulla base di cosa non lo so neanche io. Dovrei entrarci, magari prendere un caffè mentre mi guardo intorno e poi


Head of Diversity,
Belonging &
Inclusion, TIM



“
Il corpo
è il posto
che abito.
È la mia
casa
”

invitarli da me. Vorrei che tutti vedessero come sto provando ad arredare bene la mia casa”).


Monica D’Ascenzo, giornalista de *Il Sole 24Ore*, è stata la Virgilio dell’evento, tenendo la trama del racconto delle novità dell’edizione 2023 attraverso le voci dei rappresentanti delle aziende partner Platinum: Amazon, Baker Hughes, Danone, Ferrovie dello Stato, Fincantieri, Intesa Sanpaolo, Poste Italiane, TIM.

In apertura è intervenuta per un saluto istituzionale Helena Dalli, commissaria europea alle Pari Opportunità (*"Uguaglianza, Diversità e Inclusione sono valori fondamentali dell'Unione Europea. Il nostro obiettivo è costruire un'Unione dell'uguaglianza in cui tutti quanti si sentano apprezzati e abbiano l'opportunità di crescere secondo le proprie aspirazioni"*).

A scaldare l'atmosfera sono state le parole di sei ospiti che hanno voluto raccontare la propria storia personale di inclusione o non inclusione:

- **Carlotta Bertotti:** modella e influencer che ha fatto uno storytelling sul percorso di accettazione del suo volto caratterizzato dal Nevo di Ota.
- **Valentina Tomirotti:** giornalista pubblicitaria, social media manager, addetta stampa e attivista per la disabilità: *«Amo raccontare tutto da una visuale privilegiata: un metro d'altezza, a cavallo della mia carrozzina che si trasforma in un trono».*
- **"Ruotelibere"**, l'account Instagram, il portale e il blog delle sorelle Michielon; la disabilità vista come desiderio di una vita senza barriere di ogni tipo. *«Dove passo io passano tutti».*
- **Francesco Murano:** TikToker e influencer, un ragazzo stomizzato che ha rivendicato il suo diritto a non *"essere solo la mia stomia"*.
- **Denis Murano:** alias che cela un responsabile HR che ha deciso di dire la verità su quelle che lui chiama le *"Relazioni Inumane"*.
- **Dalila Bagnoli:** content creator, attivista, scrittrice: *"Non voglio allargare il canone di bellezza, voglio distruggerlo"*.

Da Linda Serra, di Work Wide Women, e Maria Cristina Origlia, di Forum della Meritocrazia, due invito speciali: il primo a misurarsi sulla propria conoscenza del tema D&I, partecipando al gaming "Quanto ne sai di D&I"; il secondo a verificare quanto la propria realtà adotta la meritocrazia come criterio fondante, attraverso lo strumento del Meritorg Check. ●



“
La disabilità
vista come
desiderio
di una vita
senza
barriere
di ogni tipo
”

SOSTENIBILITÀ SOCIALE: ABBIAMO UN PROBLEMA, SIGNOR?

di EUGENIA ROMANELLI*

Man mano che ci avviciniamo al 2030 ci accorgiamo che i parametri che riguardano i tre criteri di Environmental, Social e Governance non sono ben bilanciati. Mi spiego. I SDGs dell'acronimo ESG non sono normati dall'Europa in maniera calibrata, ed è semplice scoprire la fisiologia dei perché.

La letteratura scientifica internazionale conta circa mezzo secolo di studi sull'ambiente, i quali hanno generato dati, parametri, norme e certificazioni da parte dell'Europa. Niente di tutto ciò, al contrario, per le tematiche sociali, le quali stanno acquistando rilevanza solamente nella contemporaneità o dintorni, e per di più con le incongruenze tipiche dell'età adolescenziale: i gap sono evidenti sia in termini di consapevolezza che di misurazione. Un esempio? Sulle donne e parità di genere, ad esempio, esistono numerosi paper (con tanto di certificazione), mentre sulle persone gender variant, quasi foglio bianco. Per non parlare delle differenze tra continenti: mentre Australia, Canada e Stati Uniti stanno raccogliendo i risultati di studi longitudinali su comunità LGBTQIA+, discriminazioni BIPOC e persone disabili, in Europa si fatica ancora a individuare i target.

Attualmente, infatti, a differenza della "E", non esiste tassonomia né parametri dall'Europa che permetta alle organizzazioni di certificarsi sulla "S" (social) nel suo insieme: la "S" insomma resta un concetto ancora indefinito e senza normative.

La buona notizia però è che intanto si può lavorare ugualmente sulla misurazione degli impatti: ci sono infatti varie survey, la maggior parte realizzate da aziende private, che tentano di assegnare indici ad alcuni aspetti della sostenibilità sociale, ad esempio i verticali sulla Diversity & Inclusion. Solo il recente S-Assessment ad oggi in Italia, riesce a misura-

 CEO ReWorld
e direttrice
Rewriters.it

re scientificamente e in ottica intersezionale l'impatto delle organizzazioni in termini di sostenibilità sociale, e cioè sondando tutti i punti "S" dei 17 SDGs: messo a terra dal DIAG Sapienza Università di Roma attraverso un progetto di ricerca finanziato dall'impresa sociale ReWorld, è stato ottimizzato da Eikon Strategic Consulting società benefit, da 30 anni leader in Italia della misurazione dei media e delle percezioni sociali. Presentato ad ottobre 2023 al ReWriters fest., ha visto subito salire a bordo aziende come TIM e RAI, tra le prime a compilare l'assessment. Uno strumento importante che risponde a quel buco nero appena emerso dal secondo rapporto annuale dell'ESG Culture Lab: totale mancanza di consapevolezza sulla sostenibilità sociale, sia in azienda sia nel sistema-Paese.

Se l'S-Assessment può essere uno strumento efficace in termini di consapevolezza e fare un buon lavoro per la cosiddetta alchimia del brand (L. Minestrone, 2010), non può, per quanto dicevamo, certificare alcunché, come appunto ad oggi nessuno oggi può fare. Eppure, un paio di atolli compaiono all'orizzonte: il Rapporto ASviS, nel suo incontro del 14 novembre 2023, si è dedicato alla dimensione sociale dello sviluppo sostenibile (anche se concentrandosi soprattutto sugli aspetti istituzionali e politici e meno sulla dimensione aziendale). Ma anche Il CSRD (Corporate

Sustainability Reporting Directives), con la sua proposta legislativa del 2021 erede delle Non-Financial Reporting Directives (NFRD, direttiva sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario), prevede un insieme di informazioni su cui le aziende (non tutte) dovranno rendicontare a partire dal 2025, ma non costituisce un benchmark (qui, però, la "S" non fa da protagonista, ma è analizzata insieme alla "E" e alla "G"). Infine, nuovi di zecca, anche la CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive), per lo sviluppo di una due diligence che permetta di controllare tutti gli ambiti dell'ESG (e non solo con il focus "S"), con adempimenti affinché le operations delle aziende non provochino danni all'ambiente e alle persone, e gli ESRS (European Sustainability Reporting Standards) del 31 luglio 2023, in cui la Commissione Europea ha



“
Senza
l'umanità
il nostro
Pianeta
non sarebbe
in pericolo,
oggi
”



adottato la prima serie di ESRS che richiedono alle società UE ed extra UE con specifici livelli di attività nell'UE di presentare relazioni annuali sulla sostenibilità (anche sociale) insieme ai loro rendiconti finanziari.

Senza l'umanità il nostro Pianeta non sarebbe in pericolo, oggi. Per questo, la responsabilità che abbiamo può considerarsi anche un grande potere: quello di riparare agli effetti dei nostri comportamenti perversi, trasformandoci da predatori in custodi della casa che ci ospita. Lottica human, quella S dell'acronimo ESG, per noi rappresenta quindi il coraggio di Sabotare un sistema competitivo e conflittuale per costruire, invece, una convivenza di cooperazione in cui ciascuna persona possa fiorire secondo la propria natura e con pari opportunità. La sostenibilità sociale è ben raccontata dai 16 punti del Manifesto ReWriters, capaci di delinare gli obiettivi S dei 17 punti dell'Agenda ONU 2023. ●



SOLITUDINE: E SE L'INCLUSIONE FOSSE LA SOLUZIONE?

di MARCO CARUSI*

L'evento interaziendale organizzato il 30 ottobre all'interno di 4W4I 2023 e dedicato alla solitudine ha sviluppato lo spunto di riflessione proposto dal Vescovo Beni Ambaro. Monsignor Ambaro ha ricordato che la solitudine è una condizione che appartiene a ogni essere umano. Si tratta di uno stato che – talora – viene considerato da alcuni di noi persino desiderabile. In alcuni momenti della nostra giornata, in alcune peculiari fasi della nostra esistenza, capita a ciascuno di noi di desiderare la solitudine. Ma nessuno di noi arriva a desiderare l'isolamento, che è sempre e comunque una condizione subita e non una condizione considerata.

Nel nostro tempo l'isolamento è una condizione sociale, che, troppo frequentemente, accompagna le persone con caratteristiche specifiche, prima fra tutte la povertà, la carenza di istruzione, la mancanza di un lavoro; caratteristiche che determinano la loro esclusione dalla maggior parte delle opportunità di integrazione offerte dalla nostra società.

Per tutte queste persone, vivere in un contesto sociale inclusivo rappresenta l'unica possibilità di recuperare pienamente queste possibilità e, con esse, la piena dignità personale.

Da questa vera e propria emergenza è dunque partita la riflessione sull'urgenza di adottare in tutte le nostre realtà organizzative delle politiche orientate alla piena inclusione di tutte le proprie persone, indipendentemente dalle loro caratteristiche distintive.

A tal proposito non si è mancato di sottolineare che "la normalità è un luogo disabitato perché nessuno è normale", anche se tutti vogliamo esserlo.

Ci impegniamo a fondo per essere riconosciuti come normali perché immaginiamo che tale riconoscimento ci garantisce che saremo accettati

 CEO di P&B

dagli altri e così non saremo più soli. Tutti noi ci affanniamo per tutta la vita ad inseguire una condizione ideale di normalità, che nessuno raggiunge mai. Ma continuiamo tutta la vita a lavorare da soli per essere conformi al gruppo a cui vogliamo appartenere. Ma non ci riusciamo, perché ci resta sempre qualcosa che ci fa essere difformi: un desiderio, un rimpianto, una paura, che vorremmo non avere, ma che non ci riesce di far tacere. La cosa paradossale è che anche i gruppi più piccoli, mentre sono ancora oggetto di discriminazione, premono per spingere verso il conformismo tutti i propri membri. Essere stato un omosessuale emarginato dal proprio ambiente di origine, non risparmia dalla necessità di omologarsi al proprio nuovo gruppo di riferimento, per la paura di essere considerati fuori anche da quest'ultimo. Così le vittime dell'omofobia adottano verso se stesse le medesime odiose pressioni che hanno subito in alcune fasi della loro vita, o che continuano a subire appena mettono il naso fuori dal proprio gruppo minoritario.

Persino le persone che in Azienda raggiungono posizioni di un certo rilievo gestionale non sono esenti da queste dinamiche. Chi si occupa di formazione manageriale sa quanto è difficile convincere le persone dell'importanza di ascoltare le emozioni - quelle proprie e quelle degli altri - per accrescere le proprie capacità di leadership.

Spesso, se incontrano un problema davvero rilevante nella loro vita privata, si vedono costretti ad aprirsi di più e proprio questa difficoltà permette loro di accorgersi che mostrare le proprie emozioni agli altri permette di essere percepiti davvero come leader che, dopo essersi scoperti, gli altri li vedono più forti, più affidabili, e non il contrario.

Questa modalità di lettura delle relazioni interpersonali è un indicatore chiarissimo della solitudine che - assai spesso - producono le nostre organizzazioni. Una solitudine che deve preoccuparci profondamente, perché aziende fatte di persone così sole, fanno fatica a sopravvivere nella nostra epoca di continui, profondi cambiamenti.

La nostra è un'epoca che richiede tanto pensiero e pensiero di qualità e il pensiero è da sempre un'attività collettiva, da fare insieme.

Un'organizzazione di persone sole, isolate, non pensa, non innova, e non si prepara ad affrontare il futuro come dovrebbe e potrebbe.

Questo è il livello che la solitudine spesso raggiunge nelle nostre organizzazioni. Una situazione che deve convincere ciascuno di noi a darsi immediatamente da fare per cambiare la situazione. ●

La mia esperienza DOPPIA ALLA 4W4I

di PAOLO RUFFINI*



Partecipare alla serata conclusiva e condurre l'ultimo appuntamento della 4 Weeks 4 Inclusion 2023 è stata una grande occasione di incontri e divertimento.

Ho ripercorso i momenti più significativi di questa incredibile maratona insieme ai protagonisti. Di tempo per focalizzare i temi più urgenti legati alla valorizzazione delle diversità ce ne vorrebbe ancora di più, e infatti siamo andati oltre l'orario previsto. Le gag con Andrea Laudadio, la vera anima di questo mese per l'inclusione, la votazione in diretta degli eventi più inclusivi, la linea da passare alla postazione radio, da cui il pazientissimo giornalista e amico Enrico Galletti tentava di battere i tempi, rassegnandosi a perdere il penultimo treno per Milano, sono stati un fiume di risate e riflessioni.

Le risate le ricordo soprattutto per le incursioni di "The PILLS", il trio comico con Luca Vecchi, Luigi Di Capua e Matteo Corradini, che ha portato da noi il suo format di live podcast, intervistando l'attrice Michela Giraud, la modella Oxana Likpa e il giornalista cross dresser Stefano Ferri.

Le riflessioni, come chiavi che aprono porte su strade tutte da percorrere, sono arrivate durante i panel con i manager delle aziende Platinum e delle organizzazioni partner dell'evento.

E, come quando si sta facendo un bel sogno e si chiede alla sveglia altri 5 minuti, anche la mia serata alla 4W4I non si è conclusa qui. Ho avuto il piacere

“
La diversità
non è qualcosa
su cui puntare
i riflettori, ma
va vissuta in
modo naturale,
“normale”
”



di portare in scena, con la compagnia Mayor Von Frinzius di Lamberto Giannini, il nostro spettacolo "Up&Down".

Una combo perfetta che ha coniugato il nostro lavoro sociale con questa iniziativa ideata da TIM.

Si tratta di uno spettacolo che porto in giro per l'Italia dal 2018 con Federico, Andrea, Erika, Giacomo, Simone e David: sei attori disabili, cinque con la sindrome di Down e uno autistico.

Si tratta di un progetto cross-mediale che si realizza su tre espressioni artistiche: il teatro integrato, proprio questo portato in scena il 14 novembre per 4W4I, il cinema, con il documentario "UP&Down – Un Film Normale" e un libro, "La sindrome di UP".

Il nostro messaggio è che la diversità non è qualcosa su cui puntare i riflettori, ma va vissuta in modo naturale, "normale". È qualcosa che aggiunge e non sottrae, va scoperta, conosciuta e avvicinata.

Nel quotidiano rischiamo di appiattire il concetto di normalità, che può essere invece declinato in mille forme, esattamente

come il concetto di diversità. D'altra parte, se c'è qualcosa che accomuna tutti è proprio l'essere diversi.

Tante persone sono diversamente abili, tante non sono abili alla felicità, e tutti siamo diversamente normali e meravigliosamente diversi. ●



I MILLE COLORI DELL'ARCOCOALENO

di IGOR ŠURAN*

Quando una delle quattro giornate tematiche della più importante maratona sull'inclusione nel nostro Paese viene dedicata ai mille colori dell'arcobaleno, vengono in mente le parole di LP Hartley sul passato che sembra un Paese straniero.

Che cosa è successo nel nostro Paese, nelle nostre aziende, nelle nostre famiglie in quest'ultimo decennio di cambiamenti copernicani in cui siamo passati dal dire che "va bene che sia gay ma che se lo faccia a casa sua", a chiederci come creare un Paese veramente inclusivo in cui il nostro orientamento affettivo e sessuale e la nostra identità e l'espressione di genere saranno semplicemente le nostre unicità, come il colore dei nostri occhi.

Ne abbiamo parlato il 7 novembre all'evento interaziendale che ha dato l'avvio alla giornata dedicata all'inclusione LGBTQI+ all'interno del progetto 4 Weeks 4 Inclusion.

Si è parlato delle identità di genere e degli orientamenti affettivi. Perché è importante parlarne. Che cosa deve fare un'azienda per sviluppare la cultura inclusiva e dell'ascolto e che cosa può fare l'azienda per ampliare le protezioni non ancora previste dal quadro normativo del Paese. Quanto è importante il coinvolgimento del management e la partecipazione di tutte le persone. Abbiamo sentito le storie personali e le esperienze aziendali.

Francesco Cicconetti, divulgatore per la comunità trans e autore del libro "Scheletro femmina", ha riflettuto sulla sua esperienza di affermazione di genere come uomo transgender, ponendoci il quesito su cosa veramente determini il diritto di una persona di abbracciare e vivere il genere che sente suo.

Le azioni e politiche che può mettere in atto un'azienda – come miglior datore di lavoro e allo stesso tempo agente del cambiamento sociale – per



Direttore
Esecutivo di Parks
Liberi e Uguali

facilitare il percorso di affermazione di genere nel luogo di lavoro sono state illustrate da **Elena Ceccolini** di **Amazon**.

Come creare il senso di appartenenza e facilitare la partecipazione e l'ingaggio delle persone nel percorso di inclusione aziendale? Che cosa sono gli Employee o Business Resource Groups e che impatto hanno nella vita di tutte le persone in azienda? Ne ha parlato **Fabio Mesturino** di **Avio Aero**.

