



**ESTRATTO RASSEGNA STAMPA**  
febbraio 2022

## Sommario

AGENZIE .....	6
15.02 ADNKronos.....	6
15.02 ADNKronos (2).....	6
15.02 ADNKronos (3).....	6
15.02 ADNKronos (4).....	7
15.02 ADNKronos (5).....	8
15.02 ADNKronos   Gradient.....	8
17.02 MF DowJones .....	9
17.02 ADNKronos.....	9
17.02 ADNKronos (2).....	9
17.02 ADNKronos (3).....	10
18.02 ADNKronos.....	10
18.02 Italtpress.....	11
18.02 Italtpress (2) .....	11
18.02 LaPresse .....	11
18.02 LaPresse (2) .....	11
18.02 LaPresse   Fastweb.....	12
18.02 LaPresse   Fastweb (3).....	12
18.02 Italtpress   Fastweb .....	12
18.02 Italtpress   Fastweb (2).....	13
RADIO.....	14
20.02 Radio 24 – Essere e Avere.....	14
QUOTIDIANI.....	14
14.02 Il Sole 24 ore.....	14
16.02 MF-MERCATI .....	14
16.02 DailyMedia .....	14
16.02 Pubblicom Now .....	14
18.02 Il Sole 24 Ore .....	14
19.02 Il Messaggero .....	14
19.02 Italia Oggi.....	14
19.02 Il Roma .....	14
21.02 Daily Media .....	14
21.02 Pubblicom Now .....	15
21.02 Touch Point .....	15
21.02 ADV Express .....	15
WEB.....	15
14.02 riviera24.it.....	15
14.02 sanremonews.it.....	15

14.02 areamediapress.it.....	15
14.02 laconceria.it.....	15
15.02 liberoquotidiano.it.....	15
15.02 ilfoglio.it.....	15
15.02 iltempo.it.....	15
15.02 businesspeople.it.....	15
15.02 mediakey.tv.....	16
15.02 lasicilia.it.....	16
15.02 notizie.yahoo.com.....	16
15.02 today.it.....	16
15.02 corrieredellumbria.it.....	16
15.02 corrieredirieti.corr.it.....	16
15.02 corrieredisiena.corr.it.....	16
15.02 corrierediarezzo.corr.it.....	17
15.02 ilgiornaleditalia.it.....	17
15.02 olbianotizie.it.....	17
15.02 sassarinetizie.com.....	17
15.02 ilsannioquotidiano.it.....	17
15.02 notizie.it.....	17
15.02 touchpoint.news.....	17
15.02 laragione.eu.....	17
15.02 floridagoodfriday.com.....	17
16.02 repubblica.it.....	17
16.02 lastampa.it.....	18
16.02 ilsecoloxix.it.....	18
16.02 ilpiccolo.gelocal.it.....	18
16.02 laprovinciapavese.gelocal.it.....	18
16.02 nuovavenezia.gelocal.it.....	18
16.02 messaggeroveneto.gelocal.it.....	18
16.02 oggitreviso.it.....	18
16.02 corrierealpi.gelocal.it.....	18
16.02 milano.zone.....	19
16.02 moda.it.....	19
17.02 milanofinanza.it.....	19
17.02 finanza.tgcom24.mediaset.it.....	19
17.02 ilfoglio.it.....	19
17.02 liberoquotidiano.it.....	19
17.02 lasicilia.it.....	19
17.02 finanza.repubblica.it.....	19

17.02 ilmessaggero.it .....	19
17.02 finanza.lastampa.it .....	19
17.02 iltempo.it.....	19
17.02 corrieredisiena.corr.it .....	20
17.02 corrierediarezzo.corr.it .....	20
17.02 corrierediviterbo.corr.it .....	20
17.02 corrieredirieti.corr.it.....	20
17.02 corrieredellumbria.corr.it .....	20
17.02 olbianotizie.it.....	20
17.02 sassarinotizie.com .....	20
17.02 notizie.it.....	20
17.02 ilsannioquotidiano.it.....	21
17.02 tarantobuonasera.it.....	21
17.02 politicamentecorretto.com.....	21
17.02 notizie.yahoo.com .....	21
17.02 laragione.eu .....	21
17.02 tecnogazzetta.it.....	21
17.02 advfn.com .....	21
17.02 marketscreener.com .....	21
17.02 geosnews.com.....	21
17.02 teleborsa.it.....	22
17.02 borsaitaliana.it.....	22
18.02 vanityfair.it.....	22
18.02 today.it.....	22
18.02 ilgiornaleditalia.it.....	22
18.02 oggitreviso.it .....	22
18.02 pubblicomnow-online.it.....	22
18.02 mark-up.it .....	23
18.02 touchpoint.news.....	23
18.02 uominedonnecomunicazione.com .....	23
18.02 mediakey.tv.....	23
18.02 worldstockmarket.com.....	23
18.02 pubblicomnow-online.it.....	23
18.02 finanza.repubblica.it.....	24
18.02 puntocellulare.it .....	24
18.02 agenparl.eu .....	24
18.02 dcommerce.it .....	24
18.02 doppiasim.it .....	24
19.02 greenretail.news.....	24



20.02 notizie.today .....	25
20.02 distribuzionemoderna.info .....	25
21.02 larepubblica.it .....	25
21.02 headtopics.com .....	25
21.02 mondo3.com .....	25

## AGENZIE

### 15.02 ADNkronos

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: AL VIA IL DIVERSITY BRAND SUMMIT = Roma, 15 feb. (Adnkronos/Labitalia) - 'Planet-D: a diversity transition' è il titolo della quinta edizione del Diversity brand summit, l'unico evento in Italia che riunisce e premia i brand più inclusivi, previsto giovedì 17 febbraio dalle ore 16.30 in diretta streaming su [www.diversitybrandsummit.it](http://www.diversitybrandsummit.it) (previa registrazione); per l'occasione, verrà presentato il Diversity brand index 2022, progetto di ricerca volto a misurare la capacità delle aziende di sviluppare con efficacia una cultura orientata alla diversity & inclusion, curato da Diversity e Focus Mgmt. Dalla nuova ricerca emergono tendenze ed evidenze importanti: maggior maturità e consapevolezza del mercato sul valore e la forza delle tematiche di diversità e inclusione, intrecciate talvolta con le tematiche green, con le aziende sempre più impegnate in iniziative rivolte all'esterno, visibili a tutti, e consumatori e consumatrici meno ostili e più impegnati, propensi per il 77,5% nei confronti dei brand percepiti come più inclusivi, sebbene l'Italia si confermi un Paese 'teorico' che poco interagisce o pensa di interagire con le forme di diversità (anche se con qualche cambiamento rispetto al passato). Aumenta il net promoter score (passaparola) per le aziende più inclusive e si registra un delta potenziale del + 23% tra la crescita dei ricavi delle aziende percepite come più inclusive rispetto a quelle meno inclusive. Actimel, Amazon, Barbie, Burger King, Coca-Cola, Decathlon, Diesel, Durex, Esselunga, Fastweb, Ferrovie dello Stato Italiane, Freeda, Google, H&M, Ikea, L'Oréal, Netflix, Sorgenia, Tim, Vodafone: questi i brand che compongono la TOP 20 del Diversity Brand Index per le loro iniziative/attività realizzate in Italia nel 2021 e la loro capacità di veicolare al mercato finale tale impegno. (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:08 NNNN

