EUROPEAN PRIDE BUSINESS NETWORK

EDGE LGBTQIA+ LEADERS FOR CHANGE

PRIDE BUSINESS FORUM

PROGETTO EPBN-WISE: **Inclusione sul luogo di lavoro per un'Europa sostenibile**

Guida EPBN-WISE per le Imprese

Pride Biz Austria

autre cercle

Völklinger Kreis

Progetto EPBN-WISE: Inclusione sul luogo di lavoro per un'Europa sostenibile

Guida EPBN-WISE

Toolkit

Progetto EPBN-WISE (n. 101144826), finanziato dall'Unione europea.

Questa Guida è stata redatta da Pride Business Forum nell'ambito dell'attuazione del Work Package 5 del Progetto

La traduzione è di Emilia De Santis
Il riadattamento del testo in italiano è stato curato da Lucia Urciuoli per EDGE



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse sono esclusivamente degli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né l'autorità erogatrice possono essere ritenute responsabili.

PREMESSA

Promuovere l'inclusione delle persone LGBTQIA+ nel mondo del lavoro significa oggi andare oltre il principio, fondamentale, della non discriminazione. Significa aiutare concretamente le imprese a comprendere quali politiche, strumenti e comportamenti possano rendere i luoghi di lavoro realmente più inclusivi.

È per questo che riteniamo particolarmente importante il Toolkit per le imprese sviluppato da Pride Business Forum (PBF) nell'ambito del progetto europeo WISE. Il suo valore sta soprattutto nella sua dimensione pratica: offre alle aziende un punto di partenza per interrogarsi sulle proprie politiche e pratiche organizzative e per individuare azioni concrete a favore dell'inclusione delle persone LGBTQIA+.

Il progetto WISE, realizzato tra il 2024 ed il 2026, ha inoltre mostrato quanto sia importante guardare non soltanto alle discriminazioni formalmente rilevate, ma anche a quei comportamenti quotidiani, alle microaggressioni, agli stereotipi e alle dinamiche informali che possono creare un ambiente di lavoro nel quale alcune persone non si sentono pienamente libere di essere sé stesse. La ricerca sulle microaggressioni realizzata da EDGE nell'ambito del progetto nei cinque Paesi coinvolti ha evidenziato, in particolare, la rilevanza delle microaggressioni come fattore di esclusione sul luogo di lavoro.

Come EDGE, abbiamo quindi scelto di tradurre, riadattare e diffondere questo Toolkit anche in Italia perché crediamo che strumenti europei di questo tipo possano essere tanto più efficaci quanto più sono capaci di parlare direttamente alle imprese e al loro specifico contesto nazionale.

Non si tratta semplicemente di tradurre un documento, ma di far circolare conoscenze, esperienze e strumenti sviluppati attraverso una collaborazione europea, rendendoli accessibili alle imprese italiane e adattandoli alle loro esigenze. In questo senso, il Toolkit rappresenta anche un ponte tra la dimensione europea e quella nazionale: tra i principi di uguaglianza e non discriminazione e la loro concreta applicazione nelle organizzazioni.

L'auspicio è che questo strumento possa essere utile tanto alle aziende che stanno iniziando un percorso di inclusione quanto a quelle che hanno già sviluppato politiche DEI e vogliono consolidarle, misurandone l'efficacia e individuando nuovi ambiti di intervento.

L'inclusione, infatti, non è un traguardo statico, ma un processo che richiede consapevolezza, strumenti, competenze e capacità di ascolto. Con questo Toolkit EDGE intende contribuire, anche in Italia, a rendere questo percorso più concreto e accessibile.

Lucia Urciuoli
Presidente, EDGE

CHI SIAMO

EDGE – Leaders for Change è un'organizzazione italiana impegnata nella promozione della piena inclusione delle persone LGBTQIA+ nel mondo del lavoro, nelle professioni e nel business. Attraverso attività di ricerca, advocacy, formazione, networking e sensibilizzazione, EDGE promuove il dialogo tra imprese, istituzioni, organizzazioni della società civile e altri stakeholder, con l'obiettivo di favorire ambienti professionali più inclusivi e contrastare le discriminazioni.