L'intersezionalità: come tutte identità, le nostre cosiddette "diversità", interagiscono nella nostra vita. Tra queste il nostro orientamento sessuale e la nostra identità di genere. Con il suo TED poetico ed emozionante, **Anna Segre**, medica, poetessa e psicoterapeuta, ci ha permesso di quasi toccare con mano il significato dell'intersezionalità attraverso il racconto dell'intreccio complesso e infinito delle sue diverse identità.

Lucio Fabiani di **EY** ha parlato di come la contezza dell'importanza dell'intersezionalità possa facilitare e rendere più significativo e completo anche il percorso dell'inclusione LGBTQI+ in azienda: **The future is yours to build**.

Molte sono le barriere e gli ostacoli che tutte le aziende si trovano lungo il percorso dell'inclusione LGBTQI+. Ne se ne parla facilmente; è più appagante parlare dei successi. **Alessandra Miata** ha condiviso le difficoltà iniziali vissute in **Capgemini**, del modo in cui sono state affrontate e risolte e dei cambiamenti importanti che erano visibili anche dopo i primi passi compiuti.

Come assicurare la diffusione capillare della cultura inclusiva in una struttura che conta con decine di migliaia di persone? **Elena Avogadro** ha illustrato il percorso di **Intesa Sanpaolo** di sensibilizzazione sul tema LGBTQI+ come parte integrale di un percorso ampio dello sviluppo della cultura inclusiva e di ascolto e quanto sia importante il coinvolgimento del management e della leadership aziendale.

Va tutto bene nel nostro Paese o stiamo ancora lottando contro l'omobitobitransfobia? I dati sono preoccupanti. Ce ne ha parlato **Cathy La Torre**, avvocatessa e consulente in DE&I.

Stefano Andrian di **Mylia, Gruppo Adecco**, ha riflettuto sul linguaggio inclusivo come strumento importante per accrescere la consapevolezza e le competenze necessarie per la creazione dei luoghi di lavoro inclusivi ed equi.

Sulla pluralità del concetto di famiglia **Andrea Rubera** ha illustrato il prin-

cipio su cui si basa il welfare di **TIM** che garantisce la protezione anche alle famiglie omogenitoriali.

Come avrebbe potuto terminare l'evento interaziendale sull'inclusione LGBTQI+ se non uscendo dai luoghi di lavoro ed entrando nelle nostre famiglie? **Anna Maria Fisichella** di **Agedo**, Associazione di genitori, parenti e amici di persone LGBTQI+, ci ha emozionato con il suo racconto di vita da madre di un giovane uomo transgender e ci ha fatto riflettere sulla responsabilità che tutte noi persone abbiamo nei confronti di chi oggi tuttora vive in un mondo che ti nega libertà, amore, dignità e rispetto solo perché il tuo orientamento affettivo e la tua identità di genere mettono il mondo a disagio.

Come diceva **Kathy La Torre** nel suo discorso: ***Inutile disapprovare l'omosessualità, è come disapprovare la pioggia.*** ◉



INTERVISTA a



Monica D'Ascenzo

(Il Sole 24 Ore)

di **Andrea Rubera**

Head of Diversity, Belonging
& Inclusion di TIM

PARI OPPORTUNITÀ DI GENERE. A CHE PUNTO SIAMO?

La giornata verticale di 4W4I dedicata alle tematiche del gender gap è stata l'occasione per fare il punto sulle pari opportunità di genere in Italia, dal bilancio a 10 anni dalla Legge Golfo Mosca, al varo della certificazione PDR 125 sulle pari opportunità di genere, al superamento dei ruoli genitoriali e famigliari predefiniti, alla rappresentazione del genere nei media.

Sul palco si sono alternate quattro speaker d'eccezione: Lella Golfo, prima firmataria della legge sulle quote rosa, Cristina Tagliabue, direttrice di "La Svolta", Federica Spampinato, Ceo di OEJ Agency, Chiara Bacilieri, Head of Research & Innovation di Lifeed, Manuela Perrone, giornalista del Sole 24 Ore e membro del comitato-scientifico professionale dell'Osservatorio STEP-Ricerca e formazione.

Monica D'Ascenzo, giornalista de Il Sole 24Ore, ha moderato l'evento e abbiamo scambiato qualche parola ricordando i principali spunti emersi.

Monica, sei stata moderatrice dell'evento "Pari Opportunità di genere. A che punto siamo?". Ce lo vuoi raccontare?

L'attenzione mediatica e le iniziative delle istituzioni, delle associazioni e delle imprese sul tema parità di genere potrebbero indurre in inganno. Per comprendere a che punto siamo è necessario rifarsi ai dati, che fotografano sempre con esattezza la situazione. In Italia l'occupazione femminile ha raggiunto il 52,6%, un dato record se visto nella serie storica del nostro Paese. Lo stesso numero, se

confrontato con la media europea, però impallidisce: basti pensare che gli obiettivi di Lisbona indicavano che saremmo dovuti arrivare al 60% nel 2010. Stessa cosa se si guarda alla carriera delle donne. La percentuale nel management fluttua sempre attorno al 25%, con un diradarsi della presenza femminile via via che si sale verso i vertici delle imprese. Tanto che fra le oltre 300 società quotate solo circa il 10% ha una Ceo. Perdura, inoltre, la differenza salariale di genere, che non riesce ad essere scalfita neanche dalle diverse leggi che si sono sommate negli anni e chiedono trasparenza alle imprese con oltre 50 dipendenti anche su questo fronte. Tutti questi aspetti sono emersi in modo netto nel corso del dibattito, che ha visto i relatori affrontare il tema con estrema onestà intellettuale.

Quali erano secondo te gli obiettivi principali della narrazione?

L'intento degli speaker era chiaro: inutile limitarsi a ribadire per l'ennesima volta lo stato di fatto, da cui pure si deve partire per risolvere il problema. È necessario portare all'attenzione quanto si può fare ancora non solo da parte delle istituzioni, ma anche e soprattutto all'interno delle imprese con obiettivi che siano misurabili e monitorati nel tempo, nonché legati alle performance richieste al management. La certificazione di parità, che offre diverse premialità e sta riscuotendo un discreto successo fra le imprese, non può essere un punto di arrivo ma l'impegno delle aziende a migliorarsi nel futuro con azioni concrete.

L'evento ha avuto molte relatrici. Su quali punti si sono soffermati i loro interventi?

Raccontare le singole storie aiuta a comporre un quadro che non è solo un mero esercizio dialettico. I relatori hanno portato al tavolo del confronto la propria esperienza e quella delle aziende in cui lavorano, da mettere a fattor comune per creare delle *best practices* per loro e per le altre imprese alla ricerca di soluzioni.

Qual è secondo te l'importanza del fare rete tra aziende su questi temi?

Sui temi relativi alla Esg non esiste l'esclusiva. Copiare è cosa buona e giusta e permette al sistema tutto di evolvere e svilupparsi. Per questo è fondamentale che si creino occasioni di confronto in cui manager, imprenditori, consulenti, istituzioni possano affrontare il problema ognuno dal proprio punto di vista e in questo modo arricchire il punto di vista altrui. In Italia il cammino verso la parità non può essere la scelta di un singolo soggetto, è necessario che tutto il Paese decida di procedere sulla stessa via per permettere la piena attuazione della parità sostanziale prevista dal secondo comma dell'articolo 3 della nostra Costituzione. ●

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: LE AZIENDE CHE SPOSANO QUESTI VALORI OTTENGONO MIGLIORI RISULTATI

di ELENA CECCOLINI*

Il fondatore di Amazon, Jeff Bezos, ha affermato che abbracciare diversità e inclusione *“fa bene all’attività dell’azienda oltre ad essere semplicemente giusto”*. Dati alla mano, si è visto che le aziende che sposano questi valori ottengono migliori risultati, sono più innovative ed al passo con i cambiamenti della società ed è proprio in occasione della 4Week4Inclusion che abbiamo avuto modo di confrontarci con altre realtà che hanno fatto della D&I uno dei propri pilastri. Speriamo di aver fatto passare il messaggio che fare “D&I” non è una moda, costruita solo di buoni intenti e parole altisonanti, ma poco efficaci. Abbiamo fortemente voluto partecipare a questa maratona di un mese in quanto riteniamo che fare rete sia fondamentale per scongiurare il rischio di diventare autoreferenziali e per condividere le “buone pratiche”, soprattutto alla luce del fatto che ci troviamo in un momento storico in cui le aziende rivestono un ruolo nuovo, di sprone e di stimolo per la società, di guida nel dibattito sulle tematiche di stampo sociale. Confrontandoci con le altre realtà è emerso che le aziende, pur con sfumature diverse, si muovono in due direzioni che sono imprescindibili l’una dall’altra: creare una cultura inclusiva e portare avanti iniziative concrete per costruire un ambiente di lavoro sereno e stimolante, in cui ognuno possa portare l’autentico sé, dove tutti si sentano rispettati e abbiano le stesse opportunità di crescita.

In Amazon abbiamo sedici leadership principles: uno dei più recenti ad essere stato introdotto recita: “Vogliamo essere il miglior posto di lavoro per i nostri dipendenti”: è quasi naturale quindi che solidarietà, equità, diversità e inclusività siano per noi pilastri fondanti e debbano essere tangibili a tutti i livelli. Per questo ad esempio abbiamo 13 affinity group (gruppi di affinità) creati e guidati dai nostri dipendenti in cui ci si confronta e si sviluppano iniziative su diverse tematiche di comune interesse, da



Diversity, Equity and
Inclusion Operations
Manager di Amazon



quelle di orientamento sessuale a quelle di etnia, fino alle disabilità o alle differenze di genere. I nostri affinity group accolgono oltre 90.000 dipendenti a livello globale e offrono spunti di riflessione e consigli concreti alla leadership. Le iniziative interne sono moltissime, su vari fronti. Uno è sicuramente quello che riguarda

la parità di genere. Da questo punto di vista abbiamo fatto molto: le donne rappresentano infatti il 53% dei dipendenti nei nostri uffici corporate e del customer service, mentre nella nostra rete logistica sono il 35%,

“
Vogliamo
essere il miglior
posto di lavoro
per i nostri
dipendenti

”

una percentuale superiore rispetto alla media nazionale del settore del trasporto e magazzinaggio pari al 21,8% secondo i dati Istat. Siamo consapevoli che dobbiamo continuare a lavorare su questo fronte e, proprio in un'ottica di miglioramento e di valutazione della bontà delle nostre iniziative, abbiamo intrapreso il percorso per ottenere la certificazione di parità di genere, che nel 2023 è stata conseguita da tutte le nostre linee di business. Questo traguardo dimostra l'impegno che Amazon mette ogni giorno nel garantire una gestione rispettosa della parità di genere a tutti i livelli. Per ottenere la certificazione sono state esaminate molte aree tra cui: pari opportunità di avanzamento di carriera, parità salariale, tutela della genitorialità e cultura inclusiva. Gli auditor hanno sottolineato il grande impegno che l'azienda sta mettendo per creare un ambiente di lavoro inclusivo, prendendo in considerazione una serie di parametri, dalla parità di retribuzione tra generi, alla possibilità per i nostri dipendenti di usufruire delle 6 settimane di congedo parentale (per tutti i tipi di coppie e famiglie) totalmente pagate dall'azienda, fino alle pari opportunità di avanzamento di carriera, facilitate da percorsi di mentoring e crescita professionale. Da azienda tech, affrontiamo l'argomento solo dopo aver analizzato attentamente i numeri, ponendoci traguardi misurabili e con parametri precisi. Definiamo obiettivi puntuali non solo in termini di rappresentanza di genere, ma anche di inclusione della comunità LGBTQIA+, di aumento del livello di accessibilità per persone con disabilità. Riguardo le tematiche LGBTQIA+, oltre alle tante iniziative durante il Pride Month, al supporto all'Arcigay, ai training sul linguaggio, sui pregiudizi, abbiamo lanciato da poco il transgender toolkit: un insieme di linee guida per sostenere i nostri dipendenti che decidano di intraprendere un percorso di transizione di genere, che comprende anche il permesso retribuito dall'azienda per i giorni di assenza dal lavoro legati al processo di transizione. Riguardo alle persone con disabilità, l'anno scorso abbiamo lanciato l'iniziativa per l'inserimento di lavoratori sordi nei nostri centri di distribuzione in Italia: ad oggi ne contiamo più di 110. Speriamo di aver fatto capire, insieme alle altre aziende, che la cultura dell'inclusione deve partire anche dall'ambito lavorativo, perché ciò che uno assorbe, lo porta a casa e nel mondo. ●



NONOSTANTE I PASSI IN AVANTI, LA GENITORIALITÀ E LA CURA SONO ANCORA UN TABÙ PER LE AZIENDE

di SONIA MALASPINA e MARIALAURA AGOSTA*

Quando se ne parla, il discorso verte quasi esclusivamente su tematiche legate ai congedi: cosa dice la legge, quanti giorni spettano, i tempi di rientro, eventuali agevolazioni. Manca una cultura della cura, il riconoscimento di una delle attività più nobili e umane, ma anche una delle più arricchenti per le persone, in grado di allenarle proprio alle competenze richieste dalla complessità del nostro mercato e delle nostre organizzazioni. Per questo con il libro *Il Congedo Originale*, abbiamo deciso di metterci in gioco partendo dalla nostra esperienza per aumentare la consapevolezza della società e contribuire alla creazione di un movimento capace di attuare un cambio culturale, oggi più che mai necessario. Abbiamo portato il nostro messaggio a persone, organizzazioni e aziende e non potevamo che non presentare il nostro percorso anche durante la maratona di 4 settimane dedicata alla diversità, all'equità e all'inclusione, *4 Weeks 4 Inclusion*, che nel 2023 ha visto più di 400 partner alternarsi in una staffetta di webinar ed eventi dedicati alla valorizzazione della DEI.



SONIA MALASPINA
Direttrice Relazioni
Istituzionali, Comunicazione
e Sostenibilità Danone Italia
e Grecia

MARIALAURA AGOSTA
Business Partner & Internal
Communication Manager,
Diversity, Equity, Inclusion
Champion, Danone

Partendo proprio dalla nostra esperienza, con *Il Congedo Originale* abbiamo voluto mettere nero su bianco quello che è stato il nostro per-

corso che ci ha permesso di dimostrare come la genitorialità sia un valore per le aziende. Lo abbiamo fatto attraverso 4 pilastri, che sono i capisaldi delle nostre policy a supporto dei genitori e dei caregiver: culturale, organizzativo, economico e psico-affettivo, che garantiscono il supporto delle nostre persone a 360 gradi.

Il 24 ottobre 2023, durante la giornata di 4W4I dedicata alla genitorialità abbiamo tenuto l'evento *Il potere della cura nelle organizzazioni* e abbiamo raccontato il *Il Congedo Originale* partendo proprio dal nostro percorso in Danone a supporto dei genitori che è iniziato più di 12 anni fa, ed in particolare nel 2011, quando abbiamo lanciato un decalogo di impegni con il nostro brand Mellin, ossia 10 semplici regole che aiutino entrambi i genitori nella fase di accoglienza di un neonato. Sin da subito abbiamo

“
Cambiare
la narrazione
sulla cura,
che è valore
e potenza
”

ritenuto fondamentale rivolgerci ad entrambe le figure, mamme o papà che siano, in quanto pensiamo sia fondamentale che entrambi i genitori debbano spendere un tempo adeguato per la propria famiglia, soprattutto quando si tratta di accogliere e accudire un bambino. Queste 10 regole includono tra le misure principali: ascoltare ogni genitore prima e dopo il congedo; garantire sufficienti giorni di congedo di paternità obbligatori ai neopapà affinché il loro ruolo venga valorizzato e possano essere liberi di stare al fianco dei propri piccoli; inte-

grare dal punto di vista economico e di tempo i congedi rispetto a quanto previsto dalla normativa INPS e assicurare la flessibilità. Da qui siamo passate ad altre iniziative, tanto che Danone Italia è stata un'apripista e la best practice italiana è stata esportata anche all'estero. Questo ci inorgoglisce molto.

Durante l'evento abbiamo poi raccontato come siamo riusciti a creare negli anni una parental policy, una caregiver policy e tantissime pratiche a supporto della Diversità, dell'Equità e dell'Inclusione, le quali ci hanno permesso di raggiungere anche nel 2022 ottimi risultati: in Danone il 100% delle mamme rientra al lavoro dopo il congedo di maternità; il 100% dei nostri papà usufruisce del congedo di Paternità (20 giorni obbligatori); il tasso di natalità interna è positivo: nel 2022 abbiamo un raggiunto un +8%; il 14% delle promozioni è andato a mamme rientrate dal congedo; abbiamo azzerato il pay gap e il tasso di assenteismo si



avvicina allo zero e nel 2023 abbiamo ottenuto la Certificazione di Genere UNI/PDR 125:2022, un altro riconoscimento fondamentale nel nostro percorso.

Come Danone Italia, è stato un piacere e un onore raccontare quello che negli anni ci ha consentito di essere riconosciuti come azienda virtuosa e di aver presentato il libro e il movimento che insieme a *Il Congedo Originale* stiamo creando con l'augurio di cambiare la narrazione sulla cura, che è valore e potenza anche e soprattutto negli ambienti lavorativi e che ci arricchisce tutti, indistintamente, come persone e professionisti. ●



IL GRUPPO FS E IL METODO DELLE 5D: INSIEME PER COMBATTERE LA VIOLENZA DI GENERE

di PAOLA LONGOBARDO*



Responsabile
People Care
FS Italiane

L'80% delle donne in tutto il mondo riferisce di aver subito molestie sessuali nei luoghi pubblici. Un dato allarmante che dimostra quanto questo tipo di abusi sia ancora troppo diffuso. Un dato che evidenzia quanto sia ancora necessario promuovere una cultura del rispetto che inibisca episodi di questo genere.

Un impegno che passa sicuramente dal "sensibilizzare" e "fare cultura", ma che non può prescindere anche dal fornire strumenti e buone pratiche per permettere a chiunque assista a un fenomeno di molestia di poter intervenire in sicurezza e contrastare tali episodi.