### 15.02 ADNkronos (2)

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: AL VIA IL DIVERSITY BRAND SUMMIT (2) = (Adnkronos/Labitalia) - "Per i brand - dichiara Francesca Vecchioni, fondatrice e presidente di Diversity - riconoscere la realtà della diversity & inclusion non è più solo un'opzione possibile, ma una condizione necessaria e urgente. Saper fare inclusione e attivarsi realmente per mettere a valore la diversità, è una sfida per molti ancora da cogliere. Come per il cambiamento climatico, per le tematiche della d&i non c'è più tempo per il bla bla bla: è arrivato il momento per le imprese di avviare la transizione che porta a una reale e autentica inclusione. Lo richiede il mercato: le persone sono sempre più consapevoli, apprezzano e premiano le aziende che dimostrano un impegno concreto sulla d&i, e ormai sono capaci di smascherare quelle che invece praticano il cosiddetto 'diversity washing'. Per questo serve un approccio sistemico, autentico e coraggioso". Nel corso dell'evento del 17 febbraio saranno premiati i 2 brand capaci di lavorare concretamente sulla D&I, impattando anche sulla percezione di consumatrici e consumatori: una marca vincitrice assoluta e il brand che più di tutti ha saputo utilizzare la leva digitale per creare una cultura di inclusione. Il Diversity brand summit, condotto da Silvia Boccardi, patrocinato dalla Commissione europea, dal Cidu (Comitato interministeriale per i diritti umani) e dal Comune di Milano e con la sponsorship/partnership di Gradient ed Extra, prevede l'intervento di esperte ed esperti sul tema, fra cui Maria Chiara Carrozza, presidente del Consiglio nazionale delle ricerche (Cnr) e già ministro dell'Istruzione, dell'università e della ricerca. Il claim del Diversity brand summit scelto quest'anno è 'Planet-D: a diversity transition' come auspicio a una transizione totale e sincera in ottica D&I da parte delle aziende, capaci di applicare questi principi all'esterno quanto al proprio interno. "Le aziende - racconta Sandro Castaldo, presidente del comitato scientifico, docente presso Università Commerciale Luigi Bocconi e founding partner di Focus Mgmt- stanno cambiando il loro approccio alla d&i. Un'evoluzione guidata dal mercato finale. I brand inseguono la sensibilità di consumatrici e consumatori ed emerge tendenzialmente un comportamento reattivo più che proattivo. Il mercato finale guida i brand nel percepire una maggiore consapevolezza relativamente al proprio ruolo sociale. Le marche hanno capito che è giunto il tempo di lavorare in maniera concreta sull'inclusione, garantendo coerenza tra interno ed esterno, ma seguendo approcci differenziati. Parlare di inclusione al team aziendale è diverso rispetto al comunicare la d&i al mercato finale che vuole sempre più brand capaci di prendere una posizione e riflettere i propri valori. Consumatrici e consumatori ricercano una fiducia valoriale e i brand capaci di raggiungerla saranno in una posizione di assoluto vantaggio competitivo". (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:08 NNNN

### 15.02 ADNkronos (3)

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: AL VIA IL DIVERSITY BRAND SUMMIT (3) = (Adnkronos/Labitalia) - Viene confermato infatti che le pratiche inclusive sui temi di genere e identità di genere, etnia, orientamento sessuale e affettivo, età, status socio-economico, disabilità e credo religioso (le 7 aree della diversity su cui si concentra la ricerca) impattano infatti positivamente sulla reputazione dell'azienda e sulla fiducia delle consumatrici e dei consumatori, riversandosi in un indice di passaparola positivo e risultati economici migliori. I marchi percepiti come inclusivi registrano un nps (net promoter score, indicatore del passaparola) in ulteriore crescita (+5,3%) rispetto all'anno precedente, attestandosi a +86,5%; per gli altri, Inps rimane invece molto basso, sebbene in attenuazione rispetto al 2021 (-77,2% rispetto al -90,9%): un dato che conferma come il livello di attenzione e sensibilità del mercato verso questi temi si sia comunque alzato e come vengono registrati meno 'scivoloni' sul tema. Si conferma inoltre il differenziale della crescita dei ricavi tra i due gruppi di aziende, con un +23% a favore di quelle percepite come maggiormente inclusive. I dati evidenziano ancora una volta come parlare di inclusione al mercato finale in maniera coerente e affidabile non abbia controindicazioni ma porti solo vantaggi. La maggior maturità del mercato e dell'acquisizione di consapevolezza dell'importanza di questi temi da parte delle aziende emerge anche dal trend registrato in questi 5 anni delle tipologie di iniziative messe a terra e candidate, sempre più orientate verso l'esterno: è cresciuta la capacità delle aziende di differenziare le attività di d&i interne rispetto a quelle esterne. Nei primi anni del Diversity brand index i brand facevano fatica a tenere separati i due piani. Ora, nella totale consapevolezza di una necessaria coerenza tra interno ed esterno, le marche hanno compreso che il tema della d&i in una prospettiva B2C vada affrontato con approcci specifici. I dati dimostrano questa trasformazione: negli anni si è spostato il baricentro delle iniziative candidate dall'interno (scese dal 65% del 2017 al 17% del 2021) all'esterno (salite dal 35% del 2017 all'83% del 2021). Complessivamente il campione ha indicato un numero di brand citati come 'maggiormente inclusivi' leggermente inferiore rispetto alla precedente edizione (366, contro i 388 dell'anno precedente, -5,7%), a conferma di due fattori: lo scoppio dell'emergenza epidemiologica ha generato una riduzione delle occasioni di contatto tra consumatrici/consumatori e brand e il top of mind ne risulta quindi limitato; è aumentato il presidio della tematica della d&i da parte dei brand, rendendo l'arena più 'competitiva'; oggi quindi per spiccare sui temi D&I, occorre farlo in maniera più strutturata. (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:08 NNNN

## 15.02 ADNKronos (4)

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: AL VIA IL DIVERSITY BRAND SUMMIT (4) = (Adnkronos/Labitalia) - Sulla composizione settoriale dei primi 50 brand percepiti dal mercato come più inclusivi rispetto allo scorso anno si registrano dei rimbalzi che seguono la modifica dei comportamenti pandemici avvenuta fra il 2020 e il 2021: dopo il balzo in avanti dello scorso anno, retrocedono infatti le aziende dell'information technology (-8%) e media (-2%), insieme a healthcare & wellbeing (-2%). riguadagnano terreno invece le aziende legate al retail (+8%), in virtù di una maggiore possibilità di accedere agli spazi commerciali viste le calanti restrizioni pandemiche, che si conferma il settore più presente (28%), al Fmcg (beni di largo consumo, +2%) e ai consumer services (+2%). Proseguono la loro marcata progressione le marche dell'apparel & luxury goods (+4%), registrando un balzo in 3 anni dal 6 al 20% e diventando il secondo settore più indicato, grazie in primis all'adozione di un'immagine più inclusiva nelle loro campagne (special collection e così via). Cambia anche il profilo delle consumatrici e dei consumatori, dove sembra mutare il trend della polarizzazione, assumendo connotazioni meno esacerbate: se il 77,5% di consumatrici e consumatori è maggiormente propenso verso i brand più inclusivi, l'unico cluster che esprime disinteresse generale sul tema delle diversità, quello delle/degli arrabbiate/i (22,5%), quest'anno assume una connotazione "2.0", con una nuova sensibilità sulla tematica lgbt+ e una minore ostilità alla D&I rispetto al passato, cambiando sensibilmente il proprio profilo rispetto al passato. Pur in presenza quindi di un cluster che vive la D&I come una minaccia, soprattutto nella sua declinazione etnica e religiosa, quest'anno emerge un'apertura nei confronti di altre forme di diversità che in passato erano assolutamente rigettate (come per l'orientamento sessuale e affettivo). Dal lato opposto, si osserva un'evoluzione interessante che parte dalla riduzione del cluster delle/dei coinvolte/i (-18,9% rispetto all'anno precedente), rappresentando oggi il 15,6% della popolazione italiana. Le persone 'fuoriuscite' da questo segmento alimentano 3 gruppi: aumentano le/gli impegnate/i (+8,4%), diventando il cluster più numeroso con il 29,4%, confermando come l'impegno sulla D&I che passi necessariamente attraverso consapevolezza e coinvolgimento; nasce un nuovo gruppo, le/i Green (al 4,7%), ossia persone di base altruiste che si mostrano familiari con i temi della diversità ma poco attive, con un'attenzione verso gli altri e verso la dimensione ambientale e la sostenibilità; la componente di età più bassa del segmento delle/dei coinvolte/i si

sposta verso il cluster delle/degli arrabbiate/i 2.0, evidenziando ancora una volta come il Covid-19 abbiamo portato le fasce più giovani della popolazione a sentirsi più sole e a vedere le persone vulnerabili come causa delle proprie limitazioni. Restano pressoché stabili le/i consapevoli (15,2%, -0,5 p.p. dalla precedente edizione), persone attente all'inclusione, ma non direttamente coinvolte, mentre diminuiscono le/i 'tribali' (12,6%, -3,8 p.p. rispetto al 2021), esplosi l'anno scorso in epoca Covid, persone tendenti all'individualismo e attente ai temi della d&i, soprattutto lgbt+, se coinvolgono il proprio nucleo familiare. In un anno nel quale le restrizioni legate alla pandemia sono diminuite, anche la dimensione "tribale" si è affievolita, determinando uno spostamento del delta verso il segmento delle/degli arrabbiate/i 2.0. (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:08 NNNN