EPBN – European Pride Business Network è la rete europea che riunisce associazioni e organizzazioni impegnate nella promozione dell'inclusione LGBTQIA+ nel mondo del lavoro e dell'impresa in Europa. EPBN favorisce la cooperazione tra organizzazioni nazionali, imprese e istituzioni europee e contribuisce al confronto sulle politiche di uguaglianza, inclusione e non discriminazione.

WISE – Workplace Inclusion for a Sustainable Europe è stato un progetto europeo dedicato alla promozione dell'inclusione delle persone LGBTQIA+ nei luoghi di lavoro, realizzato tra il 2024 ed il 2026 attraverso la collaborazione di organizzazioni partner di diversi Paesi europei, tra cui EDGE per l'Italia e Pride Business Forum per la Repubblica Ceca. Il progetto ha combinato ricerca, capacity building e strumenti pratici rivolti al mondo del lavoro, con l'obiettivo di comprendere meglio le esperienze delle persone LGBTQIA+ e sostenere imprese e organizzazioni nello sviluppo di ambienti di lavoro più inclusivi. Il progetto ha coinvolto Austria, Repubblica Ceca, Francia, Germania e Italia e ha prodotto anche strumenti e metodologie destinati a supportare concretamente le imprese e le persone LGBTQIA+ nel loro percorso di inclusione.

COME PROMUOVERE L'EQUITÀ NEL CONTESTO LAVORATIVO

Una guida pratica per chiunque desideri garantire il benessere delle persone all'interno di un'azienda o di un'organizzazione e assicurare che vengano trattate alla pari.

8 **Cos'è questa guida?**
8 **Un ambiente equo per tutti**
8 Perché iniziare
9 **Motivazioni etiche**
9 Ricerca
11 Documenti internazionali
11 **Motivazioni economiche**
11 Ricerca
12 **I vantaggi della diversità**
13 **Impegni legali**
14 **Come creare un ambiente di lavoro sicuro ed equo**
14 Documenti, dichiarazioni e vantaggi
14 Strategia e valori
15 Politiche interne
16 Procedure prescritte e raccomandazioni
17 **Benefici equi**
18 **Gestione dei talenti**
18 Acquisizione dei talenti
19 **Gruppo di dipendenti LGBTQIA+**
20 **Viaggi all'estero**
21 **Sondaggi e feedback**
22 **Istruzione e sensibilizzazione**
22 Comunicazione interna
23 **Formazione e webinar**
24 **Oggetti e simboli arcobaleno**
25 **Visibilità e impegno pubblico**
25 Comunicazione esterna
26 **Riproposizione di loghi e prodotti**
26 **Linguaggio inclusivo**

27 **Le persone LGBTQIA+ e le tematiche a loro correlate nel marketing**
28 **Sostegno finanziario e in natura per le organizzazioni LGBTQIA+**
29 **Coinvolgere le organizzazioni della società civile**
30 **Partecipazione a eventi**
31 **Dove trovare supporto**
31 **Livelli di Supporto**
32 **Come iniziare senza il sostegno degli altri**
32 **Il potere della storia personale**
33 **Dati e fatti**
33 **Gruppi di dipendenti come spazi di sicurezza e cambiamento**
34 **Le Risorse Umane come chiave del cambiamento**
34 **La leadership come principale motore del cambiamento**
35 **Quando la leadership resta in silenzio**
35 **Supporto da una strategia globale**
35 **Collaborare con partner esperti**
35 Partner locali e internazionali
36 **Partner aziendali**
37 **Chi guida la diversità LGBTQIA+ in azienda**
37 Responsabilità condivisa e ruolo degli alleati
37 Una persona o un gruppo di riferimento
38 **L'equità è un lavoro di squadra**
38 **Comprendere il pinkwashing**
38 Come identificarlo
39 Perché è un problema?
40 **Contatti utili LGBTQIA+**
40 Assistenza internazionale

44 **Fonti**
46 **Elenco delle abbreviazioni**

COS'È QUESTA GUIDA?

Questa guida è stata concepita come documento di riferimento per chiunque desideri impegnarsi nella creazione di ambienti di lavoro significativi, rispettosi, diversificati e inclusivi per le persone LGBTQIA+. Il documento va inteso come un primo approccio all'argomento e affronta sia aspetti teorici sia esempi pratici relativi all'inclusione delle persone LGBTQIA+ nel contesto lavorativo.

