Gabriella Crafa

DIVERSITY BRAND SUMMIT

Diversity Brand Index 2024

L'impegno dei brand:
sfide e opportunità per fare la differenza

Diversity Brand Summit 2024 - 7^ edizione. Powered by FONDAZIONE DIVERSITY & FOCUS MGMT Our Values Your Value

#DBS2024

Comitato Scientifico

Un panel di esperts di DE&I, psicologia, marketing, branding e trust e innovazione.

Sandro Castaldo (*Presidente*)
Università L. Bocconi

Nicola Palmarini
UK's National Innovation Centre for Ageing

Monica Grosso
Em Lyon

Roberto Baiocco
Sapienza
Università di Roma

Michele Costabile
Luiss
Guido Carli

Antonella Pirro Ruggiero
LUM Libera Università Mediterranea

Fabio Lucidi
Sapienza
Università di Roma

Maria Carmela Ostilio
SDA Bocconi

DIVERSITY BRAND SUMMIT

Comitato
Security Check

Un panel di esperts verticali sulle singole forme di diversità, con il ruolo di garants.

#DBS202

Gabe Silvan Nero
DE&I Consultant
AREA: GENERE E IDENTITÀ DI GENERE

Marina Cuollo
Scrittrice, speaker radiofonica, autrice di podcast e content creator
AREA: DISABILITÀ

Fabrizio Acanfora
Neurodivergent advocate, divulgatore, scrittore, docente universitario
AREA: DISABILITÀ

Emanuela Notari
Longevity economy consultant, contributor, lecturer, redattrice
AREA: ETÀ E GENERAZIONI

Karen Ricci
Autrice, consulente e formatrice
AREA: GENERE E IDENTITA' DI GENERE

Lara Lago
Giornalista e body activist
AREA: ASPETTO FISICO

Chris Richmond N'zi
Founder Mygrants
AREA: ETNIA

DIVERSITY BRAND SUMMIT

Gli item valutati

- Numero di diversità coinvolte
- Canali e tecnologia utilizzati
- KPI, budget, risultati e impatto
- Target e scope geografico
- DE&I Strategy (a livello overall e B2C)

I progetti valutati nel DBI 2024 (realizzati nel 2023)

Il **trend** positivo degli anni precedenti, caratterizzato dalla crescente capacità dei brand di ideare **iniziative mirate al mercato finale**, ha subito una **battuta d'arresto** quest'anno.

Si osserva infatti un **aumento delle iniziative HR** che hanno avuto anche visibilità esterna.