### 15.02 ADNkronos (5)

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: AL VIA IL DIVERSITY BRAND SUMMIT (5) = (Adnkronos/Labitalia) - Dalla ricerca l'Italia si conferma complessivamente un Paese con un buon grado di conoscenza, familiarità e contatto sui temi della diversity ma ancora con una scarsa pratica, con un gap tra il grado effettivo di contatto e quello del coinvolgimento; dopo anni di assoluta stabilità su questo fronte, nel 2021 qualcosa è cambiato. Nello specifico, disabilità, età e status socio-economico si confermano come le tre forme di diversità sulle quali la popolazione si sente più coinvolta, mentre scende lievemente il livello di familiarità, soprattutto nelle componenti del genere e dell'orientamento sessuale, e aumenta la percezione di contatto con le aree dell'etnia e della religione, controbilanciato da una percezione di minore interazione con orientamenti sessuali diversi dal proprio. "Il Covid-19 ha mutato le percezioni della popolazione sul tema della d&i. Il 2021 con le sue minori restrizioni rispetto al 2020 ha ulteriormente cambiato l'orientamento di italiane e italiani nei confronti della diversità" spiega Emanuele Acconciamezza, chief operating officer di Focus Mgmt. "Si conferma la dinamica del tribalismo, seppure ridimensionata rispetto al 2020. In qualche modo la pandemia ha forzato le persone a sentirsi più sole e a restringere la propria cerchia di frequentazioni. Alcuni hanno percepito la diversità, percependola all'interno del proprio nucleo, e nel momento in cui le restrizioni si sono allentate allo stesso modo tale percezione si è ridotta. Non esiste più, inoltre, un segmento totalmente negativo nei confronti della diversità a 360° ma solo verso alcune specifiche forme di diversity, evidenziando un percorso trasformativo. Permane una componente un po' 'rabbiosa' delle fasce più giovani della popolazione nei confronti delle persone più vulnerabili. Emerge infine un legame tra green e inclusione. Per la prima volta dall'inizio del Diversity brand index si afferma questo binomio che sarà interessante osservare negli anni". La top 20 è il risultato del meticoloso percorso di ricerca Diversity brand index 2022, condotto da gennaio a dicembre 2021, che, partendo da una mappatura continua di tutte le iniziative/attività realizzate dai brand (desk analysis), ha coinvolto attraverso una survey web un campione rappresentativo della popolazione italiana composto da 1.019 rispondenti che hanno espresso le proprie percezioni in relazione ai brand percepiti come più/meno inclusivi. Sistemizzando le preferenze e le percezioni espresse da consumatrici e consumatori è stato possibile identificare le marche percepite come più inclusive alle quali è stato richiesto di candidare le iniziative/attività realizzate nel 2021 sulla d&i in una prospettiva B2C. Tali iniziative sono state valutate da un Comitato Scientifico, composto da Professoressa e Professori Universitari esperti sulle tematiche del branding, del trust e del marketing, e da un security check committee, formato da esperti delle specifiche forme di diversità. A partire dallo scorso anno, i 50 migliori brand emersi dal Diversity brand index possono richiedere e utilizzare nelle proprie attività di comunicazione il marchio di certificazione rilasciato da diversity e Focus Mgmt che ne attesta l'inserimento tra le migliori aziende in termini di impegno sulla d&i e capacità di comunicarlo al mercato finale. (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:08 NNNN

### 15.02 ADNkronos | Gradient

ADNKRONOS 15-02-2022 19:09 [ Economia ] IMPRESE: GRADIENT, AL DIVERSITY BRAND SUMMIT 2022 CON UNA MAPPATURA DEI PROFILI SOCIAL = Milano, 15 feb. (Adnkronos/Labitalia) - Gradient, la prima start-up che con l'intelligenza artificiale analizza diversità e inclusione (d&i) nella comunicazione visiva e media (advertising, branding, cinema), sarà protagonista al Diversity brand summit 2022 con una mappatura dei profili social dei più grandi brand D&I Champion in Italia, per misurare come vengono raffigurati i diversi generi, etnie, fasce d'età e body size. Durante il Diversity brand summit 2022 viene presentato l'annuale Diversity brand index, che è volto a misurare il livello di inclusione dei brand in una prospettiva customer based, verificando il reale impegno delle aziende sulla D&I. La ricerca e l'evento sono ideati e coordinati dall'organizzazione no profit diversity e da focus management, società di consulenza specializzata sui temi del trust e del brand. Durante l'edizione del 2021



i vincitori sono stati Google e la piattaforma 'Virtual lis' di Rai. Il software di Gradient osserva immagini e video presenti nei canali digitali di ciascun brand e utilizza algoritmi proprietari di intelligenza artificiale e computer vision (la branca dell'AI in grado di riprodurre funzioni dell'apparato visivo umano) per analizzarli con altissima precisione e senza 'pregiudizi umani'. Il risultato è una fotografia di come il brand rappresenta membri del team, testimonial o protagonisti di spot e post secondo criteri di diversity & inclusion. "I nostri clienti si aspettano di essere in grado di prendere le migliori decisioni rispetto a tematiche di diversity & inclusion e Gradient è il tool digitale in grado di supportarli attraverso un approccio razionale, scalabile e scientifico. Lo richiedono i tempi e i consumatori finali: i migliori brand al mondo stanno rispondendo in maniera reattiva ed entusiasta" afferma Giorgia Coltella, ceo di Gradient. (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 15-FEB-22 19:09 NNNN

### 17.02 MF DowJones

Netflix/Amazon : vincitrici Diversity Brand Awards = MILANO (MF-DJ)--Netflix e Amazon sono i vincitori dei Diversity Brand Awards 2022, i premi riconosciuti alle aziende capaci di veicolare al mercato finale il loro reale impegno sul fronte D&I. I riconoscimenti sono stati assegnati durante la quinta edizione del Diversity Brand Summit, "Planet-D: a diversity transition" e hanno visto vincitore "overall" Netflix per il suo impegno estensivo su più fronti della D&I e vincitore "Digital" Amazon, per il progetto "Hour of Code - Laboratori di coding per giovani studenti e studentesse".