UN AMBIENTE EQUO PER TUTTI

Il luogo di lavoro rappresenta lo spazio in cui si svolge una parte significativa della vita quotidiana e, in quanto tale, dovrebbe garantire condizioni che favoriscano benessere, rispetto e libertà di espressione.
Questa guida offre ispirazione e indicazioni pratiche per contribuire alla creazione di ambienti professionali inclusivi. È destinata a professionisti delle risorse umane, manager e a tutte le figure impegnate nella promozione di contesti lavorativi sicuri e rispettosi.
Un ambiente realmente inclusivo si sviluppa attraverso azioni quotidiane: l'attenzione al linguaggio, la qualità dell'ascolto e il riconoscimento di esperienze e prospettive diverse. Ogni ruolo professionale contribuisce a questo processo.

Perché iniziare

La diversità, l'equità e l'inclusione (DEI) nelle aziende partono da una verità semplice: ognuno di noi possiede un'esperienza di vita unica. L'obiettivo è riequilibrare le disparità e rimuovere le barriere. Quando le aziende attuano iniziative DEI, lanciano un messaggio chiaro: i loro ambienti di lavoro sono aperti, rispettosi e privi di discriminazioni.
Sebbene siano spesso le Risorse Umane a guidare tali iniziative all'interno di una azienda, queste possono nascere anche altrove: attraverso i cd. ERG Groups (Employee Resource Groups o Gruppi di Affinità per i dipendenti), iniziative del management o persino in risposta alle aspettative del mercato.
Le ragioni per adottare la DEI sono molteplici e riconducibili principalmente a due categorie: quella etica, legata all'equità, e quella di business, legata ai risultati aziendali.

MOTIVAZIONI ETICHE

Ricerca

L'orientamento sessuale, l'identità e l'espressione di genere e le caratteristiche sessuali sono aspetti naturali di ciò che siamo. Nessuno dovrebbe subire discriminazioni, odio o violenza sul lavoro a causa di questi. Eppure le persone LGBTQIA+ si trovano ancora ad affrontare tali problematiche. Si considerino, ad esempio, i seguenti dati:

Secondo la FRA (Fundamental Rights Agency) nel 2024:

- Il 9% delle persone LGBTQIA+ è stata discriminata durante la ricerca di un lavoro.
- Il 18% delle persone LGBTQIA+ ha subito discriminazioni direttamente sul luogo di lavoro.

Secondo un rapporto dell'OCSE (2020):

- In tutta l'UE, nel 2019, oltre un quarto delle persone LGBTQIA+ ha dichiarato di aver nascosto il proprio orientamento sessuale o la propria identità di genere per paura di subire discriminazioni.
- Un quinto delle persone LGBTQIA+ dichiara di subire discriminazioni nel mercato del lavoro in quanto parte della comunità.
- Le persone LGBTQIA+ hanno una probabilità di trovare un impiego inferiore del 7% rispetto alle loro controparti non LGBTQIA+.

Secondo una ricerca condotta da L'Autre Cercle in Francia (2022):

- 3 dipendenti LGBTQIA+ su 6 hanno riferito di essere stati vittime di violenza sul lavoro.
- 1 dipendente LGBTQIA+ su 2 ha riferito di aver sentito insulti ed epiteti offensivi rivolti alle persone LGBTQIA+.
- 1 dipendente LGBTQIA+ su 6 ha riferito di aver subito discriminazioni da parte del proprio superiore diretto.

Secondo una ricerca condotta da Fulcrum in Ucraina (2023):

- Solo il 38% delle aziende include un approccio SOGIESC (Orientamento sessuale, Identità di genere, Espressione di genere e Caratteristiche sessuali) nelle proprie politiche.

Secondo una ricerca condotta dal Ministero degli Affari Sociali del Baden-Württemberg (2022):

- Il 75% delle persone gay e lesbiche intervistate ha riferito di aver subito qualche forma di discriminazione sul luogo di lavoro.
- Questa percentuale sale all'83% tra le persone trans.

Secondo Being LGBTQIA+ in Czechia 2022 (Pitoňák & Macháčková, 2023):

- Il 44% delle persone LGBTQIA+ ha ricevuto commenti negativi.
- Il 22% delle persone LGBTQIA+ ha nascosto la propria identità per paura di molestie o aggressioni.
- Il 14% delle persone LGBTQIA+ ha subito discriminazioni sul posto di lavoro nell'ultimo anno.