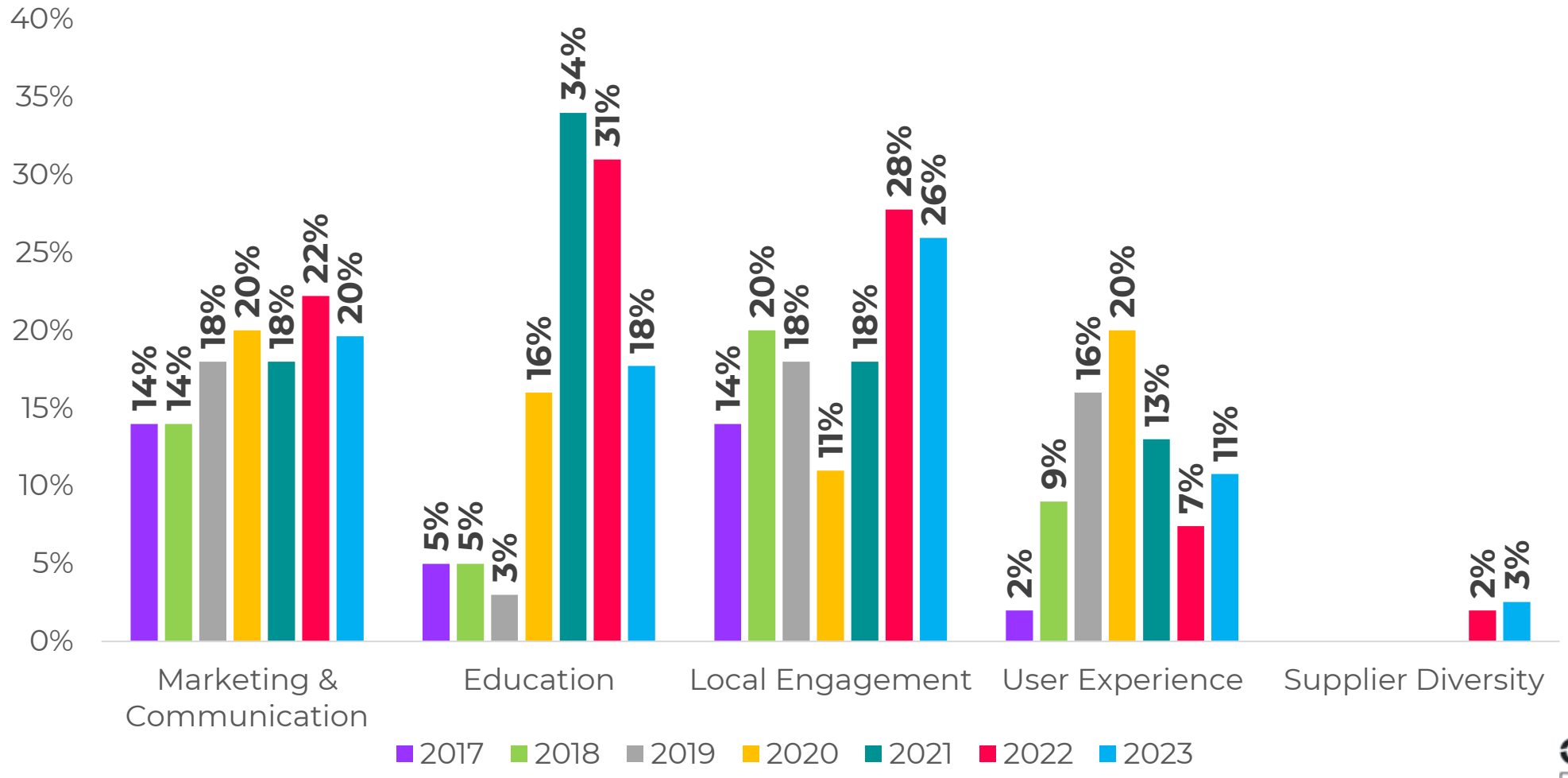
INTERNO 23%

(VS 10% 2022, 17% 2021, 32% 2020, 44% 2019, 52% 2018 E 65% NEL 2017)

ESTERNO 77%

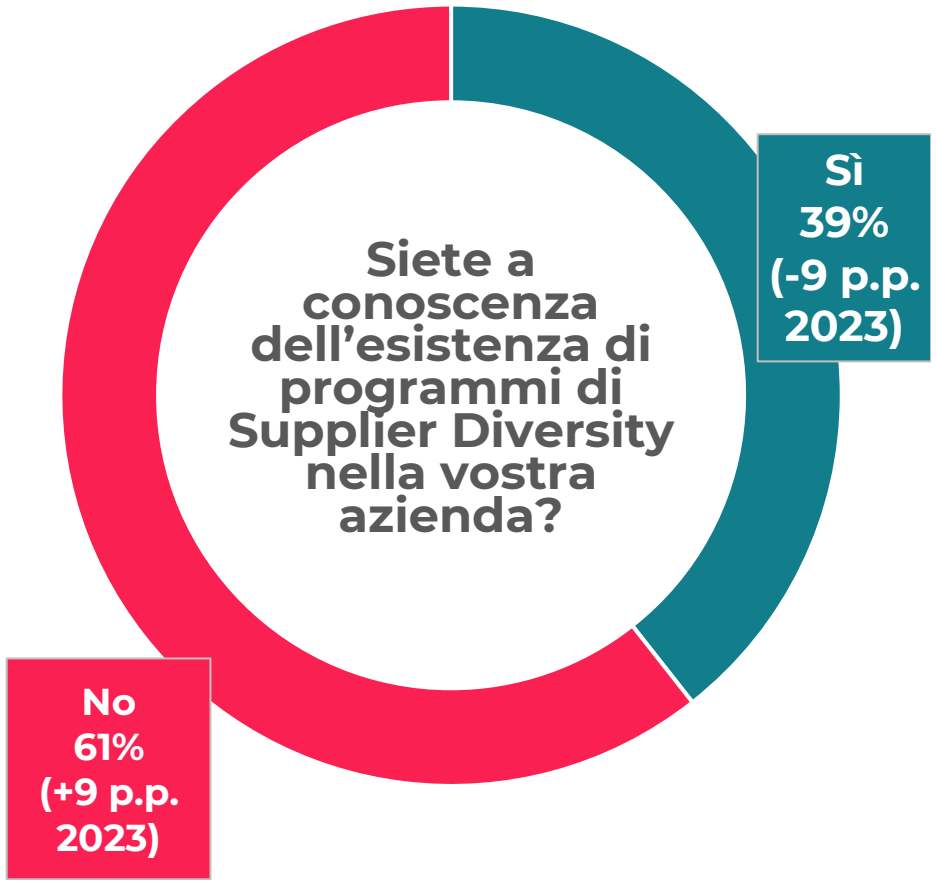
(VS 90% 2022, 83% 2021, 68% 2020, 56% 2019, 48% 2018 E 35% NEL 2017)

