

# TOP 10 DIVERSITY BRAND INDEX 2023

## ABSTRACT INIZIATIVE (in ordine alfabetico per brand)

BRAND	INIZIATIVA	CATEGORIA	ABSTRACT
<b>Barbie</b>	Barbie Fashionistas - Prima bambola con apparecchio acustico	User experience	Barbie ha voluto rappresentare il mondo intorno a noi creando bambole con innumerevoli tipi di corpi, etnie, acconciature e caratteristiche personali per dare la possibilità a ogni bambina di apprezzare l'unicità in ogni persona e di riconoscere le proprie caratteristiche nei giocattoli con cui si diverte. Barbie Fashionistas con apparecchio acustico costuisce un esempio della capacità del brand di costruire user experience diversity oriented.
<b>Intesa Sanpaolo</b>	YEP - Young Empowerment Program	Education	Intesa Sanpaolo ha dato vita ad un progetto di mentorship per aumentare l'accessibilità alle carriere STEM ed economiche per le ragazze che frequentano corsi di laurea magistrali nel Sud Italia. Il programma, sviluppato in collaborazione con Ortygia Business School, prevede un percorso di mentoring volto ad avvicinare giovani studentesse (mentee) al mondo del lavoro grazie all'affiancamento individuale e all'esperienza di donne manager e professioniste di Intesa Sanpaolo (mentor).

# TOP 10 DIVERSITY BRAND INDEX 2023

## ABSTRACT INIZIATIVE (in ordine alfabetico per brand)

BRAND	INIZIATIVA	CATEGORIA	ABSTRACT
<b>Lavazza Group</b>	Basement Cafè by Lavazza	Marketing & Communication	Basement Cafè è un talk show ideato da Lavazza che tratta temi attuali attraverso interviste a personaggi noti: il format prevede due ospiti a puntata. Tanti i temi trattati: diversità, rispetto, diritti, musica e cultura. Tutto ciò attraverso uno scambio reciproco teso ad indagare il vissuto delle giovani generazioni (e non solo), grazie a voci ed esempi emblematici e virtuosi. La piattaforma e la sua diffusione digitale costituiscono un caso innovativo di attività di marketing & communication, dove il brand esalta la capacità di parlare a tutt3 in chiave intergenerazionale.
<b>Lines</b>	Domande Scomode	Education	L'iniziativa prevede incontri fisici e virtuali con scuole medie e superiori, con l'obiettivo di sensibilizzare le giovani generazioni sulle discriminazioni di genere. Grazie all'aiuto di esperte, si risponde a domande che trattano differenti temi, tra cui: sessualità, conoscenza del proprio corpo, consenso, intimità affettiva. Un'iniziativa pluriennale di education che nello scorso anno scolastico ha raggiunto student3 in 200 scuole italiane.

# TOP 10 DIVERSITY BRAND INDEX 2023

## ABSTRACT INIZIATIVE (in ordine alfabetico per brand)

BRAND	INIZIATIVA	CATEGORIA	ABSTRACT
<b>Netflix</b>	Corso Adattamento e Doppiaggio	Education	Il corso in Recitazione e Scrittura adattate al Doppiaggio vuole trasmettere le migliori tecniche professionali con un approccio alla DE&I che tenga conto della molteplicità delle tematiche, delle storie e delle culture rappresentate, in uno scenario dell'audiovisivo sempre più globale e articolato. L'obiettivo è la formazione di nuovi talenti in ambiti quali il doppiaggio e l'adattamento. Ancora una volta tramite la formazione Netflix punta a creare un ecosistema inclusivo a supporto della sua value proposition.
<b>Procter &amp; Gamble</b>	Frutteti solidali	Local engagement	Il progetto di inclusione sociale e integrazione prevede la creazione di orti solidali, ossia aree coltivabili gestite da comunità che supportano persone in difficoltà e a rischio di emarginazione sociale. I proventi, derivanti dalla vendita della frutta e della verdura coltivata, permettono a queste comunità di prosperare e di fornire lavoro a specifiche fasce di popolazione. Un esempio di local engagement focalizzata sullo status socio-economico.

# TOP 10 DIVERSITY BRAND INDEX 2023

## ABSTRACT INIZIATIVE (in ordine alfabetico per brand)

BRAND	INIZIATIVA	CATEGORIA	ABSTRACT
<b>Rai</b>	No Women No Panel - Senza Donne Non Se Ne Parla	User experience	L'iniziativa, partita dalla Commissione europea e fatta propria inizialmente da Radio Rai 1, è stata raccolta dall'azienda che si è fatta capofila del progetto in Italia. Il Protocollo di intesa "No Women No Panel - Senza Donne Non Se Ne Parla" prevede l'impegno delle istituzioni firmatarie a garantire un equilibrio di genere in panel, convegni, seminari ed eventi pubblici organizzati e/o patrocinati. La Rai è chiamata a presiedere e facilitare questo processo, fornendo gli strumenti attuativi agli enti e alle realtà territoriali coinvolte e condividendo i dati di impatto ed efficacia del percorso.
<b>Real Time</b>	Real Time e NABA per la Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne 2022	Local engagement	Real Time ha trasmesso il documentario che racconta la tenacia di Teresa Buonocore, madre di Alessandra Cuevas, che ha avuto il coraggio di denunciare l'uomo che aveva abusato di sua figlia e per questo fu assassinata. Da questa scelta editoriale è nata la collaborazione fra Real Time e NABA (Nuova accademia di belle arti): l'accademia ha deciso di coinvolgere students nella realizzazione di un'opera, presentata poi presso il campus di Milano, per un evento volto a restituire la complessità ed il coraggio della denuncia della violenza di genere.

# TOP 10 DIVERSITY BRAND INDEX 2023

## ABSTRACT INIZIATIVE (in ordine alfabetico per brand)

BRAND	INIZIATIVA	CATEGORIA	ABSTRACT
<b>Spotify</b>	Sound Up	Supplier diversity	Il programma globale di Spotify è dedicato a supportare la produzione di podcast originali da parte di aspiranti podcaster che fanno parte di categorie sottorappresentate nel mondo dei contenuti audio. La prima edizione italiana di Sound Up è focalizzata sulle donne: da un'analisi della classifica Top 100 dei podcast presenti su Spotify è risultato che solo il 22% è condotto da donne. Spotify ha selezionato 10 partecipanti, su oltre 1.000 candidature, ammesse al programma di formazione virtuale di 4 settimane, dedicato alla creazione di podcast.
<b>The Walt Disney Company Italia</b>	Thor: Love and Thunder per Famiglie Arcobaleno e le Famiglie Ucraine di Sport Senza Frontiere	Local engagement	Disney ha dedicato alle famiglie di due charity partner un momento importante di ispirazione. In occasione dell'arrivo nei cinema del film Marvel Studios "Thor: Love and Thunder", l'attrice Natalie Portman ha incontrato bambini di famiglie ucraine supportate da Sport Senza Frontiere e del network di Famiglie Arcobaleno, per rispondere alle loro domande sul film a seguito di una proiezione, in italiano con sottotitoli in ucraino, a loro dedicata. L'iniziativa rende protagoniste bambini in ottica intersezionale.