“I miei colleghi mi prendevano in giro con commenti inappropriati”,
racconta un uomo di Praga che aveva rivelato il proprio orientamento sessuale sul posto di lavoro.

“La situazione è peggiorata quando un giorno sono arrivato in ufficio e ho trovato dei vibratori e diversi sex toy sparsi attorno alla mia scrivania”.

Un collega gli ha poi suggerito di prendersi qualche giorno di ferie, aggiungendo:
“Non riuscirai a provarli tutti nel fine settimana”.

In tutta l’UE, il 30% delle persone LGBTQIA+ nasconde la propria identità sul lavoro; si tratta soprattutto di uomini bisessuali (56%) e di persone transgender (46%). I contesti in cui le persone sono più aperte sono i Paesi Bassi e la Danimarca (solo il 12% la nasconde), mentre i tassi più bassi di dichiarazione si registrano in Romania (58%), Lituania (58%) e Cipro (54%).

Nascondere la propria identità accresce lo stress, compromette le relazioni e riduce il senso di sicurezza. Come ha affermato un partecipante ceco all’indagine:

“All’inizio avevo deciso di tenere separati lavoro e vita privata, ma si è rivelato più difficile del previsto. In ufficio eravamo costantemente in contatto ed era complicato mantenere le distanze; così finivo per evitare argomenti personali, come la famiglia o il partner, proprio per non lasciarmi coinvolgere troppo”.

Documenti internazionali

Il sostegno all'uguaglianza delle persone LGBTQIA+ nasce non solo dai nostri valori, ma anche da documenti internazionali come la **Dichiarazione universale dei diritti umani** e la **Carta dei diritti fondamentali dell'UE.**

I loro principi fondamentali sono:

- Uguaglianza e dignità umana: Ognuno ha diritto a un trattamento paritario e al rispetto, indipendentemente dalla propria identità.
- Giustizia e non discriminazione: Nessuno dovrebbe essere svantaggiato per ciò che è.
- Rimediare ai torti del passato: Le persone LGBTQIA+ hanno subito (e in molti luoghi subiscono ancora) discriminazioni. È necessario opporsi attivamente e lavorare per il cambiamento.
- Sostegno all'autenticità e alla salute mentale: Quando le persone possono essere se stesse, stanno meglio; questo favorisce sia il loro benessere sia la qualità delle relazioni sul posto di lavoro.

MOTIVAZIONI AZIENDALI

Nella stesura di questo capitolo abbiamo tratto ispirazione da *"Leading Through Bias: 5 Essential Skills to Block Bias and Improve Inclusion at Work"* di Poornima Luthra e Sara Louise Muhr, un volume che offre una prospettiva pratica su come riconoscere e ridurre i pregiudizi sul luogo di lavoro.

Ricerca

Numerosi studi dimostrano che la DEI ha un impatto positivo sui risultati aziendali. Sostenere la DEI non è solo una questione di valori: è anche una strategia di business efficace.

Secondo Korn Ferry:

- L'87% delle aziende più ammirate afferma che la diversità e l'inclusione influiscono positivamente sui propri risultati.
- Le organizzazioni diversificate e inclusive hanno il 70% di probabilità in più di entrare con successo in nuovi mercati.

Lo studio globale di McKinsey (2020), che ha analizzato oltre 1.000 aziende in 15 paesi, ha rilevato che:

- Le aziende con la maggiore diversità di genere nei team dirigenziali hanno il 25% di probabilità in più di registrare una redditività superiore alla media.
- Con consigli di amministrazione caratterizzati da diversità di genere, la probabilità è salita al 28%.
- Le organizzazioni con una leadership etnicamente e culturalmente diversificata presentano fino al 36% di probabilità in più di ottenere risultati superiori in termini di redditività.

I VANTAGGI DELLA DIVERSITÀ

Sostenere gruppi eterogenei sul luogo di lavoro porta numerosi vantaggi, sia per i dipendenti sia per l'azienda nel suo complesso.