Alb (END) Dow Jones Newswires

### 17.02 ADNkronos

ADNKRONOS 17-02-2022 19:10 [ Economia ] IMPRESE: NETFLIX E AMAZON VINCONO DIVERSITY BRAND AWARDS 2022 PER L'INCLUSIONE = Netflix vincitore 'overall', Amazon vincitore 'digital' Roma, 17 feb. (Adnkronos/Labitalia) - Netflix e Amazon sono i vincitori dei Diversity Brand Awards 2022, i premi riconosciuti alle aziende capaci di veicolare al mercato finale il loro reale impegno sul fronte D&I. I riconoscimenti sono stati assegnati durante la quinta edizione del Diversity Brand Summit, 'Planet-D: a diversity transition' e hanno visto vincitore 'overall' Netflix per il suo impegno estensivo su più fronti della D&I e vincitore 'digital' Amazon, per il progetto 'Hour of Code - Laboratori di coding per giovani studenti e studentesse'. I vincitori sono stati individuati dalla sintesi dei risultati di una web survey e delle valutazioni del Comitato scientifico, composto da docenti universitari esperti sulle tematiche del branding, del trust e del marketing, e da un Security Check Committee, formato da esperti delle specifiche forme di diversità. Per il quinto anno consecutivo, il Diversity Brand Summit ha riunito i brand più inclusivi emersi dal Diversity Brand Index 2022, progetto di ricerca volto a misurare la capacità delle aziende di sviluppare con efficacia una cultura orientata alla diversity & inclusion. L'evento è organizzato e promosso dalla no profit Diversity, fondata da Francesca Vecchioni, e dalla società di consulenza strategica Focus Mgmt, patrocinato dalla Commissione europea, dal Cidu (Comitato interministeriale per i diritti umani) e dal Comune di Milano e con la sponsorship/partnership di Gradient ed Extra. A partire dallo scorso anno, i 50 migliori brand emersi dal Diversity Brand Index possono richiedere e utilizzare nelle proprie attività di comunicazione il marchio di certificazione rilasciato da Diversity e Focus Mgmt che ne attesta l'inserimento tra le migliori aziende in termini di impegno sulla D&I e capacità di comunicarlo al mercato finale. Tra le attività maggiormente apprezzate dai Comitati, è stata esaltata 'La bottega della sceneggiatura', l'iniziativa di Netflix lanciata con Premio Solinas rivolta a giovani autrici e autori tra i 18 e i 35 anni che rappresentano la multiculturalità italiana e desiderano sviluppare storie per serie Tv e che prevede borse di studio fino a 10 progetti di cui due riceveranno anche una proposta di collaborazione come assistenti in una Writer's Room di una serie in cui Netflix è coinvolta - il primo progetto riceverà anche il Premio de 'La Bottega della sceneggiatura'. (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 17-FEB-22 19:09 NNNN

### 17.02 ADNkronos (2)

ADNKRONOS 17-02-2022 19:10 [ Economia ] IMPRESE: NETFLIX E AMAZON VINCONO DIVERSITY BRAND AWARDS 2022 PER L'INCLUSIONE (2) = (Adnkronos/Labitalia) - Queste le motivazioni per il premio: "Per aver lavorato in maniera concreta ed estesa sulla D&I, soprattutto su gender, ageing, multiculturalità, orientamento sessuale e affettivo; per essersi interrogato profondamente sul tema della rappresentazione della diversità; per aver compreso la propria responsabilità di brand capace di parlare a tutte e tutti, facilitando l'abbattimento dei bias; per aver investito sulla formazione e sul mentoring, enfatizzando la portata culturale di una marca. Per aver tracciato un nuovo percorso di coinvolgimento della clientela, delle e dei professional, preferendo l'accessibilità e la vicinanza all'irraggiungibilità, investendo sul supporto concreto e reale. Per aver dimostrato di

poter abitare con orgoglio il Planet D, possedendo quel Diversity Factor di cui abbiamo parlato lo scorso anno, rappresentando la diversità in maniera inclusiva". "È un grande onore per noi - afferma Claudia Vaccarone, Inclusion Strategy manager Emea di Netflix - ricevere questo prestigioso riconoscimento. Per Netflix, l'inclusione è parte del Dna culturale, è responsabilità di ogni collega ed è un valore portante che accompagna ciò che facciamo e come lo facciamo. Abbiamo la convinzione che le grandi storie siano capaci di intrattenere ma possano anche sfidare i pregiudizi e facilitare la comprensione e l'empatia. Storie come Zero, Bridgerton, Da 5 Bloods, Atypical, Blood & Water permettono a sempre più persone di vedere la loro vita riflessa sullo schermo, e di accedere a culture e prospettive diverse". "A Netflix, creiamo e portiamo una grande varietà di storie ai nostri abbonati e alle nostre abbonate in tutto il mondo, rimuovendo gli ostacoli linguistici, tecnologici, di accessibilità e connettività. Allo stesso tempo, crediamo che la rappresentazione sullo schermo parta dalla rappresentazione di chi queste grandi storie le racconta, le dirige, le interpreta e le produce. Per questo, da un lato aspiriamo ad avere team composti da persone che provengano da background differenti e a coltivare una cultura che celebri queste unicità. Dall'altro, investiamo in progetti che portino ad arricchire l'industria creativa, anche in Italia, contribuendo a formare una nuova generazione di professioniste e professionisti che rappresentino la ricchezza multiculturale della nostra società", aggiunge. (segue) (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 17-FEB-22 19:09 NNNN

### 17.02 ADNkronos (3)

ADNKRONOS 17-02-2022 19:10 [ Economia ] IMPRESE: NETFLIX E AMAZON VINCONO DIVERSITY BRAND AWARDS 2022 PER L'INCLUSIONE (3) = (Adnkronos/Labitalia) - L'iniziativa 'Hour of Code - Laboratori di coding per giovani studenti e studentesse', promossa dall'organizzazione internazionale Code.org e sostenuta da Amazon, consiste in laboratori rivolti a giovani studenti e studentesse per imparare a programmare divertendosi. Nello specifico, un team eterogeneo composto da Solution Architect, Account Manager, Marketing Manager e Area Manager di Amazon, Amazon Web Services (Aws) e Alexa si è recato virtualmente in scuole medie italiane per insegnare come programmare in modo divertente attraverso la piattaforma 'Creative Coding Toolkit'. Sviluppata da Codemotion per Amazon, la piattaforma permette di esprimere la creatività attraverso un insieme di risorse online gratuite per studentesse, studenti e insegnanti, e creare, divertirsi, imparare e insegnare attraverso il visual coding. Queste le motivazioni per il premio: "Il Digital Diversity Brand Award vuole premiare l'iniziativa che più di altre ha saputo utilizzare la tecnologia e far leva su di essa in maniera differenziante nello sviluppo di una cultura di inclusione. Per aver compreso che la responsabilità di una marca passa anche attraverso l'heritage, l'eredità che lascerà alle generazioni future. Per aver avvicinato le studentesse e gli studenti delle scuole medie italiane a competenze complesse e cruciali nel mondo contemporaneo in modo divertente; per aver messo le persone al centro, creando un insieme di risorse online, gratuite, per creare, divertirsi, imparare e insegnare attraverso il visual coding". "Tecnologia, innovazione, diversità e inclusione vanno di pari passo in Amazon, dove ogni giorno ci impegniamo per promuovere un ambiente di lavoro e una società più equa e inclusiva, in cui l'unicità di ciascuno rappresenta il valore aggiunto di ogni progetto", commenta Mariangela Marseglia, vp & Country Manager di Amazon.it e Amazon.es. "Il riconoscimento del Digital Diversity Brand Award - prosegue - dimostra che stiamo andando nella giusta direzione: è infatti grazie alla diversità delle nostre prospettive e alle caratteristiche che ci rendono unici che possiamo davvero innovare. In particolare, con i laboratori di coding proposti con 'Hour of Code' ribadiamo un messaggio che ci sta molto a cuore: l'educazione e la formazione dei più giovani e soprattutto delle più giovani in ambito scientifico e tecnologico sono fondamentali per creare un impatto positivo sulla nostra società. La strada da fare è ancora lunga, ma da parte nostra, posso garantire che Amazon continuerà a impegnarsi e a supportare e collaborare con chiunque abbia a cuore il tema". (Lab/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 17-FEB-22 19:09 NNNN