Con questo approccio concreto e pratico, il Gruppo FS guidato dall'amministratore delegato Luigi Ferraris, all'interno delle attività realizzate in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, ha realizzato una campagna sociale - con il patrocinio del Ministero dell'Interno - per mettere a disposizione di tutte le persone,

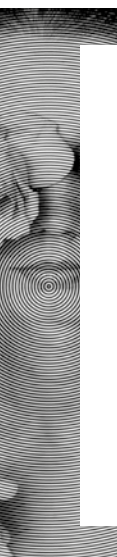
“
Promuovere
una cultura
del rispetto

”



sia all'interno che all'esterno del Gruppo, un video training che abilita, attraverso 5 azioni specifiche, a contribuire concretamente a contrastare le molestie nei luoghi pubblici.

Il nostro investimento per la costruzione di questo progetto deriva da alcune convinzioni profonde. In primo luogo, dato il nostro ruolo nella società e l'impegno che da sempre mettiamo contro la violenza di genere, sentiamo la responsabilità di agire in maniera concreta per l'eliminazione delle molestie. Non è qualcosa che facciamo da soli ma crediamo



“
Sentiamo
la responsabilità
di agire
in maniera
concreta per
l'eliminazione
delle molestie
”

che le comunità che tocchiamo, purché adeguatamente abilitate, possano e debbano ricoprire un ruolo attivo e partecipe, diventando strumenti di un cambiamento positivo. Quando lavoriamo su temi sociali siamo consapevoli che la massima condivisione di prassi e di metodi con imprese e stakeholder sia il modo più efficace per arrivare a tutte e tutti.

Per questo abbiamo diffuso ampiamente il training, presentato in anteprima in occasione di 4 Weeks 4 Inclusion 2023, in tutta Italia attraverso affissioni e media presenti nelle stazioni, a bordo treno, sulle strade, sugli autobus e su molti altri touch-point del Gruppo FS che vede, per

la prima volta, tutti i suoi asset dedicati congiuntamente alla diffusione massiva del modello. Al fianco degli asset FS, la divulgazione nelle principali piazze di Roma, Milano e Torino per abilitare la comunità tutta ad un'azione proattiva e consapevole contro la violenza. Lo abbiamo realizzato con la consulenza scientifica di Right to Be, associazione impegnata da anni nella lotta al fenomeno degli abusi.

Nel caso in cui ci si trovi ad assistere a un episodio di molestia in un luogo pubblico, infatti, è possibile intervenire seguendo un vademecum articolato, come già detto, in cinque azioni specifiche: distrarre, delegare, documentare, dare sostegno, dichiarare.

Per cominciare, si può distrarre chiedendo indicazioni stradali oppure l'ora, facendo cadere accidentalmente qualcosa o semplicemente posi-

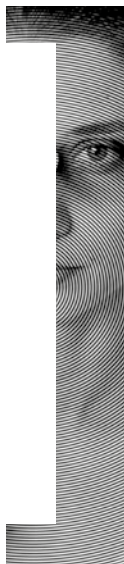
zionandosi accanto alla persona in pericolo. Poi è importante delegare, avvisando qualcuno di ciò che sta accadendo e chiedendo di intervenire: può essere un addetto alla sicurezza ma anche il barista, a seconda della situazione in cui ci si trova. La terza D sta per documentare, ricordando sempre che l'utilizzo di ogni immagine o video deve essere autorizzato dalla persona molestata, l'unica a poter decidere cosa fare del materiale. Poi bisogna dare sostegno in modo empatico, senza mai colpevolizzare la vittima. Infine, come ultima istanza per prevenire una violenza, si può provare a dire qualcosa al molestatore per ammonirlo su ciò che sta facendo. È fondamentale, però, evitare qualsiasi discussione perché l'incolumità di chi interviene e quella di chi è aggredito sono prioritarie.

Alla diffusione del modello 5D si affianca un'ulteriore linea di intervento del Gruppo FS per il contrasto alla violenza contro le donne: a partire dal 25 novembre 2023, FS in collaborazione con Trenitalia ha lanciato il biglietto SOSpeso. Per tutto il 2024 e il 2025 il Gruppo FS, attraverso l'istituzione di un fondo, sostiene le associazioni D.i.R.e. – Donne in rete contro la violenza” e “Differenza Donna” con biglietti del treno gratuiti per viaggiare con Trenitalia su tutto il territorio italiano. Un sostegno alle associazioni per garantire supporto a tutte le donne che hanno subito violenza, ai loro assistenti legali, agli assistenti sociali e a tutti gli operatori e le operatrici coinvolti che hanno spesso la necessità di spostarsi sul territorio nazionale.

Un obiettivo, quello al contrasto alla violenza contro le donne, che deve essere sempre più condiviso e partecipato. Per questo motivo il Gruppo FS è a disposizione di tutte e tutti coloro che vogliono prendere parte a questa iniziativa e divulgare presso un numero maggiore di persone il metodo delle 5D. ●

“
Un obiettivo,
quello al contrasto
alla violenza
contro le donne,
che deve essere
sempre più
condiviso
e partecipato

”



FINCANTIERI VERSO UN AMBIENTE DI LAVORO SEMPRE PIÙ INCLUSIVO CON 4 WEEKS 4 INCLUSION

**Due collaboratori
che vivono una disabilità
hanno raccontato
la loro storia mostrando
l'impegno del Gruppo
Fincantieri per
la valorizzazione
delle diversità**

L'inclusione non è un concetto astratto: è azione, è cultura, è realtà quotidiana. A dimostrarlo è il percorso intrapreso da Fincantieri, che oltre ad essere uno dei leader mondiali della cantieristica navale, vuole essere campione di inclusività. Proprio per

questo, il Gruppo è stato Partner Platinum di 4 Weeks 4 Inclusion, la maratona virtuale che celebra e approfondisce l'importanza della diversità nel mondo del lavoro e oltre, giunta alla sua quarta edizione.

In occasione dell'evento, Fincantieri ha raccontato il modello di diversità, equità e inclusione a cui lavora da anni al fine di generare un cambiamento culturale che abbraccia la diversità in ogni forma: genere, differenze generazionali, multiculturalità e disabilità.

Il racconto è avvenuto attraverso la voce di due collaboratori che vivono una disabilità, Silvia Fornasin e Davide Buda, in un video che racchiude la loro esperienza personale e professionale.

Silvia, buyer nella divisione Navi Mercantili a Trieste, in seguito ad un incidente in moto è costretta in sedia a rotelle, ma dopo lo sconforto iniziale è riuscita a recuperare il desiderio di una vita piena, anche a livello lavorativo. Oltre alla vicinanza della famiglia e degli amici, Silvia ha sottolineato l'importanza dello sport, fondamentale per la riabilitazione sia fisica che psicologica. Per lei "praticare sport vuol dire anche esse-



“
Ultimamente
il diverso va
di moda, ma
a volte viene
strumentalizzato

”

re come tutti gli altri”. Un fattore imprescindibile, anche perché, come ricorda Silvia, “ultimamente il diverso va di moda, ma a volte viene strumentalizzato”. In Fincantieri ha trovato un team di colleghi molto giovane e stimolante e un ambiente di lavoro privo di barriere architettoniche e flessibile, che l'hanno aiutata a ritrovare l'indipendenza e a continuare a coltivare le sue passioni.

Davide, da 23 anni nella Divisione Navi Militari di Fincantieri, è affetto da retinite pigmentosa, una malattia degenerativa che lo ha reso ipovedente all'età di 17 anni. Anche per lui lo sport, specialmente la corsa, ha avuto un ruolo fondamentale, ma tra le sue tante passioni spicca il teatro. Così, ha realizzato ALONE, uno spettacolo teatrale in cui racconta la sua storia per sensibilizzare sul tema dell'ipovisione. Per lui, lavorare in Fincantieri è stato da sempre un grosso obiettivo e si dice orgoglioso di esserci riuscito. Nella sede di Genova ha potuto conoscere tanti colleghi e responsabili, in molti diventati amici, che lo hanno sempre sostenuto. Ci tiene a ricordare che “pur avendo una disabilità sento di fare lo stesso lavoro dei miei colleghi”, e che cerca di essere sempre accogliente e at-

tento alla crescita degli altri membri del team, perché "lavorare vuol dire crescere tutti insieme."

Nella visione di Fincantieri, l'inclusione sul posto di lavoro è un principio fondamentale. Implica accettazione e rispetto delle diversità, delle specifiche necessità di ciascuno ed è uno strumento di crescita personale e di sviluppo individuale. Nell'ultimo anno, il Gruppo ha varato il nuovo contratto integrativo aziendale che mette al centro il tema della conciliazione vita-lavoro, abbracciando anche la dimensione personale dei collaboratori. Sono stati introdotti permessi retribuiti aggiuntivi per l'inserimento dei figli all'asilo nido e alle scuole dell'infanzia, per l'assistenza ai genitori anziani e in caso di gravi patologie personali. Inoltre, Fincantieri investe negli asili nido aziendali e nella stipula di convenzioni con strutture. Da poco è stato inaugurato anche il secondo nido presso il cantiere di Monfalcone, che segue quello di Trieste.

Inclusività vuol dire anche attrattività, specialmente verso i giovani talenti. In quest'ottica, Fincantieri ha introdotto un nuovo modello organizzativo, Work for future, che formula nuovi criteri per lo smartworking, con l'obiettivo di migliorare benessere e clima organizzativo. Ma non finisce qua: il Gruppo ha infatti avviato approfondimenti e confronti partecipativi con le organizzazioni sindacali allo scopo di studiare e individuare ulteriori forme di flessibilità e conciliazione vita-lavoro.

Navigare verso l'inclusività passa dall'individuazione di bias e stereotipi. Fincantieri ha coinvolto tutti i collaboratori in iniziative di formazione per individuare bias e stereotipi. Il Gruppo ha promosso programmi a sostegno della genitorialità, oltre a coaching individuali rivolti a future mamme e neomamme per accompagnarle nel delicato periodo della maternità e del rientro al lavoro. A proposito di parità di genere, Fincantieri ha inoltre aderito ai Women Empowerment Principles del Global Compact delle Nazioni Unite, e articolato un action plan triennale.

Con ogni passo, ogni iniziativa, ogni storia di resilienza e successo, Fincantieri riafferma il suo impegno come faro di un futuro del mondo del lavoro dove tutte le voci trovano ascolto, tutti i talenti sono valorizzati e tutte le differenze sono tessere di un mosaico che rende l'azienda non solo più forte, ma profondamente a misura di essere umano. ●

FINCANTIERI



IMPARA L'ARTE E METTILA A FATTORE COMUNE: UN APPELLO PER L'INCLUSIONE

di ELENA AVOGADRO*

In occasione della 4 Weeks 4 Inclusion 2023 abbiamo scelto di raccontare il nostro impegno nella ricerca e nell'attivazione di esperienze e linguaggi innovativi a sostegno di una cultura che valorizza le differenze e promuove l'equità, dentro e fuori l'azienda.

In particolare, con l'evento dal titolo "L'arte che include: l'esperienza di Intesa Sanpaolo", abbiamo proposto un viaggio attraverso i luoghi e con le persone del nostro Gruppo, per condividere le iniziative con cui, valorizzando l'arte e il nostro patrimonio storico-artistico, favoriamo la cultura dell'inclusione.

Crediamo che l'aspetto culturale abbia un ruolo centrale nella definizione di un contesto, aziendale e sociale, sempre più equo in cui ciascuna persona possa esprimersi autenticamente e la collettività possa beneficiare del valore generato dalla diversità.



Responsabile
Diversity, Equity
& Inclusion
e Gestione
Dirigenti Intesa
Sanpaolo

Perché se l'inclusione è qualcosa che costruiamo insieme e definiamo gradualmente con le nostre azioni, queste azioni possono partire solo da giuste e diffuse consapevolezze.

È importante che ciascun individuo sia consapevole



“

L'arte, esattamente
come l'inclusione,
è un'espressione
umana, è fatta
dalle persone
per le persone

”

del proprio ruolo di facilitatore o, al contrario, di ostacolo, rispetto alla piena partecipazione e al pieno sviluppo di ogni persona in un dato contesto; e perché ci sia questa consapevo-

lezza, è necessario che l'equità diventi valore noto e comune.

Ecco che la condivisione di significati a livello collettivo assume un ruolo cruciale e le sole parole, a nostro parere, non sono sufficienti a produrla: argomenti così valoriali e sensibili non possono essere solo raccontati, vanno sperimentati, meglio se attraverso l'attivazione emotiva.

Abbiamo scelto, quindi, di sensibilizzare all'inclusione anche attraverso l'arte e di attivare dialogo, empatia ed esperienza con visite tematiche, talk, rubriche e sessioni di storytelling a beneficio della popolazione aziendale e oltre, avendo riguardo anche all'accessibilità delle iniziative.

E in occasione della 4W4I abbiamo voluto raccontare "il perché", gli obiettivi di questa scelta: l'arte consente di cogliere l'esperienza particolare della singola persona quale esperienza umana, generando *compassione*, compartecipazione e condivisione di valori. E al contempo contamina linguaggi e contesti, consentendo di stimolare la creatività in ambito lavorativo e nella costruzione di una nuova identità sociale.

Ma quello che ci ha davvero affascinato e sorpreso una volta di più in questo percorso è il "come": come l'arte riesca a produrre questo effetto inclusivo, quali fattori agisca per essere così equa e corale, per consentirci di capire, andare oltre i nostri limiti e condividere valori.

Componenti essenziali sono senz'altro il linguaggio metaforico di cui si avvale, la pluralità e unicità che rappresenta, la funzione di cura e conforto che le si attribuisce da sempre.

Ma non è solo questo a farcela apparire così "nostra" e così vicina.

C'è un elemento molto più pragmatico che comunque ci conquista più di ogni altro e arricchisce anche le nostre consapevolezze e il nostro impegno verso una società più rispettosa e plurale: l'arte, esattamente come l'inclusione, è un'espressione umana, è fatta dalle persone per le persone, dalla loro alleanza e dal loro scambio emotivo, con l'ambizione di raggiungere quei canoni di *ordine superiore* e *compostezza* che tanto possono ispirare anche l'impegno di equità.

Quello artistico, pertanto, è un processo da cui possiamo imparare molto nell'edificazione di ambienti equi e solidali.

Anche nella realizzazione di un contesto pienamente inclusivo, quindi, ancora una volta, come nell'arte, il fattore chiave di riuscita può essere rappresentato dalle persone; sono le persone a poter determinare il cambiamento, meglio se tante e unite, perché una moltitudine dagli intenti condivisi, può superare le difficoltà che incontriamo come singoli individui, può accelerare i processi istituzionali, smuovere altre coscienze e generare impatto sulla società.

Pensiamo che questo processo umano sia già partito con buona spinta: siamo già una comunità di persone che agisce per il bene comune, e lo diciamo da azienda fatta di persone ma anche da componente di una comunità sociale e lavorativa più ampia.

E crediamo che questo moto già avviato possa e debba propagarsi ancora e ancora e intensificarsi fino alla realizzazione di un contesto in cui ciascuna persona possa esprimersi autenticamente e non vi siano elementi escludenti o discriminatori.

Abbiamo chiuso il nostro evento per la 4W4I lanciando uno spunto di riflessione: *"L'arte potrebbe essere un altro modo per fare rete tra aziende sui temi dell'inclusione e provare a immaginare insieme una nuova realtà, senza più etichette"*.

E questo invito a unire le forze lo vogliamo riproporre in ogni contesto. Stringiamoci, facciamo rete, come persone e come aziende, all'insegna dell'equità.

Perché l'inclusione, come l'arte, si nutre di alleanze.

E se come singola azienda abbiamo solo provato a valorizzare l'arte per sensibilizzare ai temi dell'inclusione, insieme riusciremo a realizzare... un'inclusione a regola d'arte. ●



L'ARTE E L'ALTRO. L'INCLUSIONE attraverso la diversità

di TIZIANA MORANDI*

C'è veramente motivo di credere che la diversificazione possa aiutare a conseguire gli obiettivi più pressanti di un'organizzazione, far quadrare i conti, far uscire nuovi prodotti, incrementare il valore sul mercato? La risposta è sì. L'esperienza di Poste Italiane dimostra, giorno dopo giorno, che i team di lavoro, quanto più sono eterogenei, tanto più dimostrano ricchezza di idee e capacità di innovazione. Certo, va messo in conto un piccolo sforzo iniziale di "allineamento" ma proprio questo è il punto discriminante. Perché prima ancora dello sviluppo di piattaforme e di sistemi di comunicazione, ci sono i **valori da condividere, c'è un allineamento sul senso di ciò che facciamo da compiere, un'intesa** che definisce la nostra postura e la nostra bravura nel farlo.

Con il titolo "L'Arte e l'Altro. L'inclusione attraverso la diversità" la visione che Poste Italiane ha presentato alla 4Weeks4Inclusion 2023 riflette proprio sulla forza dell'arte e dell'artista per superare i limiti delle convenzioni ordinarie, **mostrando differenti possibilità di senso**, anche oltre le abituali barriere mentali e fisiche. Di questo abbiamo parlato con Cristiana Capotondi, attrice e imprenditrice culturale, aiutati dalla conduzione come sempre sensibile e attenta di Italiacamp.