Prevenire la discriminazione:	Un ambiente accogliente riduce le reazioni negative verso le identità non cis-eterosessuali e crea condizioni di sicurezza per tutti.
Maggiore Fedeltà e produttività:	Le persone che si sentono rispettate e accettate sono più soddisfatte, ottengono prestazioni migliori e collaborano più volentieri.
Riduzione del ricambio del personale:	È più probabile che i dipendenti LGBTQIA+ rimangano dove si sentono benvenuti, consentendo di risparmiare sui costi di assunzione e inserimento.
Più innovazione e prestazioni:	Team diversificati apportano prospettive ed esperienze differenti, che favoriscono la creatività e contribuiscono a risultati aziendali migliori.
Reputazione aziendale più solida:	Un ambiente accogliente migliora la percezione pubblica, attirando talenti qualificati e nuovi clienti.
Valore specifico del settore:	Ad esempio, nel settore sanitario, la diversità porta a una maggiore qualità dell'assistenza e a una migliore esperienza per il paziente.
Un criterio di assunzione:	Le persone LGBTQIA+ cercano attivamente datori di lavoro che sostengano apertamente l'uguaglianza e rispettino la diversità.

IMPEGNI LEGALI

Nel 2023 gli Stati membri dell'UE hanno adottato la **Direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)**, che impone alle grandi imprese di pubblicare regolarmente report dettagliati sulla sostenibilità. Tali documenti devono riguardare non solo le tematiche ambientali, ma anche gli aspetti sociali e di governance, incluse le iniziative a sostegno della DEI.

Dopo una serie di revisioni normative la CSRD oggi si applica solo alle imprese che superano contemporaneamente entrambe le seguenti soglie dimensionali (su base individuale o consolidata di gruppo):

- Più di 1.000 dipendenti in media durante l'esercizio.
- Oltre 450 milioni di euro di ricavi netti delle vendite.

Il quadro di riferimento **ESG** aiuta le aziende a soddisfare i requisiti della CSRD in tre aree:

- **Ambiente** (impatto ambientale)
- **Social** (approccio alle persone)
- **Governance** (gestione aziendale)

Pertanto, le aziende possono monitorare non solo i risultati finanziari, ma anche il loro impatto più ampio, ad esempio l'uso dell'energia, le condizioni di lavoro o le pari opportunità. I criteri ESG favoriscono una condotta sostenibile, trasparente ed equa.

Supportare i dipendenti LGBTQIA+ e la diversità in generale non è quindi solo una questione etica, ma anche un vantaggio aziendale strategico. È opportuno avviare queste fasi in anticipo, così da garantire che l'azienda sia pronta per la rendicontazione CSRD senza difficoltà.

COME CREARE UN AMBIENTE DI LAVORO SICURO ED EQUO

Un ambiente di lavoro sicuro e aperto si costruisce passo dopo passo, intervenendo su diverse aree chiave. Questo capitolo illustra i "tasselli" su cui concentrarsi. Ogni azienda può iniziare dal punto che risulta più organico e aggiungere ulteriori passaggi nel corso del tempo.

Documenti, dichiarazioni e vantaggi

STRATEGIA E VALORI

Perché è importante:

Affinché l'inclusione delle persone LGBTQIA+ sia realmente efficace e radicata, deve essere integrata nella strategia e nei valori aziendali. In questo modo ottiene un sostegno duraturo da parte della leadership e diventa una componente naturale delle attività operative, anziché un'iniziativa isolata.

Nella pratica:

Molte aziende formalizzano valori quali rispetto, appartenenza, equità e apertura all'interno delle proprie politiche e dichiarazioni istituzionali. Su questa base è possibile evidenziare come l'inclusione delle persone LGBTQIA+ contribuisca alla qualità e all'efficacia dell'organizzazione: team eterogenei favoriscono processi decisionali più solidi, stimolano l'innovazione e incrementano il livello di coinvolgimento professionale.

Azioni consigliate:

- Esaminare la strategia aziendale e individuare i pilastri incentrati sulle persone.
- Identificare i valori collegati all'inclusione.
- Elaborare argomentazioni che dimostrino come l'inclusione delle persone LGBTQIA+ favorisca la crescita, l'innovazione e la qualità dell'ambiente di lavoro.
- Ottenere il sostegno del top management illustrando vantaggi concreti ed esempi di mercato.