### 18.02 ADNkronos

ADNKRONOS 18-02-2022 10:50 [ Economia ] VODAFONE: TRA AZIENDE PIU' INCLUSIVE SECONDO IL DIVERSITY BRAND INDEX 2022 = Roma, 18 feb.(Adnkronos) - Vodafone si conferma anche quest'anno tra le aziende più inclusive in Italia secondo il Diversity Brand Index 2022. Il progetto di ricerca, ideato e coordinato da Diversity e Focus Mgmt, misura il livello di inclusione dei brand e la loro capacità, attraverso iniziative e attività, di sviluppare una cultura volta a favorire la Diversity & Inclusion. Vodafone è stata selezionata grazie alla campagna "Otto su Dieci", un progetto che dimostra ancora una volta l'impegno di Vodafone nel contrastare ogni forma di violenza sulle donne. L'iniziativa, messa in campo con Fondazione Vodafone, intende far sì che sempre più

persone, compreso il pubblico dei giovanissimi, possano avvicinarsi alla tematica e comprendere a fondo la gravità del fenomeno della violenza di genere. La campagna "Otto su Dieci", creata insieme a We Are Social e lanciata in esclusiva su TikTok, racconta in brevi video otto episodi di violenza non denunciati - dal revenge porn alla violenza domestica fino a quella psicologica e alla violenza fisica - scritti e interpretati da quattro giovani influencer che si sono distinti per il loro modo di raccontare storie complesse in modo diretto e immediato e per la sensibilità che hanno dimostrato in passato nei confronti della lotta alla violenza contro le donne. L'iniziativa "Otto su Dieci" vuole inoltre promuovere la diffusione e l'utilizzo di Bright Sky, l'app di Fondazione Vodafone che mette a disposizione della comunità un sostegno concreto grazie alla tecnologia. (Val/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 18-FEB-22 10:49 NNNN

### 18.02 Italtpress

Italtpress 18-02-2022 11:16 [ Economia ] VODAFONE: TRA AZIENDE PIÙ INCLUSIVE PER IL DIVERSITY BRAND INDEX 2022 MILANO (ITALPRESS) - - Vodafone si conferma anche quest'anno tra le aziende più inclusive in Italia secondo il Diversity Brand Index 2022. Il progetto di ricerca, ideato e coordinato da Diversity e Focus MGMT, misura il livello di inclusione dei brand e la loro capacità, attraverso iniziative e attività, di sviluppare una cultura volta a favorire la Diversity & Inclusion. Vodafone è stata selezionata grazie alla campagna "Otto su Dieci", creata insieme a We Are Social e lanciata in esclusiva su TikTok, che racconta in brevi video otto episodi di violenza non denunciati - dal revenge porn alla violenza domestica fino a quella psicologica e alla violenza fisica - scritti e interpretati da quattro giovani influencer che si sono distinti per il loro modo di raccontare storie complesse in modo diretto e immediato e per la sensibilità che hanno dimostrato in passato nei confronti della lotta alla violenza contro le donne. L'iniziativa "Otto su Dieci" vuole inoltre promuovere la diffusione e l'utilizzo di Bright Sky, l'app di Fondazione Vodafone che mette a disposizione della comunità un sostegno concreto grazie alla tecnologia, sviluppata in collaborazione con CADMI - Casa delle Donne Maltrattate e Polizia di Stato. (ITALPRESS) - (SEGUE). ads/com 18-Feb-22 11:15 NNNN

### 18.02 Italtpress (2)

Italtpress 18-02-2022 11:16 [ Economia ] VODAFONE: TRA AZIENDE PIÙ INCLUSIVE PER IL DIVERSITY BRAND INDEX 2022-2- "Questo riconoscimento è per noi motivo di orgoglio e ci spinge ad impegnarci sempre di più per poter supportare la comunità con progetti concreti che possano sfruttare al meglio le potenzialità della tecnologia", commenta Ingrid Veneri, Head of Brand & Advertising di Vodafone Italia. "La valorizzazione di tutte le unicità è un obiettivo imprescindibile per Vodafone, da sempre impegnata nel promuovere una cultura orientata all'inclusione e nel contrastare ogni forma di violenza sulle donne, anche con campagne di sensibilizzazione attraverso i canali digitali. Con la campagna 'Otto su Dieci', abbiamo voluto portare all'attenzione la gravità del fenomeno della violenza di genere e accrescere la consapevolezza di un pubblico sempre più ampio. Vodafone crede fortemente che l'unione tra tecnologia e società possa costruire un futuro migliore, più inclusivo e sostenibile". (ITALPRESS). ads/com 18-Feb-22 11:15 NNNN

### 18.02 LaPresse

LaPresse 18-02-2022 11:25 [ Economia ] Vodafone: tra aziende più inclusive in Italia per il Diversity Brand Index Torino, 18 feb. (LaPresse) - Vodafone si conferma anche quest'anno tra le aziende più inclusive in Italia secondo il Diversity Brand Index 2022. Il progetto di ricerca, ideato e coordinato da Diversity e Focus Mgmt, misura il livello di inclusione dei brand e la loro capacità, attraverso iniziative e attività, di sviluppare una cultura volta a favorire la Diversity & Inclusion. Vodafone è stata selezionata grazie alla campagna 'Otto su Dieci', un progetto che dimostra ancora una volta l'impegno di Vodafone nel contrastare ogni forma di violenza sulle donne. L'iniziativa, messa in campo con Fondazione Vodafone, intende far sì che sempre più persone, compreso il pubblico dei giovanissimi, possano avvicinarsi alla tematica e comprendere a fondo la gravità del fenomeno della violenza di genere.(Segue).

### 18.02 LaPresse (2)

LaPresse 18-02-2022 11:25 [ Economia ] Vodafone: tra aziende più inclusive in Italia per il Diversity Brand Index-2- Torino, 18 feb. (LaPresse) - La campagna 'Otto su Dieci', creata insieme a We Are Social e lanciata in esclusiva su TikTok, racconta in brevi video otto episodi di violenza non denunciati - dal revenge porn alla violenza domestica fino a quella psicologica e alla violenza fisica - scritti e interpretati da quattro giovani influencer che si sono distinti per il loro modo di raccontare storie complesse in modo diretto e immediato e per la sensibilità che

hanno dimostrato in passato nei confronti della lotta alla violenza contro le donne. Il titolo della campagna riprende dei dati ufficiali del ministero dell'Interno che sottolineano come otto donne su dieci che hanno subito una violenza non hanno mai denunciato il loro maltrattante. Tra i molteplici motivi che spingono le donne a non denunciare vi sono le conseguenze negative che possono svilupparsi nel contesto familiare, oltre che la paura delle conseguenti reazioni del maltrattante. L'iniziativa 'Otto su Dieci' vuole inoltre promuovere la diffusione e l'utilizzo di Bright Sky, l'app di Fondazione Vodafone che mette a disposizione della comunità un sostegno concreto grazie alla tecnologia. Sviluppata in collaborazione con CADMI – Casa delle Donne Maltrattate e Polizia di Stato, Bright Sky è un'app gratuita che fornisce risorse e strumenti concreti alle donne che subiscono violenze e maltrattamenti, tra cui la mappatura dei servizi di supporto su tutto il territorio nazionale, la chiamata rapida al 112 attivabile con un singolo tocco su ogni pagina dell'app, oltre a questionari per valutare il rischio di una relazione e per sfatare stereotipi e luoghi comuni sul fenomeno della violenza. L'app può essere utilizzata anche da parenti, amici, colleghi di lavoro, associazioni e da tutti coloro che sono vicini a donne maltrattate. È inoltre disponibile una nuova versione browser di Bright Sky, per favorire l'accessibilità dei contenuti dell'app.

### 18.02 LaPresse | Fastweb

LaPresse 18-02-2022 12:05 [ Economia ] Fastweb: tra aziende più inclusive in Italia per il Diversity Brand Index Torino, 18 feb. (LaPresse) - Fastweb è tra le 20 aziende più inclusive d'Italia secondo il Diversity Brand Index 2022, il progetto di ricerca curato dall'organizzazione no profit Diversity e dalla società di consulenza Focus Mgmt che misura la capacità delle aziende di sviluppare con efficacia una cultura orientata alla Diversity&Inclusion. Un riconoscimento che premia le azioni e le iniziative intraprese da Fastweb che si legano profondamente alla nuova strategia 'Tu sei Futuro' che, oltre a promuovere la digitalizzazione e l'attenzione per l'ambiente, sostiene la diffusione di una cultura inclusiva e la crescita dei talenti. Fastweb è stata inserita nella Top 20 del Diversity Brand Index per aver realizzato, nel corso del 2021, 3 delle migliori 50 iniziative di Diversity&Inclusion e sulla base della loro capacità di veicolare al mercato tale impegno, lavorando concretamente su più forme di diversità, integrando digital e arte, con un'attenzione speciale alle future generazioni. (Segue).