Parlando di valori e di senso, l'arte è un luogo esemplare di espressione della diversità. Questa apertura dell'opera d'arte, tuttavia, non è soltanto un'avventura della differenza, un gioco eccentrico. L'arte è paradossalmente una diversità che include. L'unicità dell'opera chiama sempre a un confronto con l'Altro, è un'apertura che chiede di essere compresa e che, al tempo stesso ci comprende. Nella natura inclusiva dei linguaggi artistici, le organizzazioni hanno oggi l'opportunità di sviluppare una cultura della diversità intesa come risorsa di senso, apertura di possibilità, costruzione del dialogo. Questa considerazione ha dato avvio alla nostra rifles-



Responsabile
Risorse Umane
e Organizzazione
Poste Italiane

sione. A differenza di altri contesti sociali, chi vuole avere successo nel mondo dell'arte ha bisogno di distinguersi, di esser diverso, di saper trasferire e render evidente la propria unicità, espressiva e stilistica. Esattamente al contrario di quello che accade nella maggior parte degli altri contesti in cui l'esser diversi, il "non essere omologati" alla maggioranza tende ad essere stigmatizzato come negativo e non apprezzato, a volte punito, a volte perseguitato. Possiamo, quindi, affermare che l'arte è in grado di cambiare completamente, sovvertire il paradigma del successo. Il suggerimento che l'arte sembra offrirci è che ognuno di noi può trovare e dare valore ai propri talenti proprio come fa l'artista. Ciascuno di noi può, verso sé stesso, autorizzarsi il desiderio e la responsabilità di cercare i propri punti di unicità, i propri tratti distintivi e darsi lo spazio per viverli.

Sotto questo aspetto l'arte è oggi qualcosa che non riguarda solo gli "artisti" in senso stretto, ma tutti noi che possiamo attraverso di essa trovare nuovi linguaggi e, quindi, nuovi modi di vivere (bene) insieme.

Qui risiede probabilmente la chiave del successo di una organizzazione: nelle persone, nell'energia, nell'impegno naturalmente, ma soprattutto nelle specialità e specificità di ognuno, **nei talenti** che ognuno di noi possiede; talento che quando è messo nella condizione di manifestarsi, quanto è coltivato dallo sguardo e dell'ascolto, **fa la differenza.**

Poste Italiane è una comunità plurale e diversificata, accomunata da un elemento unico ed importante: l'appartenenza ad un grande gruppo che ha radici e tradizioni antiche e che, allo stesso tempo, possiede un forte senso di futuro.

Se si hanno obiettivi complessi è più probabile che li raggiunga una squadra composta da persone con mix di genere (uomini e donne), mix di età, mix di background culturali, provenienze geografiche diverse, formazione diversa piuttosto che un gruppo omogeneo, più adatto a compiti semplici e ripetitivi. Nei gruppi dove la leadership femminile supera il 20% si osserva un netto incremento dei proventi da innovazione, che si innalzano sopra la media. E da questo punto di vista la nostra è una realtà ancora più virtuosa. Ecco allora la strada: dare voce a tutti, come recita il nostro mantra: "Nessuno resti indietro". Perché la diversità è davvero quella caratteristica che accomuna tutti. ●

Posteitaliane

LA PARITÀ NON PUÒ ASPETTARE. TIM PER IL SUPERAMENTO DEL GENDER GAP

di MARIA ENRICA DANESE*

Ci vorranno altri 132 anni per colmare il divario di genere a livello mondiale, lo afferma il “Global Gender Gap Report 2023” del World Economic Forum. Ma non possiamo certo aspettare così a lungo per costruire una società più equa, giusta e sicura, per tutte e tutti. Dobbiamo agire ora, insieme, per accelerare il cambiamento.

4 Weeks 4 Inclusion 2023 è stata un’occasione preziosa per confrontarci su questi temi, raccontare in che modo TIM vuole generare un impatto, dare il via a nuove collaborazioni.

La parità non può aspettare.

Perché all’Italia che vuole crescere serve il talento, la passione, il coraggio e l’impegno di tutte e tutti. Connettiamoci per superare gli stereotipi, offrire opportunità alle donne e contrastare la violenza di genere.

È questo il manifesto che ci guida nel nostro percorso e descrive la nostra ambizione.

Siamo partiti a luglio 2023 con uno spot che ha visto protagoniste le atlete della **Nazionale di calcio femminile**, un omaggio a tutte le donne che mettono i loro sogni davanti ai pregiudizi e a tutte le persone che con noi vogliono sfidare gli stereotipi e rompere gli schemi.

A settembre abbiamo annunciato la nascita delle **Cabi-**

“
Dobbiamo
agire ora,
insieme, per
accelerare
il cambiamento
”



Direttrice
Corporate
Communication
& Sustainability
del Gruppo TIM



ne Intelligenti, all'interno delle quali sarà disponibile anche un servizio molto specifico: la possibilità per le donne che si trovano in situazioni di rischio di segnalare attraverso un pulsante la loro condizione di difficoltà ed essere assistite.

Ad ottobre, proprio all'interno della 4W4I, abbiamo lanciato **Women Plus**, l'APP che mette in contatto le donne e il mondo del lavoro, sia attraverso la disponibilità di vacancy, sia attraverso strumenti di formazione e di mentorship. Un'iniziativa che nasce dall'esperienza di "Mulheres Positivas", il progetto che TIM ha sostenuto in Brasile con l'imprenditrice Fabi Saad, e che in Italia abbiamo realizzato con Women at Business.

Sempre nel corso della 4W4I, a novembre, abbiamo raggiunto un'altra tappa importante del nostro percorso: **la trasformazione dei negozi TIM in Punti Viola**, rifugi sicuri contro la violenza.

Un'iniziativa realizzata con "**DonneXStrada**", l'associazione no profit che supporta le donne in difficoltà con personale sensibilizzato e istruito per intervenire contro la violenza di genere e per la sicurezza in strada.

Le nostre colleghe e i nostri colleghi addetti alla vendita, **circa 1.000**

persone, sono stati formati da esperti legali e psicologi per comportarsi nel modo più opportuno con vittime (o testimoni) di una molestia e/o violenza, creare una rete di supporto informata e diminuire il rischio di vittimizzazione secondaria.

Le persone in difficoltà possono rivolgersi ad un Punto Viola TIM per richiedere aiuto o soccorso per una minaccia o una violenza appena subita, raccontare situazioni di violenza perpetrata nel tempo in ambito familiare, scolastico, lavorativo, o ancora segnalare la diffusione illecita di immagini o adescamento in rete.

I **Punti Viola di TIM** sono riconoscibili grazie al “**bollino viola**” esposto nei punti vendita, che li qualifica come luoghi di accoglienza, di primo ascolto e di orientamento.

Le nostre iniziative per accelerare il cambiamento proseguono e si moltiplicano per coinvolgere un pubblico sempre più ampio. È così che nasce anche la **nuova campagna di comunicazione istituzionale TIM**, che dall'inizio di dicembre ha attraversato il web e le strade delle principali città italiane. Donne del mondo dello sport e donne del mondo del lavoro (di cui due nostre colleghe) che attraverso numeri precisi e messaggi concreti e diretti, testimoniano la disparità nei diversi contesti sociali, spingendoci a prendere consapevolezza di quali e quanti sono gli ostacoli da superare.

A fine anno, in occasione del tradizionale discorso del Presidente della Repubblica, è andato onair il nostro nuovo spot 'Il Labirinto' firmato dal Premio Oscar Giuseppe Tornatore. Al centro della storia i pregiudizi, gli stereotipi e le differenze di genere che le donne sono costrette ad affrontare ogni giorno: un labirinto di difficoltà da cui sembra impossibile trovare una via di uscita.

Siamo solo all'inizio di un lungo cammino, che percorreremo con convinzione. Unitevi a noi, facciamo la differenza insieme.

Per scoprire di più sul nostro impegno visitate la nostra pagina <https://www.gruppetim.it/it/gruppo/laparitanonpuoaspettare.html>. ●

“

Segnalare
la diffusione
illecita
di immagini
o adescamento
in rete

”

ACCESSIBILITY DAYS ALLA 4 WEEKS 4 INCLUSION

di **FRANCESCA SBIANCHI***

“Non esiste una vera inclusione senza accessibilità”: è questo il mantra che Sauro Cesaretti, Presidente di Accessibility Days APS, ha voluto condividere durante la cerimonia di apertura della 4 Weeks 4 Inclusion, portando all’attenzione un tema che troppo spesso sfugge anche a persone che si occupano con passione di diversità e inclusione, ma non hanno esperienza con il mondo della disabilità, molto più ampio di quello che si potrebbe immaginare, che coinvolge non solo persone con disabilità permanenti, ma può riguardare veramente tutti noi, ad esempio per situazioni temporanee a seguito di incidenti o interventi chirurgici, o con il semplice trascorrere degli anni, con tutte quelle difficoltà legate alla vista e all’udito che possono iniziare a insorgere già dopo i 40-50 anni, quando ancora si è nel pieno dell’attività lavorativa.

Lo scorso 3 novembre, nel quadro della 4W4I, Accessibility Days ho avuto l’opportunità di proporre un palinsesto ricco di interventi con lo scopo di sensibilizzare sul tema dell’accessibilità digitale.

In particolare, si è voluto fornire un contributo con dei contenuti di taglio molto pratico, riportando le esperienze di realtà istituzionali e aziendali che da anni si impegnano nella direzione della “vera” accessibilità, con lo scopo di raggiungere una maggior inclusione partendo da una progettazione consapevole di contenuti, prodotti e servizi digitali.


Vice Presidente
Accessibility
Days

“

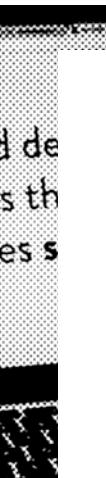
Un focus
sul valore
e l'impatto
economico
e sociale
dell'accessibilità
per un contesto
aziendale

”



Con l'aggettivo “vera” si intende sottolineare il percorso secondo le “best practices”, le buone pratiche regolate da standard come le WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) del W3C (World Wide Web Consortium), in contrapposizione a facili ed illusorie scorciatoie che potrebbero essere intraprese, soprattutto in questo periodo dominato dall'Intelligenza Artificiale, ma che in realtà non portano a soluzioni realmente efficaci per rendere effettivamente accessibili i siti, le app o i contenuti digitali che si devono realizzare.

La serie di interventi ha avuto inizio con un focus sul valore e l'impatto



“

Una progettazione ed uno sviluppo consapevole possono fare la differenza per raggiungere una vera inclusione

”

economico e sociale dell'accessibilità per un contesto aziendale, per poi approfondire il tema dei documenti digitali (come i Pdf), strumenti più che mai importanti per le aziende e le istituzioni.

Nella seconda parte della mattinata l'attenzione è stata rivolta agli aspetti dell'accessibilità per la comunicazione, con una tavola rotonda organizzata da Proxima Spa, azienda sostenitrice dell'evento insieme a UsableNet Inc., la quale ha curato l'intervento successivo fornendo una panoramica approfondita sulle strategie per creare un programma sostenibile per

l'accessibilità in ambito aziendale.

La sessione conclusiva è stata dedicata alle modalità e alle strategie per la verifica di accessibilità di prodotti ed applicazioni.

L'opportunità per Accessibility Days di poter prendere parte ad una maratona così importante, che vede coinvolte le aziende di spicco nel panorama internazionale, ha un valore inestimabile, perché mette l'associazione nelle condizioni di poter raggiungere l'obiettivo da sempre ambito di sensibilizzare sull'accessibilità e fornire strumenti pratici e concreti a realtà che con una progettazione ed uno sviluppo consapevole possono fare la differenza per raggiungere una vera inclusione di tutte le persone nella società. ●



INTERVISTA a



Alessandra Miata
Head of CSR
di Capgemini Italia

Complimenti per la nomination alla 4 Weeks 4 Inclusion! Perché hai deciso di partecipare alla 4W4I?

La 4W4I offre una piattaforma per ampliare il nostro impatto sociale e rappresenta un'opportunità unica per connetterci con altre aziende che condividono il nostro impegno per la diversità e l'inclusione, scambiare best practice e contribuire collettivamente a creare un contesto lavorativo e una società più inclusiva e rispettosa di tutte le forme di diversity.

Ci racconteresti l'evento che hai organizzato?

Durante l'evento "Non chiedermi, non ne parlo: perché, quando e come parlare di disabilità" abbiamo ospitato Luisa Ceola, atleta paralimpica di golf, che ha condiviso la sua esperienza di come vive la disabilità invisibile, dimostrando quanto sia importante superare le barriere della comunicazione e promuovere un dialogo aperto su questo tema. L'evento è stato moderato da Vincenzo Falabella, Consigliere CNEL e Presidente della onlus FISH.

Quale obiettivo volevi raggiungere con il tuo evento?

Avevamo un obiettivo duplice: gettare luce sulla complessità della disabilità invisibile, offrendo uno spazio dove chi vive quotidianamente questa esperienza potesse condividere le proprie sfide, e sensibilizzare il pubblico su un tema trascurato o non sufficientemente compreso.

Credi ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Assolutamente. L'inclusione è al centro della nostra mission aziendale e continueremo a impegnarci attivamente per garantire un

ambiente che rifletta e rispetti la diversità della società odierna.

Scrivi il tuo appello sul tema.

Le organizzazioni aziendali devono dare un esempio virtuoso per un cambio di passo nel modo in cui affrontiamo temi come l'integrazione e la loro narrazione. Il sostegno ai valori diversità e inclusione costituisce un elemento chiave per le nostre persone che si riconoscono nei valori espressi da tale impegno.

Come si impegna la tua organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

In Capgemini ci impegniamo in varie iniziative su questi temi: abbiamo incoraggiato la nascita dell'Employee Network Group "Ca-pAbility" che svolge un ruolo chiave nell'inclusione delle persone con disabilità. Abbiamo inoltre adottato la procedura aziendale

“
Gettare
luce sulla
complessità
della disabilità
invisibile
”



interna “Gestione della disabilità e accomodamenti ragionevoli” per migliorare la qualità della vita delle persone con disabilità in azienda, in virtù della quale abbiamo anche vinto il Premio DNA (Difference IN Addition), riconosciuto dall’Unar e patrocinato dalla Regione Lazio.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell’inclusione?

Fare rete su temi di diversità e inclusione consente di avere più forza nel far sentire la propria voce. L’unione di aziende, associazioni e università crea un fronte comune, un coro che amplifica il messaggio di accettazione, rispetto e uguaglianza.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci daresti la tua visione su questi concetti?

A mio avviso tutti questi concetti ruotano intorno ad un elemento chiave: solo potendo essere pienamente se stessi anche nel mondo dal lavoro, è possibile dare quel contributo di innovazione e coinvolgimento che è necessario per il successo delle persone e delle organizzazioni.

Raccontaci la tua esperienza alla 4W4I.

La 4W4I ha rappresentato per noi non solo un modo per raccontare il nostro impegno, ma anche un terreno fertile per apprendere esperienze di altri partecipanti.

Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all’interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

Disporre di un organico diversificato che rappresenta la società odierna e promuovere una cultura inclusiva costituiscono le fondamenta per creare un luogo in cui le nostre persone possono crescere in armonia e generare soluzioni innovative per i nostri clienti. Collaboriamo inoltre con le nostre persone per assicurarci che ciascuno disponga delle opportunità di cui ha bisogno, che vengano eliminati i pregiudizi sul posto di lavoro e che ogni manager abbia le competenze necessarie per essere davvero leader di inclusione. ●

INTERVISTA a



Federica Di Michele
Direttrice People
& Culture di Coca-Cola
HBC Italia

Complimenti per la nomination alla 4W4! Perché hai deciso di partecipare alla 4W4?

4W4 è stata l'occasione per raccontare i valori e le iniziative in ambito DE&I che orgogliosamente portiamo avanti da sempre come Coca-Cola HBC Italia, e quelli che abbiamo in programma per il futuro. Inclusionione, equità e diversità sono infatti elementi fondanti della nostra cultura aziendale, che si riflettono nel nostro modo di fare impresa, nelle iniziative che promuoviamo sul territorio e nelle dinamiche interne al nostro lavoro quotidiano.

Ci racconteresti l'evento che hai organizzato?

Siamo partiti dalle pubblicità storiche e più iconiche di The Coca-Cola Company quando, fin dai primissimi anni '50, si è fortemente schierata dalla parte delle minoranze, portandole - con coraggio - al centro delle proprie comunicazioni, contribuendo così alle evoluzioni sociali più radicali degli ultimi decenni. Inoltre abbiamo raccontato le modalità con cui, come Coca-Cola HBC Italia, siamo oggi attivi in tutto il Paese, proponendo in primis ai nostri colleghi attività di aggiornamento e sensibilizzazione sui temi DE&I e supportando anche iniziative e progetti locali al fianco delle associazioni del territorio. A questo proposito, sono intervenuti anche Antonello Sannino, del comitato Napoli Pride e Presidente Comitato Antinoo Arcigay di Napoli e Pasquale Quaranta, giornalista del Gruppo GEDI e diversity editor de *La Stampa*, rappresentanti di due realtà con cui da tempo collaboriamo per promuovere l'inclusione LGBTQIA+ nei territori in cui siamo presenti.



Quale obiettivo volevi raggiungere con il tuo evento?

Credo che portare testimonianza ciò che facciamo, ciò che abbiamo fatto e soprattutto ciò che abbiamo in programma di fare sia un modo per alimentare la sensibilità collettiva del pubblico, dei partner, delle aziende e dei nostri stessi colleghi. Crediamo in questi valori e vogliamo farcene autentici portabandiera nel cambiamento culturale.

Credi ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Non sarà mai fatto abbastanza lavoro su questi temi, credo. La cronaca nazionale più recente ci ricorda amaramente quanto ci sia ancora molto, molto da fare non solo nel mondo lavorativo ma anche nella società. Noi vogliamo continuare ad essere in prima linea, e abbiamo già pianificato tante nuove iniziative per il 2024, come l'inserimento di moduli di formazione e aggiornamento lungo tutto il percorso di crescita delle nostre persone o progetti per abbattere i pregiudizi legati all'età e valorizzare le competenze dei colleghi che da decenni lavorano per Coca-Cola HBC Italia.

“

Un ambiente di lavoro inclusivo in cui davvero siano valorizzati talento e professionalità

”

Scrivi il tuo appello sul tema.