Esempi:

"Vogliamo che tutti si sentano benvenuti e rispettati. La diversità e l'inclusione sono parte del nostro DNA." (Vodafone)

"Vogliamo che tutti si sentano benvenuti e possano essere se stessi sul lavoro. La discriminazione basata su genere, orientamento sessuale, identità di genere o disabilità è inaccettabile."
(Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

POLITICHE INTERNE

Perché è importante:

Affinché uguaglianza, sicurezza e rispetto diventino elementi duraturi della cultura aziendale, devono essere chiaramente sanciti nei documenti ufficiali. Questo approccio tutela le persone LGBTQIA+ e l'intera organizzazione, rafforza la fiducia e consente di gestire in modo sicuro le situazioni critiche.

Nella pratica:

Alla base vi è una Policy antidiscriminatoria redatta in modo chiaro, che tuteli esplicitamente le persone LGBTQIA+ e definisca come condotte scorrette omofobia, transfobia, molestie e microaggressioni.

È fondamentale disporre di un meccanismo di segnalazione affidabile e di facile utilizzo, che garantisca l'anonimato e descriva l'iter previsto per le segnalazioni; è inoltre essenziale stabilire regole chiare e le relative conseguenze in caso di violazione.

Azioni consigliate:

- Esaminare le politiche attuali e integrare gli elementi mancanti.
- Aggiornare il codice etico e altri documenti chiave.
- Formare i dipendenti affinché comprendano le regole.
- Collegare i principi ai valori aziendali nelle comunicazioni.
- Verificare regolarmente l'efficacia e apportare aggiornamenti se necessario.

"Il nostro Codice Etico e le nostre politiche contro le molestie contribuiscono a creare un ambiente di lavoro sicuro e rispettoso per tutti, indipendentemente dall'orientamento sessuale o dall'identità di genere. Mettiamo inoltre a disposizione uno strumento per la segnalazione anonima di violazioni delle politiche e di comportamenti scorretti, garantendo che le nostre regole siano prese sul serio e applicate correttamente."

(Dott.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

PROCEDURE PRESCRITTE E RACCOMANDAZIONI

Perché è importante:

Le tematiche LGBTQIA+ possono generare situazioni nuove e complesse, come ad esempio la transizione di genere sul posto di lavoro o la gestione di commenti inappropriati. In assenza di un piano chiaro, la confusione e le risposte incoerenti rischiano di minare la fiducia.

Nella pratica:

Le politiche definiscono le regole; semplici procedure permettono di applicarle nella quotidianità. È utile creare guide pratiche per situazioni specifiche: come supportare un collega durante una transizione di genere, come prevenire o rispondere alle microaggressioni, come affrontare i pregiudizi. Questo approccio tutela le persone LGBTQIA+ e offre al dipartimento delle Risorse Umane e ai manager la sicurezza necessaria per agire in modo coerente.

Azioni consigliate:

- Predisporre guide pratiche su temi quali la transizione di genere sul posto di lavoro, il congedo parentale per coppie dello stesso sesso, i pregiudizi e le microaggressioni.
- Individuare le figure chiave (HR, manager) e garantire una formazione adeguata.
- Rendere le guide facilmente reperibili, chiare e accessibili a tutti.
- Validarle con il supporto di esperti o organizzazioni LGBTQIA+.
- Aggiornarle regolarmente sulla base dell'esperienza aziendale e dei feedback raccolti.

"In Sandoz abbiamo individuato una lacuna nelle nostre politiche esistenti. Sebbene il nostro Codice di condotta, la politica contro le molestie e altri documenti chiave affrontino il tema della discriminazione sul luogo di lavoro, non offrivano un supporto specifico ai collaboratori transgender che intraprendono un percorso di transizione in azienda. Per colmare questa lacuna, abbiamo sviluppato un quadro operativo volto a guidare i collaboratori transgender, i loro manager, i colleghi e i team HR attraverso il processo di transizione. La guida è stata elaborata e perfezionata sulla base di esperienze vissute in prima persona; tale validazione attraverso esperienze reali è fondamentale per garantire che il documento sia significativo, pratico ed effettivamente utilizzabile." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

BENEFICI EQUI

Perché è importante:

Non tutti i dipendenti hanno accesso uniforme ai benefici aziendali e, in molti paesi dell'UE, le persone LGBTQIA+ incontrano ancora svantaggi di natura legale, in particolare in ambito familiare e di Welfare. Nei contesti multinazionali è opportuno verificare l'eventuale presenza di norme che limitano l'accesso ai benefici, ai congedi parentali o alle assicurazioni sanitarie.