### 18.02 LaPresse | Fastweb (3)

LaPresse 18-02-2022 12:05 [ Economia ] Fastweb: tra aziende più inclusive in Italia per il Diversity Brand Index-3- Torino, 18 feb. (LaPresse) - "Questo riconoscimento conferma l'importanza del programma di iniziative messe in piedi dalla nostra azienda - ha commentato Luciana De Laurentis, head of corporate culture & inclusion di Fastweb - Inclusion per noi significa favorire la creazione di un luogo di lavoro sicuro e inclusivo in cui le persone possano esprimere con orgoglio la propria unicità, in cui nessuno rimane indietro. Questa è la cultura che diffondiamo e in questa fase in cui anche il contesto sociale è sempre più attento a questi temi, ci impegniamo con obiettivi più ambiziosi, dando ancora maggior forza a iniziative di sostenibilità su vari ambiti: dall'inclusione digitale alla disabilità, al sostegno ai caregiver, dalla parità di genere alla valorizzazione delle competenze femminili in ambito Stem, con una particolare attenzione alla sensibilizzazione interna ed esterna sui temi di Diversity&Inclusion. Perché in azienda la diversità è un fatto, ma l'inclusione è una precisa scelta organizzativa".

### 18.02 Italtpress | Fastweb

Italtpress 18-02-2022 12:42 [ Economia ] FASTWEB: TRA LE AZIENDE PIÙ INCLUSIVE D'ITALIA MILANO (ITALPRESS) - Fastweb è tra le 20 aziende più inclusive d'Italia secondo il Diversity Brand Index 2022, il progetto di ricerca curato dall'organizzazione no profit Diversity e dalla società di consulenza Focus MGMT che misura la capacità delle aziende di sviluppare con efficacia una cultura orientata alla Diversity&Inclusion. Fastweb è stata inserita nella Top 20 per aver realizzato, nel corso del 2021, tre delle migliori 50 iniziative di Diversity&Inclusion e sulla base della loro capacità di veicolare al mercato tale impegno, lavorando concretamente su più forme di diversità, integrando digital e arte, con un'attenzione speciale alle future generazioni. Il progetto preso in esame e selezionato è "Library tutti: la normalità è negli occhi di chi guarda", evento organizzato durante la 4 Weeks 4 Inclusion dello scorso anno, in cui è stato affrontato in modo ironico e leggero il confronto su cosa sia davvero "normale" tramite 2 stand up comedian e immagini, raccolte in una library fotografica disponibili liberamente che raccontano situazioni di lavoro tra persone autentiche, in cui vengono ribaltati gli stereotipi di genere, in cui disabilità e varietà etnica rientrano nella quotidianità lavorativa. (ITALPRESS) - (SEGUE). ads/com 18-Feb-22 12:40 NNNN

**18.02 Italtpress | Fastweb (2)**

Italtpress 18-02-2022 12:42 [ Economia ] FASTWEB: TRA LE AZIENDE PIÙ INCLUSIVE D'ITALIA-2- Inoltre, il Diversity Brand Index ha riconosciuto altre due importanti iniziative: "#connessicontroilcyberbullismo", una campagna di sensibilizzazione contro il cyberbullismo attraverso attività multimediali digital e social per contribuire a formare una nuova generazione di utenti della rete più rispettosi e consapevoli, e il murales "Close the Gap, Open your Future" un dono alla città di Milano, realizzato in via De Castillia 20, nel quartiere Isola. "Questo riconoscimento conferma l'importanza del programma di iniziative messe in piedi dalla nostra azienda", ha commentato Luciana De Laurentis, Head of Corporate Culture & Inclusion di Fastweb. "Inclusione per noi significa favorire la creazione di un luogo di lavoro sicuro e inclusivo in cui le persone possano esprimere con orgoglio la propria unicità, in cui nessuno rimane indietro. Questa - ha aggiunto - è la cultura che diffondiamo e in questa fase in cui anche il contesto sociale è sempre più attento a questi temi, ci impegniamo con obiettivi più ambiziosi, dando ancora maggior forza a iniziative di sostenibilità su vari ambiti. Perché in azienda la diversità è un fatto, ma l'inclusione è una precisa scelta organizzativa". (ITALPRESS). ads/com 18-Feb-22 12:40 NNNN

## **RADIO**

### **20.02 Radio 24 – Essere e Avere**

[\[CLICCA QUI PER ASCOLTARE\]](#)

## **QUOTIDIANI**

### **14.02 Il Sole 24 ore**

La diversità conviene: fatturato più alto del 23% per le aziende inclusive

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **16.02 MF-MERCATI**

Pillole

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **16.02 DailyMedia**

Diversity Brand Index 2022: domani la presentazione con le nuove tendenze del mercato e la premiazione dei migliori progetti D&I

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **16.02 Pubblicom Now**

Diversity Brand Index 2022

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **18.02 Il Sole 24 Ore**

Netflix e Amazon vincono nella diversity

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **19.02 Il Messaggero**

Diversity Brand: Vodafone tra le aziende più inclusive

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **19.02 Italia Oggi**

A Netflix e Amazon i Diversity Brand Awards per l'inclusione

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **19.02 Il Roma**

Pastificio Garofalo nella Top50 del Diversity Brand Index

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

### **21.02 Daily Media**

Assegnati i Diversity Brand Awards per l'inclusione: Netflix vincitore "Overall", Amazon si impone sul fronte del "Digital"

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

**21.02 Publicom Now**

Diversity Brand Awards 2022: Netflix vincitore "Overall" e Amazon vincitore "Digital"

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

**21.02 Touch Point**

NETFLIX E AMAZON VINCONO I DIVERSITY BRAND AWARDS 2022

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

**21.02 ADV Express**

Assegnati i Diversity Brand Awards per l'inclusione. Netflix vincitore 'overall', AMAZON digital winner

[\[CLICCA QUI PER LEGGERE\]](#)

**WEB****14.02 riviera24.it**

Sanremo, al via la rassegna invernale-primaverile dei Martedì Letterari del Casinò

<https://www.riviera24.it/2022/02/sanremo-al-via-la-rassegna-invernale-primaverile-dei-martedi-letterari-del-casino-743184/>

**14.02 sanremonews.it**

Sanremo: il 22 febbraio riprendono i Martedì Letterari al Casinò, primo appuntamento con il giornalista Valerio Cataldi

<https://www.sanremonews.it/2022/02/14/leggi-notizia/argomenti/eventi-1/articolo/sanremo-il-22-febbraio-riprendono-i-martedi-letterari-al-casino-primo-appuntamento-con-il-giorna.html>

**14.02 areamediapress.it**

Grandi nomi per la rassegna invernale – primaverile dei Martedì Letterari del Casinò di Sanremo.

<https://www.areamediapress.it/2022/02/14/grandi-nomi-per-la-rassegna-invernale-primaverile-dei-martedi-letterari-del-casino-di-sanremo/>

**14.02 laconceria.it**

Un marchio di lusso spicca nel Diversity Brand Index (non è Gucci)

<https://www.laconceria.it/sostenibilita/un-marchio-di-lusso-spicca-nel-diversity-brand-index-non-e-gucci/>

**15.02 liberoquotidiano.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.liberoquotidiano.it/news/adnkronos/30496421/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

**15.02 ilfoglio.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.ilfoglio.it/adnkronos/2022/02/15/news/impres-al-via-il-diversity-brand-summit-3693372/>

**15.02 iltempo.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.iltempo.it/adnkronos/2022/02/15/news/impres-al-via-il-diversity-brand-summit-30496423/>

**15.02 businesspeople.it**

Diversity: i brand più inclusivi in Italia

Home page



<http://www.businesspeople.it/Business/Marketing/Diversity-brand-piu-inclusivi-in-Italia-119268>

## 15.02 mediakey.tv

Diversity Brand Summit: le aziende rispondono a un mercato sempre più maturo e sensibile sulla D&I e ci guadagnano in fiducia e ricavi

Home page



<https://www.mediakey.tv/leggi-news/diversity-brand-summit-le-aziende-rispondono-a-un-mercato-sempre-piu-maturo-e-sensibile-sulla-di-e-ci-guadagnano-in-fiducia-e-ricavi>