Mi piacerebbe se tutti riuscissimo a farci ambasciatori e ambasciatrici di questi valori. Che raccontassimo con orgoglio i passi avanti e i successi che stiamo mano a mano facendo nella creazione di un ambiente di lavoro inclusivo in cui davvero siano valorizzati talento e professionalità. Per questo credo che anche grazie ad iniziative come la 4W4I si debba continuare a fare sensibilizzazione e testimonianza.

“

Includendo
con equità
e riconoscendo
la diversità altrui,
possiamo trovare
un autentico
arricchimento
per noi stessi

”

Come si impegna la tua organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

L'inclusione e l'equità sono due delle declinazioni di "Agiamo sostenibilmente", uno dei 4 valori su cui si basa il nostro modello di leadership. Li abbiamo resi pilastri centrali della nostra strategia People & Culture 2024 con una serie di iniziative che saranno introdotte nel corso del 2024 per continuare promuovere internamente una cultura inclusiva e quanto più possibile priva di pregiudizi. Abbiamo già raccolto i primi risultati: nel 2022 abbiamo registrato il 45% delle posizioni dirigenziali e 39% dei livelli quadro ricoperto da

donne, ben al di sopra della media nazionale di 18% e 31%.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione?

Condividere un valore, mettendo a disposizione le proprie esperienze, i progetti e i risultati, credo possa aiutarci a raggiungere più concretamente questo obiettivo comune.

Da anni collaboriamo con le associazioni dei territori in cui siamo presenti con i nostri stabilimenti per promuovere iniziative di inclusione. Siamo da anni convinti partner delle associazioni LGBTQIA+ di Milano, Napoli, Padova e Torino, sostenendone i progetti e le iniziative locali. A livello nazionale siamo partner e volontari di Special Olympics, un'associazione che promuove lo sport inclusivo per le persone con disabilità intellettive e, con il nostro progetto "Girls in STEM", mettiamo a disposizione masterclass per incoraggiare l'accesso delle giovani studentesse alle materie STEM.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci daresti la tua visione su questi concetti?

Risorse preziose, senza dubbio, e opportunità di progresso collettivo. Solamente includendo con equità e riconoscendo la diversità altrui, possiamo trovare un autentico arricchimento per noi stessi, sia come professionisti, che come persone. Condividiamo questi valori con tutte le nostre persone, per poi muoverci gradualmente verso le comunità in cui operiamo e i pubblici esterni per portare, insieme, una nuova consapevolezza della diversità.

Raccontaci la tua esperienza alla 4W4I.

Un'esperienza fantastica, senza dubbio. Ho sempre seguito da spettatrice la 4W4I e trovarmi sul palco è stata un'importante occasione per raccontare ciò che facciamo e in cosa crediamo come Coca-Cola HBC Italia. Vorrei ringraziare anche gli altri ospiti del panel, Antonello Sannino, del comitato Napoli Pride e Presidente Comitato Antinoo Arcigay di Napoli, Pasquale Quaranta, giornalista del Gruppo GEDI e diversity editor de La Stampa, e il collega Moreno Iachini, oltre che al moderatore Andrea Notarnicola, per il prezioso confronto.

Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all'interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

Come Coca-Cola HBC Italia crediamo e lavoriamo nella sostenibilità nella sua triplice accezione di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Siamo partner storici da oltre 15 anni di Banco Alimentare contro gli sprechi: solo nel 2022 abbiamo donato 650.000 pasti e raccolto 62.000 euro tramite le attività di volontariato e beneficenza dei nostri colleghi. È stato un successo anche il nostro progetto #YouthEmpowered, che accompagna i giovani tra i 16 e i 30 anni nel passaggio dal mondo della scuola al mercato del lavoro offrendo moduli di formazione di Life e Business Skill, per aiutarli a individuare e rafforzare le loro potenzialità. Il progetto è attivo ormai da anni, e solo nel 2022 abbiamo formato più di 62.500 giovani ragazzi e ragazze. ●



**Coca-Cola HBC
Italia**

La COMUNITÀ DELLE PERSONE CON DISABILITÀ NON È ANCORA GIUSTAMENTE RAPPRESENTATA E MOLTI SONO I DIRITTI CHE CI VENGONO NEGATI

di CARMELO COMISI*

Il Disability Pride Network ha deciso di partecipare alla 4 Weeks 4 Inclusion per far conoscere le attività che organizza alle importanti aziende che prendono parte all'evento e che sembra vogliano investire in azioni concrete per contribuire alla creazione di una società più inclusiva e rispettosa dei diritti di tutti. A tal proposito abbiamo raccontato per mezzo di un documentario la nostra storia, che dall'organizzazione di un festival itinerante in provincia di Ragusa, nel 2015, ci ha portati alla realizzazione di molte iniziative nelle più importanti città d'Italia.

Abbiamo deciso di presentare alla 4W4I un video racconto delle nostre attività perché riteniamo sia la maniera più veloce ed efficace per rappresentarci, con l'obiettivo suscitare interesse negli altri partecipanti e siglare delle partnership, grazie alle quali continuare a far crescere i nostri eventi.

Portare all'attenzione del pubblico dibattito il mondo delle persone con disabilità è assolutamente necessario soprattutto perché attualmente la comunità delle persone con disabilità non è ancora giustamente rappresentata e molti sono i diritti che ci vengono negati.

A quanto pare c'è bisogno che si protesti, si scenda in strada, si faccia "massa critica" per rivendicare tutti quei



Coordinatore
del Disability Pride
Network



diritti che sulla carta ci appartengono ma ancora non risultano esigibili. Diverse sono le iniziative che il network del Disability Pride ha organizzato in questi anni, ad ogni modo i cortei che organizziamo in diverse città per rivendicare il basilare diritto delle persone con disabilità ad essere incluse nella società, sono il tratto distintivo che ci caratterizza. Grazie a questi cortei i Disability Pride aggregano singoli individui e organizzazioni che si battono per i diritti delle persone con disabilità, questa unione è la nostra forza, sebbene la strada da fare sia ancora tanta.

Oltre al reale ottenimento di tutti quei diritti che ci vengono quotidianamente negati, quello che ci proponiamo è una vera e propria rivoluzione culturale che riesca finalmente a normalizzare il variegato mondo delle persone con disabilità, finora rappresentate dal mainstream dalla dicotomia "super eroe sportivo"/"caso umano". Questo processo, pur partendo dalle persone con disabilità, ha bisogno del coinvolgimento dell'intera società per affermarsi, quindi c'è bisogno di lavorare in maniera intersezionale con tutti quegli ambiti che credono in questo cambiamento per cui le differenze rappresentano un'opportunità e vanno valorizzate, piuttosto che emarginate.

Dal mio punto di vista Inclusione e Uguaglianza sono importanti concetti

che hanno bisogno di strumenti, risorse e impegno, per essere messi in pratica. Diversità e Unicità sono invece caratteristiche biologiche di ogni essere vivente, quindi qualcosa di ineluttabile, e dal modo in cui ci si rapporta con loro si determina il carattere di una società.

Questo è stato il primo anno in cui il Disability Pride Network ha partecipato alla 4W4I e siamo stati premiati dagli organizzatori per il miglior contributo per quanto riguarda l'ambito della disabilità, che abbiamo

“ Portare le tematiche relative al mondo delle persone con disabilità all'attenzione della pubblica opinione ”

saputo essere stato trattato quest'anno per la prima volta in questa iniziativa. Non abbiamo però partecipato ad altri eventi se non alla serata conclusiva, dove quel poco che abbiamo visto sul tema della disabilità pensiamo possa essere (insieme all'accessibilità della location) decisamente migliorato.

Il Disability Pride Network è una rete informale che superando le distinzioni per patologia, tuttora presenti all'interno dell'attivismo disabile, lavora in maniera intersezionale per portare le tematiche relative al mondo delle persone con disabilità all'attenzione della pubblica opinione, proponendo un nuovo modo di vivere e vedere la disabilità. Per farlo collabora con tutte le organizzazioni che si occupano di identità marginalizzate, a cominciare dalla comunità LGBTQ+, perché un mondo davvero inclusivo non può e non deve lasciare indietro nessuno. ●

**DISABILITY
PRIDE
NETWORK**

INTERVISTA a



Team EDGE A+I Algoritmi+Inclusivi

Mario Di Carlo

Alessandra Galli

Damiano Terziotti

Complimenti per la nomination alla 4 Weeks 4 Inclusion!

Perché hai deciso di partecipare alla 4W4I?

Negli anni la 4W4I è diventato l'evento dedicato ai temi della Diversity più inclusivo e ricco di interventi e contenuti che abbiamo in Italia. La nostra associazione EDGE LGBTI+ Leaders for change non poteva non esserci!

Ci racconteresti l'evento che hai organizzato?

EDGE ha partecipato alla 4W4I 2023 il 7 novembre scorso con l'undicesimo webinar #TalkLive fAIrness Algoritmi più inclusivi, del ciclo di incontri *Caffè Artificiali A+I Algoritmi+Inclusivi* by EDGE. Speakers di eccezione Gianclaudio Malgieri, Associate professor of Law & Technology della Leiden University e Roberto Trasarti Researcher, Knowledge Discovery and Data Mining (KDD) dell'ISTI.

Il webinar #TalkLive fAIrness Algoritmi più inclusivi è stato nominato in due categorie: miglior evento a contenuto di approfondimento scientifico e miglior evento LGBTQIA+.

Per approfondimenti sul Programma A+I Algoritmi+inclusivi: <https://www.edge-glbtt.it/ai-algoritmi-inclusivi/>

Quale obiettivo volevi raggiungere con il tuo evento?

Volevamo allargare la platea da sensibilizzare su questi argomenti, molto tecnici ma molto importanti.

Credi ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Riteniamo sia necessario continuare ad approfondire questi temi. Parlamento e Commissione Europea proprio in questi mesi stanno discutendo l'AI Act, la prima importante regolamentazione al mondo del complesso sistema dell'intelligenza artificiale e di tutti i suoi riflessi, non solo

economici e giuridici ma anche etici e sociali, al fine di garantire le migliori condizioni per lo sviluppo e l'uso di questa innovativa tecnologia. Pensiamo che l'accordo politico per l'approvazione dell'AI Act dell'Unione Europea raggiunto all'inizio di questo dicembre tra Stati Membri, Commissione e Parlamento Europeo segni un momento fondamentale della tutela dei diritti umani e l'applicazione del principio di non discriminazione in Europa, nell'evoluzione e dispiegamento dell'intelligenza artificiale. Potremo comprendere le scelte compiute su molti elementi rilevanti solo una volta pubblicato il testo dell'accordo. Grazie all'ampio dibattito fra co-legislatori, tecnici, imprese e società civile sono stati confermati gli elementi essenziali per la protezione dei diritti fondamentali, come i divieti sugli usi inaccettabili dell'intelligenza artificiale e l'obbligo di valutazione di impatto sui diritti fondamentali per gli usi ad alto rischio.

Scrivi il tuo appello sul tema.

Intelligenza artificiale e machine learning rappresentano forse lo sviluppo tecnologico più interessante dei nostri giorni, con enormi potenzialità in molteplici campi. Allo stesso tempo pongono nuove sfide etiche da affrontare. Dal punto di vista dell'inclusione e del contrasto alle discriminazioni ci sono grandi rischi ma anche nuovi strumenti e nuove opportunità di azione.

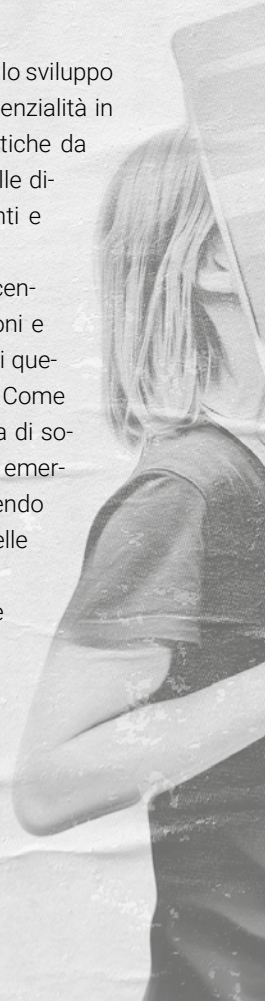
Il tema è molto presente nel dibattito internazionale e si sta facendo strada in Italia, dove sono sempre più frequenti discussioni e ricerche tese a esplorare il potenziale di uno sviluppo "sano" di queste tecnologie, senza trascurare i pericoli che portano con sé. Come EDGE desideriamo contribuire, in particolar modo, alla ricerca di soluzioni tecniche e istituzionali, per superare i limiti che stanno emergendo o che potrebbero emergere nel medio periodo, assumendo come "lente d'ingrandimento" i potenziali *bias* nei confronti delle persone LGBTQIA+.

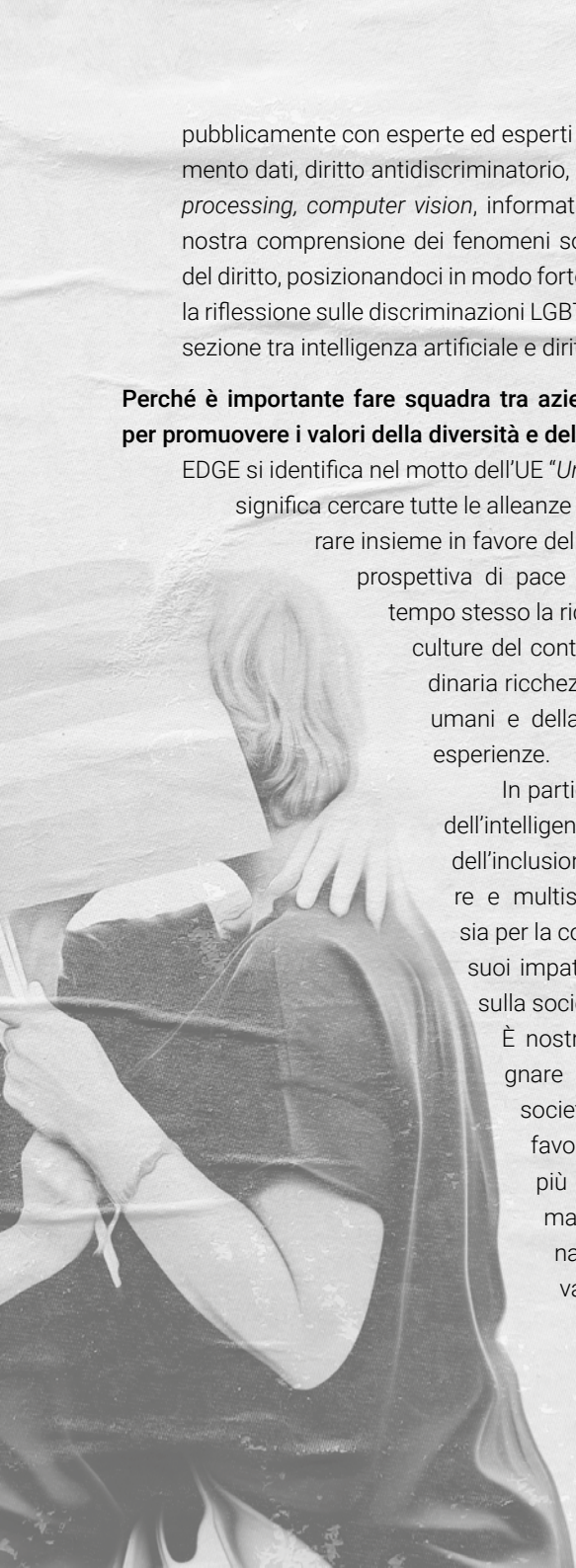
È per noi saliente evidenziare rischi e opportunità specifici e studiare soluzioni poi declinabili su tutte le discriminazioni.

Come si impegna la tua organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

Riportando al centro l'essere umano che sta progettando la "macchina", con i propri bisogni e i propri obiettivi, personali, sociali ed etici.

Quest'anno, da aprile scorso, ci si è confrontate e confrontati





pubblicamente con esperte ed esperti di diritto costituzionale, trattamento dati, diritto antidiscriminatorio, *data science*, *natural language processing*, *computer vision*, informatica, eccetera, per arricchire la nostra comprensione dei fenomeni sotto il profilo regolamentare e del diritto, posizionandoci in modo fortemente distintivo non solo nella riflessione sulle discriminazioni LGBTQIA+ ma, in generale, all'intersezione tra intelligenza artificiale e diritto.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione.

EDGE si identifica nel motto dell'UE "*Uniti nella diversità*": per noi oggi significa cercare tutte le alleanze possibili nella società per operare insieme in favore dell'inclusione e dell'equità in una prospettiva di pace e prosperità, mantenendo al tempo stesso la ricchezza non solo delle diverse culture del continente ma anche della straordinaria ricchezza delle diversità tra gli esseri umani e della intersezionalità delle nostre esperienze.

In particolare, nell'affrontare le novità dell'intelligenza artificiale nella prospettiva dell'inclusione l'approccio multidisciplinare e multistakeholder è imprescindibile, sia per la complessità del fenomeno e dei suoi impatti, sia per la rilevanza che ha sulla società ad ogni livello.

È nostra la responsabilità di consegnare alle generazioni future una società più inclusiva e sostenibile, favorendo un'interazione sempre più sciente tra essere umano e macchina, grazie a una governance etica degli algoritmi che va costruita sin da oggi. ●

COSTRUIAMO INSIEME IL NOSTRO FUTURO: EQUONOMICS ALLA 4WS4 PER UN MONDO AZIENDALE INCLUSIVO ED EQUO

di AZZURRA RINALDI*

Nel tessuto intricato della nostra società, i ponti non sono solo connessioni fisiche, ma viaggi di consapevolezza che attraversano le barriere. Equonomics ha scelto di partecipare alla 4 Weeks 4 Inclusion organizzata da TIM, perché riconosce che solo tessendo legami solidi insieme possiamo inaugurare una trasformazione culturale necessaria. Una trasformazione culturale che non può più aspettare. Creare un ponte è importante come costruire legami basati sulla consapevolezza e noi abbiamo scelto di affrontare questa sfida attraverso l'analisi dei dati e traendo vantaggio dai mezzi di comunicazione moderna.