Nella pratica:

I regolamenti interni dovrebbero includere le coppie dello stesso sesso e le loro famiglie, garantendo loro pari accesso a tutti i benefici aziendali: dai congedi parentali e di paternità all'assicurazione sanitaria per il partner, dagli sconti aziendali e dagli assegni familiari ai permessi per matrimonio o unione registrata.

Azioni consigliate:

- Mappare i benefici aziendali e verificare l'accessibilità per le persone LGBTQIA+; apportare modifiche quando necessario e consultare esperti.
- Laddove sussistano disparità, garantire condizioni paritarie; coinvolgere sindacati o consulenti legali, se opportuno.
- Comunicare chiaramente che i benefici sono destinati a tutti, indipendentemente dall'orientamento sessuale o dalla situazione familiare.
- Monitorare i cambiamenti normativi e le esigenze dei dipendenti, adeguando i benefici di conseguenza.

Esempio pratico

"In qualità di avvocato specializzato in diritto del lavoro, ho riscontrato un impegno positivo da parte di alcune aziende nell'estendere attivamente i benefit aziendali a tutti i dipendenti, a prescindere dall'identità e dall'orientamento sessuale, anche laddove l'ordinamento giuridico locale non ne riconosca il diritto per tutti." (Weiss 2025)

GESTIONE DEI TALENTI

ACQUISIZIONE DEI TALENTI

Perché è importante:

Il processo di reclutamento rappresenta un momento strategico per ampliare la presenza di talenti LGBTQIA+. Contesti lavorativi percepiti come non inclusivi o potenzialmente ostili possono ridurre l'interesse di candidati qualificati, con conseguente perdita di competenze rilevanti per l'organizzazione

Nella pratica:

Una cultura aperta consente alle persone di realizzare appieno il proprio potenziale: comunicatelo chiaramente già negli annunci di lavoro. Per i ruoli manageriali, valutate anche l'atteggiamento dei candidati nei confronti della diversità. I leader inclusivi favoriscono un clima di squadra accogliente e rafforzano l'impegno dell'azienda verso l'inclusione.

Azioni consigliate:

- Ampliare i canali di reclutamento, collaborando con organizzazioni LGBTQIA+, pubblicando annunci su piattaforme inclusive e partecipando a fiere del lavoro dedicate alla diversità.
- Utilizzare un linguaggio inclusivo, adattando annunci e materiali per rivolgersi a candidati eterogenei e comunicare i valori aziendali già in fase di selezione.
- Formare il personale HR e i manager per eliminare i pregiudizi e garantire una selezione equa.
- Monitorare i risultati, misurare l'efficacia, raccogliere feedback e migliorare il processo.

Esempio pratico:

"Non entrerei a far parte di un'azienda che non sostiene la diversità LGBTQIA+ o che la sminuisce: avrei la sensazione di dover fingere sul lavoro." (Matějová, 2024)

"Durante i colloqui da remoto su Microsoft Teams utilizzo uno sfondo aziendale che include la grafica del Pride e i miei pronomi. Mostrare apertura alla diversità durante i colloqui è un primo passo importante per attrarre e reclutare con successo talenti della comunità LGBTQIA+." (Dott.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

GRUPPO DI DIPENDENTI LGBTQIA+ (ERG GROUP)

Perché è importante:

Le iniziative interne e gli ERG offrono spazi di sostegno reciproco e di networking. La creazione di una comunità rafforza il senso di appartenenza e aiuta i dipendenti a sentirsi parte dell'azienda; inoltre, questi gruppi apportano un prezioso bagaglio di competenze in materia di diversità e inclusione.

Nella pratica:

Gli ERG sono gruppi di dipendenti ufficialmente riconosciuti che si aggregano sulla base di identità, esperienze, affinità o interessi comuni. Questi gruppi danno voce alla comunità, promuovono la sensibilizzazione e offrono consulenza interna.
Per garantirne il successo, l'azienda dovrebbe riconoscerli formalmente e fornire le condizioni necessarie: il sostegno della leadership, la collaborazione con le funzioni del dipartimento delle Risorse Umane e della DEI e periodo lavorativo dedicato.