I progetti valutati nel DBI 2024
(realizzati nel 2023)



Best 50* e Supplier Diversity

*Prime 50 aziende valutate nel DBI 2024
(survey + valutazioni dei Comitati)



Best 50* e Supplier Diversity

***Prime 50 aziende valutate nel DBI 2024 (survey + valutazioni dei Comitati)**

Diminuisce l'utilizzo della certificazione come proxy per rilevare la compliance delle aziende fornitrici.

Il 48% DEI BRAND

-7 p.p. vs 2022

richiede certificazioni (anche al di fuori del perimetro della DE&I)

IL 24% DELLE AZIENDE

POSSIEDE PROGRAMMI DI SUPPLIER DIVERSITY E RICHIEDE CERTIFICAZIONI ALLE AZIENDE FORNITRICI

-10 p.p. vs 2022

IL 36% DELLE AZIENDE

NON POSSIEDE PROGRAMMI DI SUPPLIER DIVERSITY E **NON** RICHIEDE CERTIFICAZIONI ALLE AZIENDE FORNITRICI

+5 p.p. vs 2022

DBI 2024:
TOP 10 INITIATIVES

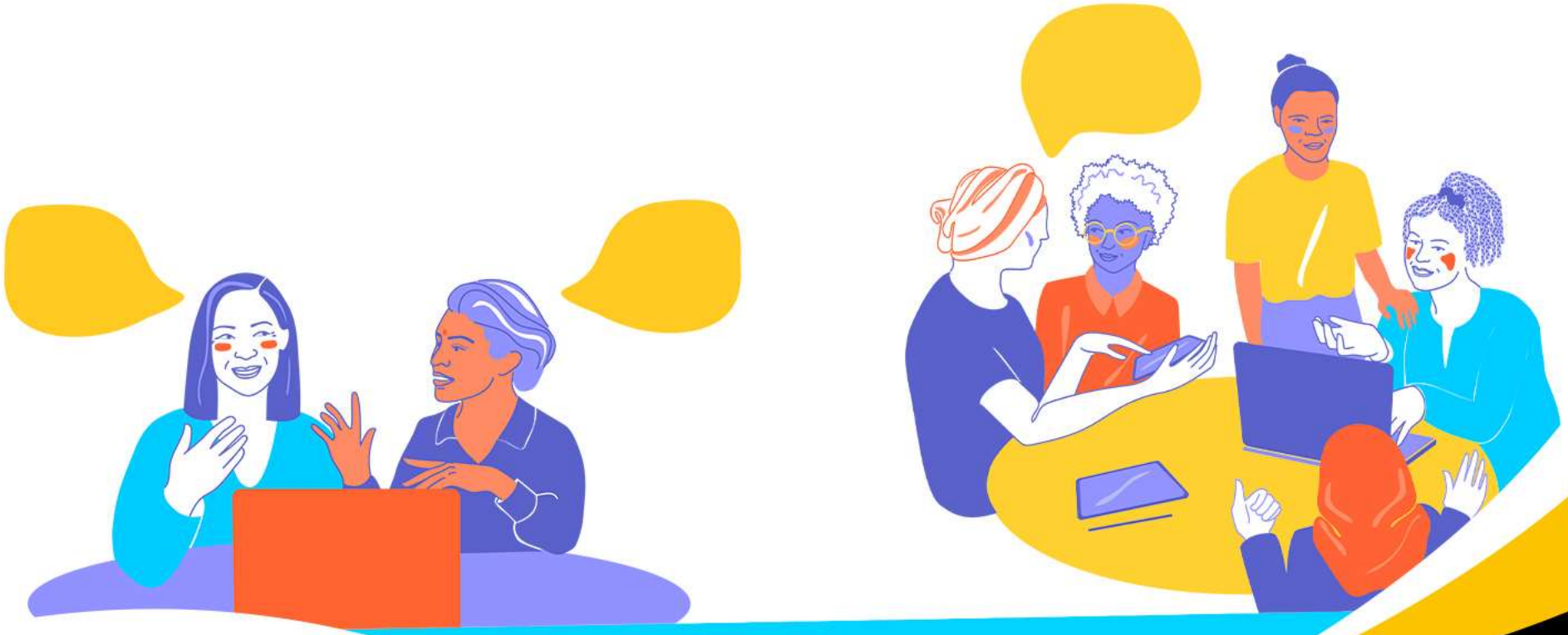
Iniziative che includono!
(Rigorosamente in ordine alfabetico)