Il **91% della popolazione mondiale**, stando ai dati pubblicati dallo UNDP (United Nations Development Programme) nel Report Gender Social Norms Index del 2023, agisce secondo stereotipi. I pregiudizi orientano

le nostre azioni, fuori e dentro il posto di lavoro più di quanto non siamo disposti ad ammettere. Non a caso, nella stessa ricerca, che peraltro copre l'85% della popolazione mondiale, emerge che secondo il **46%** delle persone, gli uomini avrebbero più diritto di trovare un lavoro rispetto alle donne. Ecco lo stereotipo in azione: il patriarcato richiede agli uomini di fungere da bancomat e alle donne di svolgere il ruolo di fattrici. Non sorpren-



Co-Founder
Equonomics e
Direttrice della
School of Gender
Economics presso
l'Università degli
Studi di Roma
Unitelma Sapienza



de quindi che si ritenga che per un uomo sia più importante lavorare e guadagnare. Questo non è neppure il dato peggiore: basti pensare che solo per il **27%** della popolazione mondiale, per la democrazia è fondamentale che le donne abbiano gli stessi diritti degli uomini. Gli stereotipi non sono isolati nei nostri sistemi valoriali, ma sono tangibili. Nel mondo, proprio a causa degli stereotipi, circa 2,4 miliardi di donne in età lavorativa non possono godere delle stesse opportunità economiche che

hanno gli uomini. Ancora, in ben **178 Paesi** (secondo il Report Women, Business and the Law 2022 pubblicato dalla Banca Mondiale), vigono **barriere legali** che impediscono formalmente alle donne di partecipare a pieno diritto alla vita economica. Secondo il Global Gender Gap Report 2023 del World Economic Forum, nel mondo le donne guadagnano ancora 77 centesimi per ogni dollaro guadagnato dagli uomini. Di questo passo, ci vorranno **257 anni** perché le donne possano raggiungere la parità salariale.

Lo stereotipo agisce su chi sceglie quale lavoro affidare e va a finire che la causa milionaria si affida all'avvocato e la lite di condominio, invece, all'avvocata. Lo stereotipo si fa poi ancora più insistente quando le donne diventano madri, perché, da quel momento in poi, si ritiene socialmente adeguato che quello diventi il loro ruolo prioritario. Da cui discende il fatto che una donna su tre lasci il lavoro dopo il primo figlio o che siano costrette a richiedere il part-time per prendersi cura gratuitamente di tutti. E dopo 15 anni dalla nascita dei figli, a parità di età, di retribuzione iniziale e di preparazione, la retribuzione annua di una donna con figli è circa la metà di quella di una donna senza figli. Tutto questo ci chiama alla responsabilità di una trasformazione culturale, su tre piani: istituzionale, aziendale e individuale.

Nel cuore della missione di Equonomics risplende la visione di un mondo aziendale e non solo, in cui l'inclusione, l'equità, la parità di genere e la valorizzazione delle unicità costituiscano l'anima pulsante di ogni iniziativa. Ogni giorno, ci impegniamo instancabilmente affinché aziende, istituzioni e individui compiano un viaggio di consapevolezza. Favoriamo, con i nostri corsi, la creazione di **empowerment**, insieme allo sviluppo della Leadership femminile e alla valorizzazione dei **talenti** della comunità **LGBTQIA+**. Guidate dalla passione, ci impegniamo nella creazione di una contro-narrazione che sfidi le convenzioni e apra nuove strade verso un futuro diverso dal presente. In questo viaggio, non vogliamo essere sole, abbiamo bisogno di persone che credano fermamente che questa trasformazione sia non solo auspicabile ma anche possibile. ●

equonomics

INTERVISTA a



Elisa Mereghetti
Producer/ Director
at ETHNOS

Complimenti per la nomination alla 4 Weeks 4 Inclusion! Perché avete deciso di partecipare alla 4W4I?

Il progetto che abbiamo proposto a 4W4I è un film documentario, *5 nanomoli, il sogno olimpico di una donna trans*. Abbiamo deciso di partecipare perché le tematiche affrontate nel nostro film sono perfettamente in linea con la mission e gli obiettivi di 4W4I e perché non potevamo non essere presenti in un evento di questa portata.

Ci racconteresti il vostro film?

Certo. Il nostro film racconta la storia di Valentina Petrillo, la prima atleta transgender ad indossare la maglia della nazionale italiana in una competizione internazionale. Valentina, che soffre della Sindrome di Stargardt, una malattia genetica alla vista, è un'atleta paralimpica. La sua storia di persona transgender e disabile, che in Italia è stata la prima a gareggiare nella sua categoria di elezione, quella femminile, ha fatto da apripista: oggi la questione della partecipazione delle persone transgender nello sport è oggetto di dibattito pubblico, grazie anche alla battaglia personale di Valentina documentata nel film. Per 4W4I abbiamo proposto una proiezione speciale "una tantum" del documentario. Nella versione *on demand* mostriamo alcuni spezzoni del film accompagnati da una conversazione a tutto campo con Valentina Petrillo e Christian Leonardo Cristalli, responsabile nazionale delle politiche trans di Arcigay.

Quale obiettivo volevate raggiungere con il film?

In primis volevamo creare consapevolezza sul tema della partecipazione delle persone trans nelle competizioni sportive di alto

livello, un argomento di cui si parla ancora poco. Volevamo anche approfondire altre tematiche, quali l'inclusione delle persone trans in ambito lavorativo, l'intersezionalità tra l'essere transgender e l'essere disabile, il tema dell'hate speech, la narrazione mediatica sulle persone transgender, e tanti altri temi importanti legati alla nostra storia.

Credi ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Credo che il lavoro sia solo all'inizio, siamo di fronte ad una grande trasformazione sociale che richiederà molto tempo.

Scrivi il tuo appello sul tema.

L'appello non può che essere: informazione, ascolto, disponibilità a mettersi in gioco.

Come si impegna la tua organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

Siamo una società di produzione di documentari, da sempre impegnata sul sociale. Pensiamo che il nostro lavoro possa essere utile per raggiungere il grande pubblico, attraverso l'informazione ma anche il coinvolgimento emotivo. È per questo che abbiamo lanciato la *5 nanomoli Impact Campaign*, la prima campagna di impatto in Italia basata su un documentario: una serie di iniziati-



ve volte a creare consapevolezza e informazione sui valori dell'inclusività, dell'accessibilità, del diritto allo sport, e una maggiore conoscenza delle persone transgender e del mondo paralimpico.

«
Il vero delitto
è l'ignoranza
»

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione?

Perché solo così è possibile raggiungere una massa critica che può incidere veramente sulla consapevolezza collettiva. Sappiamo quanto il pregiudizio sulle persone transgender sia radicato nella nostra società. Come diceva lo scrittore afroamericano James Baldwin "Il vero delitto è l'ignoranza". Si tratta di conoscere per comprendere, e le sinergie tra diversi soggetti sono fondamentali per ampliare il discorso su questi temi.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci daresti la tua visione su questi concetti?

Sono concetti apparentemente elementari che puntano a obiettivi complessi, che non possono essere raggiunti senza una visione di insieme, un cambio di paradigma radicale.

Raccontaci la tua esperienza alla 4W4I.

Ho molto apprezzato il percorso collettivo di avvicinamento all'evento. Trovo che i contenuti proposti dalle tante aziende partecipanti siano di grande valore e interesse, e mi auguro che si possa mantenere alta l'attenzione anche nel corso dell'anno.

Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all'interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

Ognuno di noi ha una responsabilità per creare un mondo migliore, più equo e più giusto. Nel nostro piccolo, con il nostro lavoro sulla comunicazione, cerchiamo di fare la nostra parte. ●



GLOBAL INCLUSION 2023: LIBERTÀ È PARTECIPAZIONE

di ANDREA NOTARNICOLA*

Quale democrazia lasceremo alle prossime generazioni? A inizio anno sulle colonne del *Sole 24 Ore* ci eravamo chiesti se per le imprese non fosse arrivato il tempo di impegnarsi su una nuova categoria di sostenibilità, quella democratica, cioè sulla piena difesa e promozione della democrazia, in un mondo dove essa regredisce a favore di regimi autoritari o ibridi ed è indebolita dalla scarsa partecipazione della cittadinanza alla vita pubblica. A questa domanda ha risposto l'assemblea di Confindustria di settembre. Per le oltre 150.000 aziende rappresentate la democrazia è la preconditione per costruire il futuro sostenibile e la Costituzione è la stella polare delle imprese: "Senza democrazia", ha dichiarato il presidente Carlo Bonomi, "non possono esserci né mercato né impresa, né lavoro né progresso economico e sociale. Le industrie devono essere fabbriche di coesione sociale, libertà, diritti e democrazia". Il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella nel primo discorso di un capo dello Stato intervenuto a quell'assemblea ha sottolineato che "esiste un legame tra economia e democrazia di cui gli imprenditori devono prendersi cura".

Cresce insomma la consapevolezza che il contesto liberale e democratico è anche il miglior sostrato sociale ed ecologico per le imprese che credono nell'avanzamento delle idee, della conoscenza e della tecnologia. Solo la diversità di pensiero è capace di generare innovazione ed evoluzione scientifica. La democrazia è l'unica società che permette alle aziende di avere un ruolo di contribuzione veramente attiva nella costruzione del contesto sociale. Al contrario, nei Paesi non democratici

le imprese vengono più facilmente relegate alla condizione di spettatrici passive dei destini dell'ambiente nel quale operano, con possibilità marginali di determinare



Director Global
Inclusion - Art. 3

NO HOMOPHOBIA
NO VIOLENCE
NO RACISM
NO SEXISM
YES KINDNESS
YES PEACE
YES EQUALITY
YES LOVE

o sfruttare gli effetti delle decisioni politiche. In questi contesti le imprese si trovano spesso a subire le conseguenze di una crisi di regime, misurando così sulla loro pelle i costi di una dispersione di risorse di libertà e democrazia. Se, come il Presidente della Repubblica ha dichiarato, "le aziende sono veicoli di crescita, cultura e fattori di soft power", ci chiediamo attraverso quali strumenti le imprese possano promuovere uno spirito di partecipazione. Tra l'essere leader *influencer* o utenti *follower*, **Global Inclusion 2023**, evento promosso dal Comitato Global Inclusion art. 3 e dal *Il Sole 24 Ore* insieme all'AIDP - Associazione Italiana per la Direzione del Personale - ha proposto alle persone una terza via: essere cittadini *participants*, cioè imparare a prendere parte.

Le leve di intervento a disposizione delle imprese sono numerose: la creazione di reti che fungano da agenti del cambiamento, gli *employee resource groups*, i programmi di intelligenza collettiva, il coinvolgimento dell'indotto per promuovere la cultura della diversità di opinione e raccogliere idee di innovazione e trasformazione, la diffusione presso le nuove generazioni dei principi democratici e certamente, come Mattarella ha chiesto, un intervento sulla povertà delle offerte retributive perché "la democrazia non può permettersi la paura".

Oltre alle imprese, sono tutti i corpi sociali a mettersi in movimento. L'evento, che si è tenuto nella penultima giornata dell'edizione di 4 Weeks 4 Inclusion 2023, ha radunato i gruppi ERGs che rappresentano forme di cittadinanza attiva per la piena realizzazione dell'art. 3 della Costituzione italiana.

Aziende senza personale o con personale demotivato, associazioni senza volontari, chiese senza fedeli, famiglie senza figli, ospedali senza medici, partiti senza iscritti e cabine elettorali senza elettori: nell'Italia dei "senza", come è stata definita da Elena Granata, possiamo spostare il punto di osservazione e riscoprire le modalità e le forme di collaborazione più efficaci per favorire la partecipazione sociale, economica e politica. La condivisione di buone pratiche potrà ispirare le imprese più motivate ad agire sui loro territori. ●



Comitato
**Global
Inclusion**
Art. 3

INTERVISTA a



**Lucia Pellino
e Mariasilvia Scippa**
Lavazza D&I Team

Complimenti per la nomination alla 4 Weeks 4 Inclusion! Perché avete deciso di partecipare alla 4W4I?

In Lavazza abbiamo ufficializzato da diversi anni il nostro impegno verso la Diversità ed Inclusione, cui riconosciamo un valore strategico e competitivo a livello di business, promuovendo un cambiamento culturale verso l'equità che parta dalla nostra azienda, per poi diffondersi verso l'esterno e generare prosperità per l'intera comunità. Crediamo difatti che il modo in cui decidiamo di fare business abbia un impatto cruciale nell'influenzare la cultura nei luoghi in cui operiamo. Uno dei punti del nostro Manifesto di D&I è proprio l'**Alleanza** quale strumento fondamentale per la lotta alla sottorappresentazione e per la promozione dell'inclusione, quindi non potevamo che aderire anche quest'anno alla proposta di TIM di far parte di un'alleanza di aziende unite dalla volontà di promuovere questi temi, partendo dal proprio interno.

Ci racconteresti l'evento che hai organizzato?

Nel 2019 Lavazza ha lanciato "Basement Cafè by Lavazza", un talk show ideato per raccontare il presente attraverso gli occhi di chi lo sta facendo. Il format è semplice ma efficace: in ogni puntata Antonio Dikele Distefano e Carlotta Vagnoli intervistano due ospiti apparentemente distanti tra loro che portano, a turno, una pluralità di prospettive, generazioni e contesti, in una chiacchierata franca e informale. Quindi in occasione di questa maratona abbiamo pensato di accompagnare la pausa caffè (naturalmente!) delle persone in ascolto, mettendo a disposizione alcuni contenuti di Basement Cafè by Lavazza su linguaggio inclusivo, rappresentazione del corpo, diritti umani, identità (non solo di genere!) ...ma anche passato, presente e futuro. Tra le persone che hanno portato la propria testimonianza nelle nostre pause caffè inclusive Vera Gheno, Alessandro Barbero, Levante, Djarah Kan, Sio, Camihawke e molte altre!



Quale obiettivo volevate raggiungere con il vostro evento?

Sicuramente l'obiettivo era di offrire degli spunti di riflessione su varie sfide che pone l'inclusione oggi, senza portare già delle risposte univoche, ma cercando di fornire degli input ai nostri ascoltatori e ascoltatrici, suscitando curiosità e sollevando domande e riflessioni (che solitamente innescano il cambiamento).

Credete ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Certamente non possiamo considerarci ad un punto di arrivo, soprattutto in Italia, quando si parla di equità, diversità ed inclusione. I dati parlano chiaro: sotto il profilo della gender equality, secondo il Global Gender Gap Report 2023 del World Economic Forum (WEF), che ogni anno rileva lo stato del divario di genere nel mondo, l'Italia nel 2023 si è posizionata al 79esimo posto rispetto a 146 Paesi analizzati, con una perdita di 16 posizioni rispetto alle rilevazioni 2022. E i dati condivisi di recente sul numero di donne che lasciano il lavoro a seguito di una gravidanza in Italia purtroppo confermano la presenza di questi gap. Senza contare il vuoto normativo per quanto riguarda le tutele alle famiglie Arcobaleno, ma i temi scoperti sarebbero tanti. Quindi sì, c'è bisogno di molto lavoro e le aziende possono sicuramente dare il loro contributo.

Scrivi il tuo appello sul tema.

Il nostro appello sul tema è contenuto nel nostro Manifesto di D&I.

Come si impegna la vostra organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

Lavazza su questi temi si impegna su due livelli paralleli. Esternamente, soprattutto tramite la Fondazione, supportiamo sia le comunità nei Paesi d'origine, che le comunità presenti sul nostro territorio in situazioni di marginalizzazione. Togliere queste realtà dall'invisibilità genera indubbiamente attenzione e innesca cambiamento. Inoltre, sempre a livello esterno, collaboriamo da anni con DiverCity per approfondire la Diversità, l'Equità e l'Inclusione da prospettive nuove ma con un'ottica di business. Internamente, cerchiamo di creare opportunità di confronto e consapevolezza per tutte le nostre persone sia tramite la collaborazione con associazioni quali ValoreD e Libellula (con webinar e momenti formativi), che tramite l'organizzazione di eventi interni dedicati: quest'anno abbiamo lanciato il nostro primo GAP FREE Day, il primo evento

Lavazza interamente dedicato alla D&I con talk, installazioni e momenti di approfondimento e verticalità sui temi dell'equità di genere, generazioni, bias e stereotipi e genitorialità.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione?

L'alleanza tra aziende permette non solo di accedere ad una pluralità di prospettive, ma ci aiuta anche a fare massa critica: più aziende unite da uno scopo comune riescono a raggiungere un peso significativo che si ripercuote e può esercitare pressioni anche sui governi e sulla società.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci dareste la vostra visione su questi concetti?

Ci piace ricordare sempre la definizione di Verna Meyers "Diversity is being invited to the party, Inclusion is being asked to dance", e, come a qualcuno piace completare: "Equity is how much space you get on the floor". L'unicità è, infine, ciò che vogliamo valorizzare tramite la promozione di diversità, equità ed inclusione dentro e fuori le imprese.

Raccontateci la vostra esperienza alla 4W4I.

Come Lavazza, partecipiamo da anni a questa maratona e l'abbiamo vista crescere di anno in anno. Quest'anno l'abbiamo vista diventare un movimento sempre più consolidato ed importante, acquisendo una forza incredibile nella generazione di consapevolezza. Il numero crescente di aziende coinvolte e i numeri di questa edizione ci fanno sperare che questi valori possano arrivare sempre più alle istituzioni e all'esterno.

Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all'interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

Il nostro impegno verso la D&I nasce nel 2020 dalla strategia di sostenibilità di Lavazza (parte integrante del piano strategico, quindi immanente al nostro business) che prevede un commitment specifico dell'azienda verso il GOAL 5 degli UN SDGs. Questo impegno ha dato il via al percorso di Lavazza verso la Diversità ed Inclusione tramite un approccio sempre più strutturato. ●

RAINBOW AWARDS 2023: CELEBRAZIONE E RICONOSCIMENTO PER L'IMPEGNO A FAVORE DEI DIRITTI LGBTQIA+

di EGIZIA MONDINI*

Nella suggestiva cornice del Teatro Sala Umberto di Roma, il 13 novembre si è svolta con grande successo la seconda edizione dei Rainbow Awards, il prestigioso premio internazionale "Roma per i diritti Lgbtqia+".

L'evento, organizzato dall'associazione Gaycs, ha rappresentato un tributo vibrante a personalità di spicco nel mondo della politica, della cultura, dello spettacolo, dello sport e del digitale, che si sono distinti per il loro impegno a favore della promozione, tutela e rivendicazione dei diritti delle persone Lgbtqia+.

Quando lo scorso anno ci siamo resi conto che non c'era nessun premio che desse riconoscimento a tutti coloro che in vari ambiti si spendono per la causa e i valori della comunità Lgbtqia+ ne siamo rimasti sorpresi noi per primi. E non abbiamo potuto indugiare oltre. La comunità ne aveva bisogno. E dovevamo farlo.

È iniziata così un'avventura che è diventata un evento che ha sorpreso noi per primi. Mai ci saremmo aspettati un riscontro simile. In soli 2 anni, i Rainbow Awards sono riusciti a riunire tutte le migliori menti, idee, progetti e contenuti, interni e intorno alla comunità. Un appuntamento atteso, partecipato, aggregante.

Tantomeno mai ci saremmo aspettati di vincere il premio come miglior contenuto Lgbtqia+ della 4 Weeks 4 Inclusion.



Responsabile
Comunicazione
Rainbow Awards

Per noi è stato un piacere e un onore essere inseriti nella programmazione di questa importante manifestazione che ha, in definitiva, il nostro stesso spirito: unire, creare confronto, dare forza e visibilità a tutte quelle realtà che si impegnano per contribuire a migliorare il livello di consapevolezza, inclusione e progresso della nostra società.

L'intento comune: unire e divulgare mattoncini di progresso.

La serata di quest'anno, diretta e condotta con maestria dal duo artistico KarmaB, è riuscita a riunire nella stessa sala un ensemble straordinario: il sindaco di Roma Roberto Gualtieri, Elly Schlein (segretaria del PD), Emma Bonino, Alessandro Onorato (assessore ai grandi eventi di Roma Capitale), l'onorevole Alessandro Zan e Luca Paladini (consigliere regionale Lombardia e Portavoce dei Sentinelli). E poi ancora, Vera Gheno, Vincenzo Schettini, la redazione delle lene, dell'Espresso e della Stampa, Le Coliche, Antonino, Giuseppe Fiorello, Alba Parietti, Vladimir Luxuria, e altri ancora.

La serata è stata un tributo a Michela Murgia, figura di spicco amata dalla comunità Lgbt+q, rappresentata da alcuni membri della sua queer family, tra cui il marito Lorenzo Terenzi, il figlio Francesco Leone, la



Premio Strega Teresa Ciabatti e la scrittrice Chiara Tagliaferri.

Come ha dichiarato il Presidente di Gaycs, Adriano Bartolucci Proietti: "I Rainbow Awards sono un osservatorio attento e vigile su tutto quello che aiuta la nostra causa. Sono sempre di più le personalità che contribuiscono e sostengono la comunità Lgbtqia+. Esseri umani che non si risparmiano nel loro agire a favore dell'inclusione e del raggiungimento di una società più giusta. Persone che hanno lasciato un segno indelebile e fornito strumenti utili per il raggiungimento dei nostri obiettivi di evoluzione e progresso condiviso. Il 2023 è stato un anno molto significativo per la comunità Lgbtqia+ e noi lo abbiamo celebrato e raccontato attraverso i premi assegnati".



Del resto Gaycs Lgbt Aps è attiva da più di 10 anni nella produzione di contenuti, progetti ed eventi per promuovere i concetti di rispetto, autodeterminazione e inclusione, e lo fa ad esempio attraverso gli Italian Gaymes e la Drusilla Cup nel settore sport, attraverso il Flag, Festival del Cinema e della Letteratura Arcobaleno, e realizzando progetti finanziati dalla Commissione Europea.

I Rainbow Awards più che un evento importante, sono un'occasione necessaria, soprattutto in un periodo in cui la comunità Lgbtqia+ può essere invisibilizzata o addirittura sfruttata come capro espiatorio. Celebrare l'esistenza e la resistenza di questa comunità, insieme agli alleati e ai sostenitori, rappresenta un passo fondamentale verso una società più inclusiva e rispettosa. Un passo che dobbiamo continuare a fare ogni giorno per raggiungere insieme il presente che meritiamo. Ci vediamo il prossimo anno. ●





SODDISFAZIONE, GIOIA, UN'EMOZIONE BELLISSIMA!

di LUCA PERENO*

Soddisfazione, gioia, un'emozione bellissima! È quello che ha provato Simona Sanci, Presidente di (RI)GENERIAMO, la Società benefit e B Corp sostenuta da Leroy Merlin, quando la sera di martedì 14 novembre 2023 è salita sul palco della serata conclusiva di 4 Weeks 4 Inclusion a Roma per ricevere il "Premio Speciale della Giuria" assegnato alle #IntervisteFormidAbili. Un riconoscimento di cui siamo onorati e che dedichiamo a tutte le persone che hanno reso possibile la realizzazione di questo progetto.

Le #IntervisteFormidAbili sono state una collaborazione tra Leroy Merlin Italia, (RI)GENERIAMO e in particolare I FormidAbili Social TV, la social TV interamente condotta da ragazzi con la sindrome di Asperger (la prima in Italia) che è stata lanciata da (RI)GENERIAMO a inizio 2023, uno "spin-off" del più ampio progetto I FormidAbili finalizzato alla partecipazione lavorativa di persone con disabilità intellettive all'interno dei Negozi Leroy Merlin.

L'ispirazione è venuta dall'Articolo 3 della Costituzione della Repubblica Italiana, un pilastro dell'attività di (RI)GENERIAMO: «*Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali*». L'idea era quella di confrontarsi sui temi dell'inclusione, della diversità, del diritto alla partecipazione e dell'unicità, con personaggi che attraverso la loro storia e il loro lavoro quotidiano potessero testimoniare che cosa significa impegnarsi concretamente su questi temi. Sia a livello personale, sia nel contesto delle organizzazioni in cui operano.

Ogni mattina alle ore 8.45 i "formidabili" conduttori de I FormidAbili Social TV, con il loro modo genuino, vivace e geniale di vivere la comunicazione e la socialità, han-

no aperto la giornata di 4W4I dialogando con questi “formidabili” personaggi, provenienti dal mondo delle imprese ma non solo, approfondendo argomenti, lanciando messaggi, stimolando riflessioni. Solo per citarne alcuni, fra i protagonisti delle #IntervisteFormidAbili ci sono stati ad esempio Abdullahi Ahmed, ex-rifugiato ora Consigliere comunale nella città di Torino; Martina Bacigalupi, che ha raccontato il lavoro della Fondazione De Gasperi sulle “Figlie della Repubblica”; Simona Atzori, pittrice e danzatrice disabile; Monsignor Derio Olivero, Presidente della Commissione episcopale per l’ecumenismo e il dialogo; Marco Filippazzi, collaboratore prima di Leroy Merlin e poi di Bricocenter, atleta paralimpico, che ha parlato della sua esperienza nelle scuole su progetti legati allo sport come strumento di integrazione per persone con disabilità;

Chiara Foglietta, Assessore al Comune di Torino e attivista LGBT; Alessandro Valenti, regista e attivista per i diritti umani; Fabrizio Bruno, responsabile per gli inserimenti lavorativi di ragazzi con percorsi di detenzione; Consuelo Battistelli, responsabile Diversity & Inclusion in IBM; Ciro Cafiero (consulente di Leroy Merlin sulla certificazione di genere), consulente del Governo Draghi sui temi giuslavoristici... e molti altri ancora.

“
I nostri conduttori hanno aperto ogni giornata di 4W4I con interviste FormidAbili
”

Le #IntervisteFormidAbili (si possono rivedere sul canale Youtube di (RI) GENERIAMO www.youtube.com/@RIGENERIAMO) sono state per noi una grande vetrina e anche una grande palestra, dove i nostri “formidabili” hanno potuto affinare le loro competenze e arricchire la loro esperienza imparando cosa vuol dire proporsi in una manifestazione di respiro nazionale come 4W4I.

Oltre a ciò, cosa ci porteremo dietro da 4W4I? Soddisfazione, gioia, un’emozione bellissima! ●



INTERVISTA a



**Sara e Alessia
Michielon**

Blogger e Content creator
di @Ruote Libere

DOVE PASSO IO, PASSANO TUTTI

Complimenti per la nomination alle 4 Weeks 4 Inclusion! Perché avete deciso di partecipare alla 4W4I?

4W4I è un evento unico nel suo genere che coinvolge aziende di grande rilievo nel territorio italiano. Ci entusiasmava l'idea di poter arrivare a queste aziende e stimolare delle riflessioni attraverso la nostra testimonianza.

Ci raccontereste l'evento che avete organizzato?

Eravamo una delle cinque testimonianze presenti il giorno d'inizio della 4W4I. Il tema di quest'anno era il corpo. Abbiamo scavato il nostro passato, esplorando le diverse consapevolezza mutate nel corso degli anni e, attraverso il nostro dialogo, abbiamo cercato di trasmetterle al pubblico sia dal punto di vista di una persona con disabilità motoria, sia dal punto di vista di una sorella.

Quale obiettivo volevate raggiungere con il vostro evento?

L'obiettivo del nostro dialogo era comunicare come, il più delle volte, i veri ostacoli che incontriamo siano rappresentati dagli occhi degli altri, dalla loro percezione del corpo di Alessia, seduto in sedia a rotelle, considerato come una barriera. La diversità dei corpi costituisce solo una delle molteplici variabili nella complessa equazione che è la vita.

Credete ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

Assolutamente sì. È essenziale che ogni individuo e ogni azienda si impegnino attivamente sui temi dell'inclusione, integrandoli nella vita di tutti i giorni, fino a quando non sarà più necessario discuterne.

Scrivete il vostro appello sul tema.

In qualsiasi rapporto di lavoro, affettivo, sociale, abbandonate la paura di offendere, abbandonate l'idea di normalità che la nostra cultura ha stilato nel corso degli anni. Mettete al centro la persona e guardatela nella sua interezza. Ognuno di noi, con i suoi limiti e le sue capacità, contribuisce al benessere della comunità.

Come si impegna la vostra organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

Ruote Libere è un portale, un blog, un account Instagram nato per viaggiatori con disabilità motoria ma non solo, si rivolge a tutti coloro che per motivi di età hanno difficoltà a spostarsi o camminare a lungo, famiglie con bimbi in passeggino, persone che per un tempo limitato hanno il gesso o le stampelle.

Nato da una nostra specifica esigenza, dal 2021 il progetto si è evoluto ponendosi l'obiettivo di offrire pubblicamente le informazioni rispetto alla fruibilità dei luoghi che spesso sono reperibili con difficoltà. In questo modo, gli utenti interessati possono scegliere di visitare i luoghi che preferiscono senza doversi imbattere in spiacevoli barriere. Allo stesso tempo collaboriamo con enti, istituzioni, strutture ricettive, guide turistiche, sensibilizzandoli al tema e promuovendone la loro attività.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione?

Crediamo che l'approccio collaborativo tra più settori offra un im-



patto più duraturo sulla società combinando risorse e competenze diverse, favorendo soluzioni innovative e un apprendimento reciproco. Fare rete trasmette un potente messaggio sociale, dimostra che la promozione dell'inclusione è un impegno vero e collettivo.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci dareste la vostra visione su questi concetti?

Diversity: è background culturale, etnia e abilità. Inclusion: è un ambiente in cui ciascuno si sente apprezzato e libero da barriere. Equality: è opportunità e diritti paritari indipendentemente dalle diversità. Uniqueness: è l'accettazione delle unicità di ogni individuo, quindi, è diversità come fonte di forza. È fondamentale che questi principi siano interconnessi tra loro al fine di costruire una società consapevole, aperta e inclusiva.

Raccontateci la vostra esperienza alla 4W4I.

È stata un'esperienza emozionante, intrisa di significato e di grande importanza. Ci ha dato l'opportunità di metterci alla prova e condividere la nostra storia di fronte ad un vasto e illustre pubblico. Siamo profondamente grate a TIM per averci coinvolte.

Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all'interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

Lavorare sull'inclusione implica affrontare e sdoganare stereotipi e pregiudizi, promuovendo una cultura di rispetto e comprensione reciproca. Attraverso il nostro progetto Ruote Libere, cerchiamo di fare ciò ogni giorno nei nostri canali social, il mezzo che ad oggi ci permette di raggiungere con rapidità ed efficacia utenti da tutta l'Italia!

Recentemente abbiamo avviato dei tour guidati aperti a tutti. L'obiettivo è far comprendere che l'inclusione non è solamente un'illusione, ma piuttosto una realtà tangibile. Attraverso la fruibilità di itinerari e luoghi per le diverse abilità, si può riconoscere che questo non solo beneficia coloro con esigenze specifiche, ma rappresenta un vantaggio per l'intera collettività. ●





INTERVISTA A



Irene Vecchione
Amministratrice Delegata
di Tack TMI Italy
(Gi Group Holding)

LA FORZA DELLO SPORT, IL PIÙ POTENTE ANTIDOTO ALLA SOLITUDINE

Lo sport favorisce l'inclusione della disabilità e può trasformarsi in un antidoto alla solitudine. Questo il messaggio del webinar *Lo sport come strumento di inclusione e sviluppo individuale* organizzato da Tack TMI Italy, branch italiana della società di Gi Group Holding che si occupa di learning&development per 4 Weeks 4 Inclusion. Credendo fortemente nella valorizzazione delle diversità, nell'inclusione e nell'equità, abbiamo aderito con entusiasmo alla maratona e siamo molto orgogliosi della nomination tra i 5 migliori eventi dedicati alla disabilità. Con più di 400 aziende coinvolte e 300 momenti dedicati, è stata un'occasione per comunicare un messaggio forte e chiaro e raggiungere quante più persone possibili, un piccolo grande passo per lo sviluppo di una cultura dell'inclusione nella società e nel mondo del lavoro.

Il webinar Tack TMI Italy.

Attraverso la testimonianza di Daniele Cassioli - pluripremiato campione paralimpico di sci nautico - coordinato da Pasquale Gravina, ex campione mondiale di volley e direttore della linea di business di Tack TMI "Corporate Coaching Club", abbiamo condiviso come lo sport sia un facilitatore di inclusione contro la solitudine superando barriere fisiche, sociali e difficoltà di comunicazione associate alla disabilità. Ogni persona può sentirsi parte di una squadra, di una comunità dove la diversità è la vera forza per raggiungere traguardi individuali e collettivi. Da qui la necessità di promuovere possibilità per tutti di praticare sport, creando opportunità per connessioni sociali significative.

La formazione per l'inclusione.

Eventi come la 4W4I aiutano, ma è solo lavorando giorno dopo giorno

nel rendere la società più inclusiva che si possono ottenere risultati concreti e a lungo termine. La formazione è un pilastro fondamentale per sensibilizzare le persone sui diritti e sulle necessità delle persone con disabilità, rimuovere stereotipi e pregiudizi e promuovere l'accettazione. La cultura dell'inclusione presuppone una forte sensibilizzazione, a partire dai bambini nelle scuole. È importante che tutti si impegnino a creare una società più inclusiva e rispettosa del prossimo e per farlo è necessario essere consapevoli.

L'impegno di Tack TMI Italy.

Dalla formazione e dalla conoscenza può nascere, infatti, un pensiero condiviso. Per questo sviluppiamo percorsi formativi per l'inclusione sociale nelle aziende, master class per ridurre i gap di genere e favorire lo sviluppo della leadership femminile, Academy per l'inserimento di persone disabili nel contesto lavorativo, ma non solo. Abbracciamo una cultura "People first" volta a sostenere e mettere in campo i valori che pongono l'individuo al centro e facciamo parte di Gi Group Holding, la cui fondazione è un punto di riferimento sulla tematica del lavoro sostenibile.

Fare squadra!

Solo l'unione, però, fa la forza e può fare la differenza nell'impatto per l'inclusione. Servono tempo e attori diversi in un sistema integrato, pur partendo dal singolo. Per questo collaboriamo anche con enti esterni e associazioni. Le aziende sono fondamentali, fornendo opportunità di lavoro e formazione. Tuttavia, l'istruzione – scuole e università - ha un ruolo imprescindibile nell'offrire percorsi formativi e opportunità di crescita. Infine, con le associazioni si sensibilizza l'opinione pubblica, promuovendo la comprensione e l'accettazione della diversità nella società.

Perché la D&I è.. merito!

Diversità, inclusione, uguaglianza e unicità sono fortemente interconnesse per promuovere una società basata sull'equità. Diversità è sinonimo di creatività, idee, unicità; riconoscendo le differenze, si valorizza la persona e di riflesso la società. Attraverso l'inclusione si creano ambienti in cui tutti si sentono accettati e rispettati, e quindi liberi di esprimere opinioni ed essere sé stessi. Rispettare l'uguaglianza – ovvero stessi diritti e opportunità per tutti - significa in sintesi promuovere una realtà in cui vige davvero la meritocrazia. ●

INTERVISTA a



Rosellina Panebianco
Grants & D&I Manager
Teleperformance Italia

Complimenti per la nomination alla 4 Weeks 4 Inclusion! Perché hai deciso di partecipare alla 4W4I?