## 15.02 lasicilia.it

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.lasicilia.it/adnkronos/news/impres-al-via-il-diversity-brand-summit-1483519/>

## 15.02 notizie.yahoo.com

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://it.notizie.yahoo.com/impres-al-via-il-diversity-193004730.html>

## 15.02 today.it

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.today.it/partner/adnkronos/economia/lavoro/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

## 15.02 corrieredellumbria.it

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://corrieredellumbria.corr.it/news/adnkronos/30496422/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

## 15.02 corrieredirieti.corr.it

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://corrieredirieti.corr.it/news/adnkronos/30496422/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

## 15.02 corrieredisiena.corr.it

Imprese: al via il Diversity brand summit



<https://corrieredisiena.corr.it/news/adnkronos/30496422/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

**15.02 corrierediarezzo.corr.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://corrierediarezzo.corr.it/news/adnkronos/30496422/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

**15.02 ilgiornaleditalia.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/lavoro/337787/impres-al-via-il-diversity-brand-summit.html>

**15.02 olbianotizie.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.olbianotizie.it/24ore/articolo/608082-impres-al-via-il-diversity-brand-summit>

**15.02 sassarotizie.com**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<http://www.sassarotizie.com/24ore-articolo-616037-impres-al-via-il-diversity-brand-summit.aspx>

**15.02 ilsannioquotidiano.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.ilsannioquotidiano.it/2022/02/15/impres-al-via-il-diversity-brand-summit/>

**15.02 notizie.it**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://www.notizie.it/impres-al-via-il-diversity-brand-summit/>

**15.02 touchpoint.news**

“PLANET-D: A DIVERSITY TRANSITION”: IL 17 FEBBRAIO LA PREMIAZIONE DEI BRAND CON I MIGLIORI PROGETTI D&I

<https://www.touchpoint.news/2022/02/15/planet-d-a-diversity-transition-il-17-febbraio-la-premiazione-dei-brand-con-i-migliori-progetti-di/>

**15.02 laragione.eu**

Imprese: al via il Diversity brand summit

<https://laragione.eu/adnkronos/lavoro/impres-al-via-il-diversity-brand-summit/#:~:text=Actimel%2C%20Amazon%2C%20Barbie%2C%20Burger,attivit%C3%A0%20realizzate%20in%20Italia%20nel>

**15.02 floridagoodfriday.com**

Which are the most inclusive brands? Consumers reward those who embrace diversity

<https://floridagoodfriday.com/which-are-the-most-inclusive-brands-consumers-reward-those-who-embrace-diversity/>

**16.02 repubblica.it**

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

Home page



[https://www.repubblica.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://www.repubblica.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 lastampa.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://www.lastampa.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://www.lastampa.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 ilsecoloxix.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://www.ilsecoloxix.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://www.ilsecoloxix.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 ilpiccolo.gelocal.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://ilpiccolo.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://ilpiccolo.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 laprovinciapavese.gelocal.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://laprovinciapavese.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://laprovinciapavese.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 nuovavenezia.gelocal.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://nuovavenezia.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://nuovavenezia.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 messaggeroveneto.gelocal.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://messaggeroveneto.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://messaggeroveneto.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

## 16.02 oggitreviso.it

Imprese: al via il Diversity brand summit.

<https://www.oggitreviso.it/impres-al-diversity-brand-summit-273125>

## 16.02 corrierealpi.gelocal.it

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

[https://corrierealpi.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita\\_diversita\\_aziende\\_diversity\\_brand\\_index-337833693/](https://corrierealpi.gelocal.it/moda-e-beauty/2022/02/15/news/inclusivita_diversita_aziende_diversity_brand_index-337833693/)

**16.02 milano.zone**

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

<https://www.milano.zone/2022/02/16/quali-sono-i-brand-piu-inclusivi-i-consumatori-premiano-chi-abbraccia-la-diversita/>

**16.02 moda.it**

Quali sono i brand più inclusivi? I consumatori premiano chi abbraccia la diversità

<https://www.moda.it/2022/02/15/news/inclusivita-diversita-aziende-diversity-brand-index-337833693/>

**17.02 milanofinanza.it**

Netflix/Amazon: vincitrici Diversity Brand Awards

<https://www.milanofinanza.it/news/business/mfdj/7>

**17.02 finanza.tgcom24.mediaset.it**

NETFLIX/AMAZON: VINCITRICI DIVERSITY BRAND AWARDS

[http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio\\_news.asp?id=202202171948081968&chkAgenzie=PMFNW](http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202202171948081968&chkAgenzie=PMFNW)

**17.02 ilfoglio.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.ilfoglio.it/adnkronos/2022/02/17/news/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione-3702568/>

**17.02 liberoquotidiano.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.liberoquotidiano.it/news/adnkronos/30522715/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

**17.02 lasicilia.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.lasicilia.it/adnkronos/news/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione-1486736/>

**17.02 finanza.repubblica.it**

Sostenibilità, FS Italiane nella top 20 delle aziende più inclusive d'Italia

<https://finanza.repubblica.it/News/2022/02/17/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-ditalia-151/>

**17.02 ilmessaggero.it**

Sostenibilità, FS Italiane nella top 20 delle aziende più inclusive d'Italia

<https://www.ilmessaggero.it/economia/news/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-e-d-italia-6510656.html>

**17.02 finanza.lastampa.it**

Sostenibilità, FS Italiane nella top 20 delle aziende più inclusive d'Italia

<https://finanza.lastampa.it/News/2022/02/17/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-ditalia/MTUxXzlwMjltMDItMTdfVExC>

**17.02 iltempo.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

■ NETFLIX VINCITORE 'OVERALL', AMAZON VINCITORE 'DIGITAL'

## **Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione**

17/02/2022

<https://www.iltempo.it/search/?keyword=diversity%20brand%20summit&sortField=pubdate>

### **17.02 corrieredisiena.corr.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://corrieredisiena.corr.it/news/adnkronos/30522716/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### **17.02 corriereciarezzo.corr.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://corriereciarezzo.corr.it/news/adnkronos/30522716/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### **17.02 corrierediviterbo.corr.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://corrierediviterbo.corr.it/news/adnkronos/30522716/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### **17.02 corrieredirieti.corr.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://corrieredirieti.corr.it/news/adnkronos/30522716/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### **17.02 corrieredellumbria.corr.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://corrieredellumbria.corr.it/news/adnkronos/30522716/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### **17.02 olbianotizie.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.olbianotizie.it/24ore/articolo/608446-impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione>

### **17.02 sassarinotizie.com**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<http://www.sassarinotizie.com/24ore-articolo-616381-impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.aspx>

### **17.02 notizie.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.notizie.it/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione/>

**17.02 ilsannioquotidiano.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.ilsannioquotidiano.it/2022/02/17/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-linclusione/>

**17.02 tarantobuonasera.it**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.tarantobuonasera.it/adnkronos/lavoro/219295/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-linclusione/>

**17.02 politicamentecorretto.com**

ASSEGNATI I DIVERSITY BRAND AWARDS PER L'INCLUSIONE: NETFLIX VINCITORE "OVERALL", AMAZON VINCITORE "DIGITAL"



<https://www.politicamentecorretto.com/2022/02/17/assegnati-i-diversity-brand-awards-per-linclusione-netflix-vincitore-overall-amazon-vincitore-digital/>

**17.02 notizie.yahoo.com**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://it.notizie.yahoo.com/impres-netflix-e-amazon-vincono-203004953.html>

**17.02 laragione.eu**

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://laragione.eu/adnkronos/lavoro/impres-netflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-linclusione/>

**17.02 tecnogazzetta.it**

Amazon vince il Digital Diversity Brand Award 2022

<https://tecnogazzetta.it/smart-life/2022-02-17-amazon-vince-il-digital-diversity-brand-award.html>

**17.02 advfn.com**

Netflix/Amazon: vincitrici Diversity Brand Awards

[https://it.advfn.com/notizie/Netflix-Amaon-vincitrici-Diversity-Brand-Awards\\_87323705.html](https://it.advfn.com/notizie/Netflix-Amaon-vincitrici-Diversity-Brand-Awards_87323705.html)

