

The background features a light gray gradient with several large, overlapping, rounded shapes in orange, blue, magenta, and purple. In the bottom left corner, there is a stylized, low-angle illustration of a city skyline with several skyscrapers of varying heights and window patterns.

# DIVERSITY

BRAND AWARDS

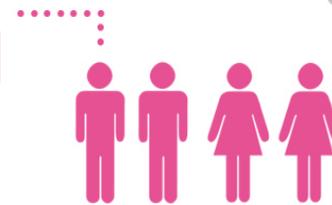
I **Diversity Brand Awards (DBA)** premiano i brand che trasmettono inclusività ai consumatori.

Aziende che nell'opinione pubblica e per le comunità di interesse emergono per la capacità di saper parlare con ogni persona.



# PERCHÉ I DBA QUALCHE DATO...

- Circa il **15%** della popolazione mondiale deve fare i conti con una forma di disabilità
- Una popolazione italiana **LGBT** di **4 MILIONI DI PERSONE** si relaziona con un ecosistema non sempre favorevole ed al passo con i tempi
- Sono oltre **26 MILIONI le donne** che in Italia devono confrontarsi con le criticità legate al gender gap
- Nel nostro Paese risiedono oltre **5 MILIONI di persone straniere** che quotidianamente devono affrontare pregiudizi legati alla loro lingua, alla loro etnia o alla loro religione.



# PERCHÉ I DBA SONO IMPORTANTI PER LE AZIENDE?



- Un'azienda inclusiva è percepita come più moderna e conquista un maggior livello di **fiducia dei clienti**
- Un'azienda inclusiva ha un mercato più ampio e **migliora le performance economiche**
- Un'azienda inclusiva **attrae e coltiva talenti**
- Un'azienda inclusiva **sa comunicare i propri valori** a chiunque li condivida

# PERCHÉ PARTECIPARE?



- Per capire come si è percepiti dai **consumatori** sui temi dell'inclusione
- Per comprendere le **aspettative** di chi è sensibile alle tematiche D&I
- Per indagare **l'impatto di business e brand value**, della D&I
- Per affermare nuovi paradigmi aziendali che armonizzino **le politiche CSR, HR, D&I e business**
- Per mettersi in gioco e verificare il proprio **posizionamento sul mercato** italiano
- Per dare **visibilità** ai propri **progetti D&I**
- Per avviare/potenziare un percorso di inclusione e confrontarsi con i **best case internazionali**



## COSA SONO I **DBA**

- **Premio alle aziende** percepite come più inclusive dai consumatori
- Visibilità per **i progetti aziendali di Diversity & Inclusion** che hanno fatto la differenza
- **Report** (Diversity Brand Report - DBR) frutto di una ricerca annuale che identifica i brand più inclusivi nella prospettiva del consumatore finale
- **Evento** per celebrare i vincitori, scoprire le best practices, conoscere ed approfondire il valore della D&I



# LA RICERCA: PARTE 1 I BRAND PIU' INCLUSIVI

**1** Assessment della letteratura accademica e screening delle aziende impegnate su attività di D&I consumer oriented, classificate per forma di diversità

**2** Costruzione del questionario, combinando una sezione di risposte spontanee ed una di risposte sollecitate

**3** Realizzazione di una CAWI su campione statisticamente significativo della popolazione italiana e su campioni specifici relativi alle forme di diversità