SHE IS AMAZON

Barbie

#DBS2024

FASTWEB | sistech



PLAYING ON BIASES

Digitale e donne rifugiate

DIVERSITY BRAND SUMMIT

PER FERMARE LE MOLESTIE IN LUOGHI PUBBLICI NON C'È UNA SOLUZIONE. MA CINQUE.

Scopri l'approccio 5D. Un metodo sicuro e concreto per intervenire nel momento del bisogno. Inquadra il QR Code e scopri le 5 azioni utili.

#DBS2024

PER FERMARE LE MOLESTIE IN LUOGHI PUBBLICI NON C'È UNA SOLUZIONE. MA CINQUE.

Scopri l'approccio 5D. Un metodo sicuro e concreto per intervenire nel momento del bisogno. Inquadra il QR Code e scopri le 5 azioni utili.

con il Patrocinio del

MINISTERO DELL'INTERNO

FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

N.1 DISTRAI

PER FERMARE LE MOLESTIE IN LUOGHI PUBBLICI NON C'È UNA SOLUZIONE. MA CINQUE.

Scopri l'approccio 5D. Un metodo sicuro e concreto per intervenire nel momento del bisogno. Inquadra il QR Code e scopri le 5 azioni utili.

con il Patrocinio del

MINISTERO DELL'INTERNO

FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

#DBS2024
H&M
DIVERSITY
BRAND SUMMIT

In IKEA
scegliamo di vedere il potenziale
che c'è in ognuno di noi.
E tu, cosa vedi?

IKEA®

“L’eye tracking ha dato la possibilità anche ai terapisti di andare a lavorare su delle problematiche che in altri contesti sarebbero state molto più pesanti da affrontare”

- l’intervista a TOG

PayPal x TOG Fondazione TOG Onlus

sky

Inclusion Factory

#DBS2024

Spotify

DIVERSITY BRAND SUMMIT

LA PARITÀ NON PUÒ ASPETTARE

DONNEXSTRADA

I NEGOZI TIM DIVENTANO **PUNTI VIOLA**

RIFUGI SICURI PER LE **DONNE** IN SITUAZIONI DI PERICOLO

PUNTO VIOLA

#DBS2024

DIVERSITY BRAND SUMMIT

#DBS2024

DBI 2024:
DESIGN 4 ALL

DIVERSITY BRAND SUMMIT

#DBS2024

DIVERSITY
BRAND SUMMIT

In conclusione...

01

Break the bias

6/10 Bambin3 considerano la diversità come un pregio*. Impariamo a disimparare e abbracciamo questo valore in ogni step del percorso di ideazione di nuove iniziative!

02

Make yourselves uncomfortable

C'è bisogno di rompere le routine, di pensare ad iniziative strategiche per il mercato finale. La strada più comoda non è mai la migliore per l'inclusione!

03

Be leaders and involve the supply chain

I brand hanno il dovere di chiedere di più ed aiutare a fare meglio. Ogni supplier deve essere preparato all'inclusione.

Gabriella Crafa

Grazie