Teleperformance Italia da qualche anno ha intrapreso un percorso di trasformazione culturale con l'obiettivo di portare al centro le proprie risorse e valorizzare ogni diversità. I valori della D&I sono radicati nel suo Dna e Teleperformance li promuove all'interno e all'esterno attraverso iniziative orientate alla creazione e al rafforzamento di un'identità inclusiva. Da tre anni contribuisce alla 4W4I raccontando le proprie iniziative ed è stato un orgoglio ricevere, in questa edizione, il riconoscimento di Miglior Contributo sul Gender Gap.

Ci racconteresti l'evento che hai organizzato?

L'evento presentato *#ioxlei: per fermare la violenza sulle donne*, è stata una round table che ha riunito diverse voci: quella di Alzàia Onlus, in prima linea sul territorio di Taranto con sportelli e centri antiviolenza; quella degli uomini con il nostro Ceo Diego Pisa e il nostro Cfo e Direttore Hr Gianluca Bilancioni e con il contributo unico ed originale della scrittrice e attrice Daniela Baldassarra che con monologhi ironici e irriverenti smuove le coscienze abbattendo bigottismo e luoghi comuni.

Quale obiettivo volevi raggiungere con il tuo evento?

In una veste diversa abbiamo voluto affrontare il problema della violenza e la sfida per la prevenzione che riguarda tutta la società.

Credi ci sia bisogno di altro lavoro su questi temi?

In Teleperformance, riteniamo fondamentale una call to action rivolta a sensibilizzare e responsabilizzare tutti, uomini e donne,

istituzioni e media, per attuare un cambiamento profondo a livello culturale con l'obiettivo di capire cosa possiamo fare nel quotidiano per eliminare la violenza di genere.

Scrivi il tuo appello sul tema.

Appello del Ceo di Teleperformance Italy Group Diego Pisa: "Esiste una violenza subdola che, come una goccia cinese, mina quotidianamente la salute mentale di chi la subisce, fatta di privazioni, di condizionamenti psicologici, di rinunce imposte, ma anche di disparità economica al lavoro, di differenziazione delle opportunità di carriera, di negazione della indipendenza economica, di privazione della libertà di sognare. Una violenza che spesso avviene nelle mura domestiche e che trova negli sportelli di supporto psicologico che le aziende come la nostra mettono a disposizione dei dipendenti, gli strumenti che aiutano le donne a identificarsi come vittime e quindi trovano la forza di denunciare".

Come si impegna la tua organizzazione nel creare attenzione su questi temi?

In Teleperformance il 70% della forza lavoro è rappresentato da donne, in virtù di ciò sentiamo una maggiore responsabilità, oltre che un dovere, nei confronti della comunità dove operiamo. Per tale ragione abbiamo implementato una serie di iniziative volte a favorire la conciliazione vita-lavoro e il benessere psico-fisico dei nostri dipendenti attivando uno sportello di ascolto psicologico, la formazione mirata, politiche sulla genitorialità e momenti di condivisione e di ascolto attivo.

Perché è importante fare squadra tra aziende, associazioni, università per promuovere i valori della diversità e dell'inclusione?

La 4W4I è una maratona di eventi realizzati da una grande alleanza di partner, che operano in diversi settori, anche competitor, ma che vogliono unirsi in un messaggio comune dando visibilità alle diversità e alle best practice.

Diversity, Inclusion, Equality, Uniqueness: ci daresti la tua visione su questi concetti?

Quando un ambiente può davvero definirsi inclusivo? Per noi inclusione non significa solo accettazione e riconoscimento, ma è creare un luogo di lavoro dove le nostre persone si sentano total-

mente sicure. È libertà di essere, di esprimere appieno le proprie capacità, il luogo fisico, sociale e culturale in cui le potenzialità possano fiorire pienamente. L'inclusione deve essere partecipazione piena e totale alla vita, in qualunque ambito.

Raccontaci la tua esperienza alla 4W4I.

Siamo orgogliosi di prendere parte a questa dichiarazione comune di valori che è la 4W4I al fine di garantire a ognuno il diritto ad essere diversi, ad esprimersi fuori e dentro il contesto lavorativo.



Come si inquadra il vostro lavoro su D&I all'interno del più ampio filone della sostenibilità sociale?

I temi dell'Empowerment Femminile, della Valorizzazione delle Diversità, del Benessere Psico-Fisico e delle tematiche di Care-Giving sono al centro di TP4i (TP For Inclusion) in cui, durante il mese di marzo, le persone di Teleperformance possono partecipare ad attività di sensibilizzazione, discussione e confronto. Inoltre, grazie alla collaborazione con Valore D e Parks Liberi e Uguali sono affrontati temi della Leadership Femminile e di Identità ed Espressione di Genere e Orientamento Affettivo e Sessuale. ●

GROWING TOGETHER: SINERGIE TRA UOMINI E DONNE PER VALORIZZARE LE PERSONE

di ALESSIA ALÒ*

Si è da poco conclusa la quarta edizione della 4 Weeks 4 Inclusion e, per noi di Wise Growth che questa maratona l'abbiamo vista nascere ed evolversi, è stato un anno speciale: ci riempie d'orgoglio che il nostro evento "Growing together: sinergie tra uomini e donne per valorizzare le persone" sia stato nominato, fra oltre 300, tra i migliori contributi sul gender gap distinguendosi per il taglio innovativo sul tema.

Abbiamo deciso di partecipare anche quest'anno, da un lato perché riteniamo che la 4W4I sia un appuntamento imprescindibile per chi, come noi, si occupa di tematiche DEI (Diversity, Equity & Inclusion), dall'altro per raccontare un'iniziativa che ci sta molto a cuore.

Obiettivo del percorso "Growing together", realizzato in sinergia con Generali Head Office, è di stimolare un confronto tra uomini e donne per decostruire gli stereotipi di genere e sviluppare una cultura più sostenibile e inclusiva. Durante l'evento, condotto da Lucilla Bottecchia, partner Wise Growth, Giangiacomo Reali, senior consultant Wise Growth e con il prezioso contributo di Elena Centrone, people care in Generali, abbiamo avuto l'opportunità di parlare e diffondere questo progetto innovativo: dall'esigenza che lo ha ispirato fino alle sfide e opportunità che abbiamo incontrato lungo la strada.

Aprire una finestra di dialogo "inter-genero" su alcune tematiche organizzative importanti come la carriera, la conciliazione, la leadership si è rivelato di fondamentale importanza per migliorare la *gender awareness*, la consapevolezza dei bias reciproci e per favorire sinergie comunicative tra professioniste e professionisti.

Promuovere occasioni di scambio costruttivo di questo tipo consente infatti di introdurre best practices di



Partner and Head
of Communication,
Digital & Social Media
Wise Growth

cui poi beneficiano non solo le donne, ma anche gli uomini e l'intera organizzazione.

Dal 2008 come Wise Growth sviluppiamo progetti in questa direzione, mettendo impegno, passione ed esperienza a fianco delle aziende che vogliono crescere ed essere più eque e competitive. Negli anni, sono stati fatti grandi passi avanti sul tema della gender equity anche se indagini recenti testimoniano che purtroppo la strada da percorrere è ancora lunga. Del resto, diverse evidenze dimostrano che per generare cambiamenti concreti, sostenibili e duraturi serve tempo e *commitment* da parte del management.

Se vogliamo ottenere effetti trasformativi occorre che l'impegno verso la parità di genere sia comune e sinergico coinvolgendo non solo le aziende e le istituzioni, ma anche ogni singola persona.

Riconoscere, rispettare e valorizzare l'unicità di ogni individuo per noi è il fattore abilitante per entrare in contatto con la diversità. Ogni persona infatti è unica, plurale e racchiude in sé più dimensioni e sfaccettature. Oggi più che mai c'è bisogno di un business sempre più etico e responsabile, che metta al centro le persone e promuova il rispetto delle differenze, valorizzando l'equità e l'inclusione. In altri termini, c'è bisogno di *human sustainability*. La sostenibilità umana in un'azienda passa dalla leadership e dalla cultura, ma si traduce anche in processi, strategie HR e percorsi specifici come "Growing together". In questo modo si innescano circoli virtuosi che stimolano la collaborazione tra uomini e donne e sostengono lo sviluppo di persone e organizzazioni.

Siamo molto felici di aver partecipato anche quest'anno alla 4W4I e di poter diffondere le nostre iniziative al fianco di così tante aziende impegnate su questi temi. Un'occasione che ci ha fatto sentire parte di un movimento di persone e realtà che ogni giorno promuovono una cultura del rispetto e della non violenza.

Fare squadra tra aziende, associazioni, università e istituzioni per sostenere i valori della Diversity, Equity & Inclusion è indispensabile perché le parole si traducano in azioni e perché ogni persona, nella propria quotidianità, possa diventare parte attiva del cambiamento. ●

Wise Growth

WOMEN PLUS PREMIATA DUE VOLTE:

**“Premio Fabio Galluccio per il migliore evento”
di 4 Weeks 4 Inclusion 2023
e “Premio per il miglior contributo che leghi
inclusione e innovazione”**

di LAURA BASILI*

Un grande onore, impegno e responsabilità. Il 25 ottobre 2023 si è tenuto l'evento di lancio dell'App Women Plus molto ben orchestrato e memorabile. Un evento corale in cui abbiamo condiviso valori e obiettivi; abbiamo messo a fattor comune le competenze di tutti gli attori che hanno ispirato, lavorato e supportato il progetto, lanciando così l'App finalmente scaricabile proprio da quel momento. L'App, realizzata grazie alla collaborazione di diversi soggetti, primo fra tutti TIM che è il nostro main partner, ha l'obiettivo di raccogliere le opportunità di lavoro, formazione ed empowerment per le donne, diventando lo strumento concreto di inclusione femminile nel mondo del lavoro.

Partecipare a 4W4I la maratona dell'inclusione ideata da TIM per Women at Business è sempre stato fondamentale, e ancora di più quest'anno con il lancio di Women Plus, un progetto tecnologico con la missione di risolvere il problema sociale ed economico dell'occupazione femminile in Italia, promuovendo l'inclusione e le competenze delle donne come motore del cambiamento culturale e sociale. Quindi un progetto innovativo con una ricaduta sociale importante, molto in linea con la missione e i valori dell'iniziativa ideata da TIM.

L'evento Women Plus ha avuto molteplici obiettivi: sicuramente fare conoscere l'esistenza di questa nuova App alle donne, destinatarie principali di questo strumento concreto, in cerca di un'occupazione oppure di formazione per poter colmare il gap di competenze richieste dal mercato del lavoro di oggi, ma anche raggiungere e sensibilizzare il maggior numero di istituzioni e aziende, così che le competenze delle donne da un lato e le esigenze delle aziende dall'altro permetteranno di ot-



tenere quel cambiamento culturale necessario per ottenere una società più inclusiva, equa e sostenibile. Lo stiamo facendo insieme a TIM, che rappresenta le grandi ali con cui Women Plus può spiccare il volo. Iniziative come la maratona dell'inclusione 4W4I creano un nuovo linguaggio, una nuova prospettiva condivisa da un numero sempre più importante di realtà aziendali, associazioni, istituzioni, che solo insieme possono stimolare il cambiamento culturale che deve partire proprio dal superamento degli stereotipi che continuano ad ostacolare l'ingresso e la permanenza delle donne nel mondo del lavoro. Solo così si potrà pensare al raggiungimento della parità di genere prima dei 132 anni ad oggi previsti. Per Women at Business, agire insieme è lo snodo fondamentale per costruire una società più inclusiva, mediante Women Plus e altri progetti è da sempre impegnata su questi fronti innovando attraverso *tecnologia e creazione di valore*.

La tecnologia ci ha aiutato a superare gli stereotipi. Il nostro algoritmo non ha coded bias, ovvero è stato pensato e sviluppato per lavorare in maniera oggettiva su competenze e profili, bypassando le domande scomode, gli stereotipi culturali e i limiti del modo di pensare diffuso, che sono i limiti dell'innovazione stessa e del cambiamento.

La creazione di valore sostenibile è realizzata grazie alle aziende e organizzazioni che valorizzano le risorse femminili considerando la diversità come elemento che arricchisce, e dove la maternità o la cura non sono visti come problemi ma opportunità.

Questo è stato il nostro modo di innovare, condiviso da donne e aziende, che è sinonimo di rinnovare, di riscoprire il senso del nostro operato, rispetto all'intero sistema economico e sociale.

In quest'ottica abbiamo stilato un manifesto di sostenibilità sociale che si chiama *Together, To-get-her* basato su competenze, concretezza, formazione, impatto sociale, social virtuoso di progetti e processi che garantiscano flessibilità ed inclusione.

Fondamentale dare un contributo alle future generazioni, ai figli e alle figlie a cui ogni giorno insegniamo l'indipendenza, il perseguire le proprie passioni e l'importanza di realizzarsi come persone. Senza dover scegliere un giorno tra lavoro e famiglia. ●



Main partner:



Team ReWriters digitale

Direttrice Responsabile:
Eugenia Romanelli
Caporedattrice: Monica Riccio
Copertine 2020-2023:
Fabio Lovino, Guido Fuà,
Azzurra Primavera, Angelo
Cricchi, Fabio Magnasciutti,
Ginevra Diletta Tonini Masella
(and Crew)
Web Master: NoStudio
Digital Manager:
Alessandro Vivona
Fake News Hunter: @fobia82

Team ReWriters Mag-book

Responsabile Editoriale:
Eugenia Romanelli
Art Director:
Laura Marinelli
Copertina: artisti e artiste della
ReWriters Web Art Gallery
Stampa e spedizione:
The Factory Paper

Team ReWriters Web Art Gallery

Founder: Eugenia Romanelli
Curatori: Luca Beatrice,
Rory Cappelli
*Giuria sezione fotografia
(2021 e 2022: Letizia
Battaglia):* Paolo Woods
Giuria sezione illustrazione:
Vauro

Team Daily Pic:

*Responsabile della
Fotografia:* Luisa Briganti,
direttrice CSF Adams di Roma
*Giuria (2021 e 2022: Letizia
Battaglia) Paolo Woods*

Team La vignetta del giorno

Responsabile:
Rory Cappelli
Giuria: Vauro
Partner: Fabio Magnasciutti

ReWriters Music Talent

Giuria: Ernesto Assante

Team Comunicazione e marketing

Funding:
Cristiana Scoppa
Event Management:
Double Studio
Social Media Management:
The Good Ones
Digital marketing:
Alessandro Vivona
*Telegram Manager e
Newsletter copywriter:*
Aurora Fanis
Spotify Playlister:
Lorenzo Tiezzi feat. Nu-Zone
Graphic Designer: Alice Mauro
Chiaia

Legal: Fiammetta Malagoli

Amministrazione: Giampiero
Di Cinti

Comitato scientifico

Luisella Battaglia, *Founder
Istituto Italiano di Bioetica*
Antonella Bundu, *Politica*
Gianluca Felicetti, *Presidente
della LAV*
Tiziana Catarci, *Direttrice del
Dipartimento di Ingegneria
Informatica, Automatica e
Gestionale La Sapienza*
Riccardo Magi, *Deputato
radicale*
Roberto Marchesini, *filosofo,
etologo*
Giovanna Melandri, *Presidente
Human Foundation*
Lidia Ravera, *Scrittrice*
Niccolò Rinaldi, *Funzionario UE,
Presidente dei Repubblicani
Europei*
Luca Trapanese, *Assessore al
welfare a Napoli*

Comitato Scientifico del Manifesto

Luisella Battaglia, *Presidente
Istituto Italiano di Bioetica*
Tiziana Catarci, *Direttrice del
DIAG Sapienza Università di
Roma*
Paola Di Nicola, *giudice
cassazionista*
Gianluca Felicetti, *Presidente
della LAV*
Fridays For Future, *movimento
ambientalista internazionale*
Roberto Marchesini, *filosofo,
etologo*
Vincenzo Miri, *Presidente di
Rete Lenford*
Giorgia Ortu La Barbera,
*Consigliera di Fiducia per Rai,
Sapienza e Greenpeace*
Silvia Peppoloni, *founder
International Association for
Promoting Geoethics*
Lidia Ravera, *scrittrice*
Massimo Recalcati,
*psicoanalista, saggista e
accademico*
Red Fryk Hey, *ballerina e
coreografa autistica e attivista
per le persone autistiche*

ReWriters Magazine



Hai tra le mani o davanti agli occhi il mag-book n.1 della nuova collana 2024 dedicata all'S-Assessment, ad oggi unica survey scientifica in Italia in grado di misurare in ottica intersezionale l'impatto "S" (social) delle imprese, uno dei tre parametri ESG dell'Agenda 2030. La pubblicazione, curata dalla TEDx Speaker Eugenia Romanelli e sostenuta da TIM, vuole promuovere la sostenibilità sociale, informando, sensibilizzando e divulgando sui temi di diversity & inclusion, queerness e uniqueness. Per questo, le 100 pagine del nuovo numero, sono state pensate per approfondire l'evento 4W4I, la più grande maratona interaziendale del mondo, vero motore di evoluzione socio-culturale nelle organizzazioni della contemporaneità e ispirazione per tutto il sistema-Paese. Pagina dopo pagina, ci si cala nella narrazione caleidoscopica delle 4 Weeks 4 Inclusion, le "4 settimane per l'inclusione", con i diversi punti di vista dei protagonisti che hanno contribuito a farne un vero spettacolo d'avanguardia: organizzazioni, ambassadors e professionisti raccontano la loro esperienza con emozione, calore, empatia e col talento visionario che fonda nuovi modi prim'ancora di essere pensati.



Art Direction **Laura Marinelli**
Powered by ReWorld (www.re-world.it)

Illustrazione di copertina di **Francesco Poroli**

Anno 5 | n.1 | Marzo 2024

Rewriters

Diversity, inclusion, uniqueness