**17.02 marketscreener.com**

Netflix/Amazon : vincitrici Diversity Brand Awards

<https://it.marketscreener.com/quotazioni/azione/AMAZON-COM-INC-12864605/attualita/Netflix-Amaon-vincitrici-Diversity-Brand-Awards-39507072/>

**17.02 geosnews.com**

ASSEGNATI I DIVERSITY BRAND AWARDS PER L'INCLUSIONE:NETFLIX VINCITORE "OVERALL", AMAZON VINCITORE "DIGITAL"

[https://it.geosnews.com/p/it/lombardia/mi/assegnati-i-diversity-brand-awards-per-l-inclusione-netflix-vincitore-overall-amazon-vincitore-digital\\_37398483](https://it.geosnews.com/p/it/lombardia/mi/assegnati-i-diversity-brand-awards-per-l-inclusione-netflix-vincitore-overall-amazon-vincitore-digital_37398483)

### 17.02 teleborsa.it

Sostenibilità, FS Italiane nella top 20 delle aziende più inclusive d'Italia

<https://www.teleborsa.it/News/2022/02/17/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-d-italia-151.html#.Yg9m--jMLIU>

### 17.02 borsaitaliana.it

SOSTENIBILITÀ, FS ITALIANE NELLA TOP 20 DELLE AZIENDE PIÙ INCLUSIVE D'ITALIA

[https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/teleborsa/economia/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-d-italia-151\\_2022-02-17\\_TLB.html?lang=it](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/teleborsa/economia/sostenibilita-fs-italiane-nella-top-20-delle-aziende-piu-inclusive-d-italia-151_2022-02-17_TLB.html?lang=it)

### 18.02 vanityfair.it

Diversity Brand Summit, Francesca Vecchioni: «Le persone premiano le aziende consapevoli»



<https://www.vanityfair.it/article/diversity-brand-summit-francesca-vecchioni-le-persone-premiano-le-aziende-consapevoli>

### 18.02 today.it

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.today.it/partner/adnkronos/economia/lavoro/impresenetflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### 18.02 ilgiornaleditalia.it

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione

<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/lavoro/338516/impresenetflix-e-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-per-l-inclusione.html>

### 18.02 oggitreviso.it

Imprese: Netflix e Amazon vincono Diversity Brand Awards 2022 per l'inclusione.

<https://www.oggitreviso.it/impresenetflix-amazon-vincono-diversity-brand-awards-2022-l%E2%80%99inclusione-273301>

### 18.02 pubblicomnow-online.it

Diversity Brand Awards 2022: Netflix vincitore "overall" e Amazon vincitore "digital"

Home page

**DIVERSITY**  
BRAND SUMMIT

Aziende e Mercati

Brand strategies

<https://www.pubblicomnow-online.it/2022/02/diversity-brand-awards-2022-netflix-vincitore-overall-e-amazon-vincitore-digital/>

### 18.02 mark-up.it

Diversity e inclusione fatte bene: i top brand in Italia nel 2021

<https://www.mark-up.it/diversity-e-inclusione-fatte-bene-i-top-brand-in-italia-nel-2021/>

### 18.02 touchpoint.news

NETFLIX E AMAZON VINCONO I DIVERSITY BRAND AWARDS 2022

<https://www.touchpoint.news/2022/02/18/netflix-e-amazon-vincono-i-diversity-brand-awards-2022/>

### 18.02 uominiedonnecomunicazione.com

Assegnati i riconoscimenti nella quinta edizione dei Diversity Brand Summit



<https://www.uominiedonnecomunicazione.com/assegnati-i-riconoscimenti-nella-quinta-edizione-dei-diversity-brand-summit/>

### 18.02 mediakey.tv

Assegnati i Diversity Brand Awards per l'inclusione: Netflix vincitore "Overall", Amazon vincitore "Digital"

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/assegnati-i-diversity-brand-awards-per-linclusione-netflix-vincitore-overall-amazon-vincitore-digital>

### 18.02 worldstockmarket.com

Diversity Brand Summit, Francesca Vecchioni: "People reward aware companies"

Home page



<https://www.worldstockmarket.net/diversity-brand-summit-francesca-vecchioni-people-reward-aware-companies/>

### 18.02 pubblicomnow-online.it

Diversity Brand Awards 2022: Netflix vincitore "overall" e Amazon vincitore "digital"

# DIVERSILY™

## BRAND SUMMIT

<http://www.pubblicomnow-online.it/2022/02/diversity-brand-awards-2022-netflix-vincitore-overall-e-amazon-vincitore-digital/>

### 18.02 finanza.repubblica.it

Vodafone è tra le aziende più inclusive in Italia secondo il Diversity Brand Index 2022

<https://finanza.repubblica.it/News/2022/02/18/vodafone-e-tra-le-aziende-piu-inclusive-in-italia-secondo-il-diversity-brand-index-2022-75/>

### 18.02 puntocellulare.it

Vodafone - la inclusività dell'azienda premiata con il Diversity Brand Index 2022

<https://puntocellulare.it/notizie/65916/vodafone-diversity-brand-index-2022.html>

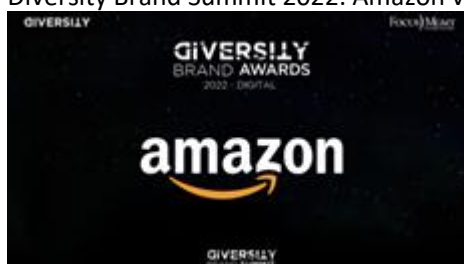
### 18.02 agenparl.eu

Fastweb è tra le aziende più inclusive d'Italia

<https://agenparl.eu/fastweb-e-tra-le-aziende-piu-inclusive-ditalia/>

### 18.02 dcommerce.it

Diversity Brand Summit 2022: Amazon vince il "Digital Diversity Brand Award" con il progetto "Hour of Code"



<https://dcommerce.it/amazon/diversity-brand-summit-2022-amazon-vince-il-digital-diversity-brand-award-con-il-progetto-hour-of-code/>

### 18.02 doppiasim.it

Diversity Brand Summit 2022: Amazon vince il "Digital Diversity Brand Award" con il progetto "Hour of Code"



<https://www.doppiasim.it/diversity-brand-summit-2022-amazon-vince-il-digital-diversity-brand-award-con-il-progetto-hour-of-code.html>

### 19.02 greenretail.news

Pasta Garofalo è tra le aziende Top 50 del Diversity Brand Index

<https://www.greenretail.news/successi-strategie/6181-pasta-garofalo-e-tra-le-aziende-top-50-del-diversity-brand-index.html>



**20.02 notizie.today**

Presentata al Diversity Brand Summit la ricerca che misura il rapporto tra consumer e brand sul tema dell'inclusività

<https://www.notizie.today/post/presentata-al-diversity-brand-summit-la-ricerca-che-misura-il-rapporto-tra-consumer-e-brand-sul-tema-380706.html>

**20.02 distribuzionemoderna.info**

Garofalo tra le aziende Top50 del Diversity Brand Index

<https://distribuzionemoderna.info/news/garofalo-tra-le-aziende-top50-del-diversity-brand-index>

**21.02 larepubblica.it**

Transizione verso la diversità: le aziende percepite come più inclusive premiate dai consumatori

<https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/italia/trend/2022/02/21/news/transizione-verso-la-diversita-i-consumatori-premiano-le-aziende-percepite-come-piu-inclusive-338605002/>

**21.02 headtopics.com**

Diversity Brand Summit, Francesca Vecchioni: «Le persone premiano le aziende consapevoli»



<https://headtopics.com/it/diversity-brand-summit-francesca-vecchioni-le-persone-premiano-le-aziende-consapevoli-24185514>

**21.02 mondo3.com**

FASTWEB È TRA LE AZIENDE PIÙ INCLUSIVE D'ITALIA

<https://www.mondo3.com/fastweb/2022-02-21-top-20-diversity-brand-index-2022.html>