**4** Analisi statistica multivariata dei dati

**5** Identificazione del ranking dei brand più inclusivi per ciascuna forma di diversità

## OBIETTIVO

**IDENTIFICARE I BRAND PERCEPITI DAL CONSUMATORE FINALE COME I PIÙ INCLUSIVI PER CIASCUNA FORMA DI DIVERSITÀ**

DBR

# LA RICERCA:

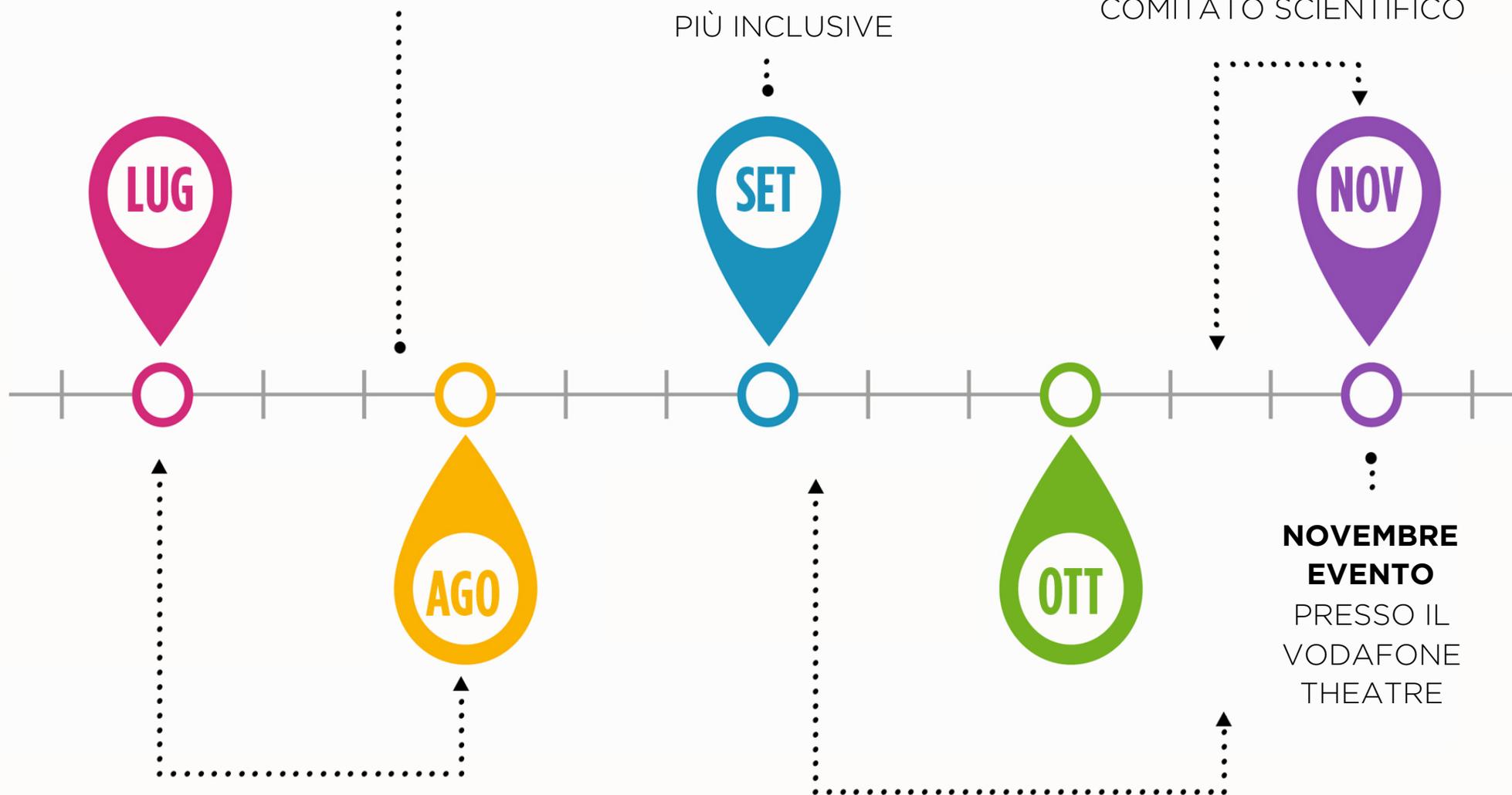
## PARTE 2 I PROGETTI PIU' INCLUSIVI



**FINE AGOSTO**  
CHIUSURA  
DELLA **SURVEY**

**SETTEMBRE**  
**RANKING**  
DELLE AZIENDE  
PIÙ INCLUSIVE

**OTTOBRE**  
**VALUTAZIONE DEI PROGETTI**  
DA PARTE DEL  
COMITATO SCIENTIFICO



**LUGLIO - AGOSTO**  
**FASE FINALE ANALISI**  
WEB SURVEY SUI CONSUMATORI

**SETTEMBRE - OTTOBRE**  
RACCOLTA DELLE **CANDIDATURE AZIENDALI**  
RELATIVE AI PROGETTI REALIZZATI IN AMBITO **D&I**

**NOVEMBRE**  
**EVENTO**  
PRESSO IL  
VODAFONE  
THEATRE

# DIVERSITY

Diversity, associazione impegnata nel fare cultura a favore dell'inclusione, contro i pregiudizi e le discriminazioni

**FOCUS) MGMT**  
Our Values Your Value

Focus Management, società di consulenza strategica specializzata sulle tematiche del trust e della brand equity.

\* patrocini in corso di definizione



## COMITATO SCIENTIFICO

**Sandro Castaldo**

Presidente  
(Università L. Bocconi)

**Maria Carmela Ostilio**  
(SDA Bocconi)

**Michele Costabile**  
(Luiss)

**Luca Massimiliano Visconti**  
(ESCP Paris)

**Monica Grosso**  
(Em Lyon)

**Roberto Baiocco**  
(Sapienza Università di Roma)

**Tiziana Vettor**  
(Università Milano Bicocca)

**Fabrizio Zerbini**  
Research leader

## PARTNER ISTITUZIONALI\*

**Commissione europea**

**Comitato Interministeriale  
Diritti Umani**

**Ambasciata del Canada**

**Comune di Milano**

**DIVERSITY BRAND AWARDS**



## **DIVERSITY**

+39 346 060 2171

[www.diversitylab.it](http://www.diversitylab.it)

[staff@diversitylab.it](mailto:staff@diversitylab.it)



## **FOCUS MANAGEMENT**

+39 02 58 31 63 22

[www.focusmgmt.it](http://www.focusmgmt.it)

[info@focusmgmt.it](mailto:info@focusmgmt.it)



La presente è uso interno.

**DIVERSITY BRAND AWARDS**