Azioni consigliate:

- Individuare uno sponsor di livello dirigenziale che sostenga il gruppo;
- Creare le condizioni affinché il gruppo possa costituirsi e prosperare;
- Contribuire al lancio del gruppo, al reclutamento di membri attivi e all'avvio delle attività;
- Garantire che la partecipazione all'ERG rientri nell'orario di lavoro, evitando che diventi un impegno extra non retribuito;
- Sostenere la continuità delle attività e l'integrazione del gruppo nella vita aziendale;
- Assicurare all'ERG risorse adeguate per invitare relatori esterni, partecipare ai Pride e organizzare iniziative.

Esempio pratico:

Un esempio di iniziativa "bottom-up" è **Škoda Proud**. Alcuni dipendenti, ispirati dall'iniziativa "We Drive Proud" di Volkswagen, hanno proposto di creare una comunità analoga anche in Škoda. Il dipartimento delle Risorse Umane ha sostenuto l'idea e, in breve tempo, il gruppo si è dotato di nome, logo, indirizzo e-mail e spazi per le riunioni, diventando così il primo ERG ufficiale dell'azienda.

VIAGGI ALL'ESTERO

Perché è importante:

I dipendenti di aziende internazionali si recano spesso in paesi dove le condizioni per le persone LGBTQIA+ variano notevolmente. In alcune località possono subire discriminazioni; altrove, la loro stessa identità è criminalizzata.

In assenza di regole chiare, alcuni dipendenti potrebbero rifiutarsi di viaggiare per non correre rischi, ritrovandosi così svantaggiati. Una reale uguaglianza implica che la mobilità debba essere sicura e accessibile a tutti.

Nella pratica:

Stabilire regole di sicurezza e raccomandazioni chiare per i viaggi verso paesi a rischio più elevato, offrire soluzioni di ricollocamento alternative laddove sussista un rischio e preparare i manager a comprendere e sostenere adeguatamente le persone.

Azioni consigliate:

- Mappare i paesi in cui la permanenza potrebbe non essere sicura per il personale LGBTQIA+ (a causa di criminalizzazione, mancanza di tutele o cultura ostile);
- Consentire ai dipendenti di rifiutare trasferte o trasferimenti in paesi a rischio senza subire ripercussioni sulla carriera;
- Formare manager e responsabili HR sulle sfide specifiche legate alla mobilità e sulle forme di supporto disponibili;
- Stabilire contatti interni nelle sedi a rischio o collaborare con organizzazioni che offrono assistenza legale e psicologica;
- Garantire che il personale disponga di informazioni chiare sulle tutele e sul supporto previsti durante le trasferte.

Esempio pratico:

"Il nostro prodotto stava riscuotendo successo e avevamo programmato dei lanci in nuovi mercati africani. L'entusiasmo era generale. Poi mi sono resa conto che probabilmente non avrei potuto partecipare: in quanto persona trans, i dati riportati sul mio passaporto non mi avrebbero permesso di entrare nel Paese in sicurezza. Il giorno seguente ne ho parlato con il mio responsabile. Alla fine, sono partiti senza di me." (AM)

"L'agenzia esterna a cui ci appoggiavamo per le trasferte mi proponeva ripetutamente itinerari con scalo negli Emirati Arabi Uniti e in Qatar, senza prendere sul serio le mie preoccupazioni, nonostante i notevoli rischi per la sicurezza che correvo come donna transgender transitando in quei luoghi. Il mio responsabile mi ha sempre sostenuta nell'organizzare percorsi più sicuri che evitassero quelle località. Dovrebbe esistere un meccanismo che non costringa i dipendenti a rivelare informazioni personali a terzi, come l'agenzia di viaggi, per garantire la propria sicurezza. Un caso recente, in cui una donna transgender è stata trattenuta durante il transito negli Emirati Arabi Uniti — senza nemmeno entrare nel Paese — ha confermato la fondatezza di tali timori. I rischi legati ai viaggi per i collaboratori LGBTQIA+ devono essere inclusi nelle valutazioni aziendali sulla sicurezza e sui rischi delle trasferte." (Dott.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

SONDAGGI E FEEDBACK

Perché è importante:

I sondaggi tra i dipendenti rivelano come si sentano sul posto di lavoro i diversi gruppi, inclusi i colleghi LGBTQIA+. Consentono inoltre di monitorare l'impatto delle iniziative di DEI, come l'equiparazione dei benefici aziendali o le dichiarazioni sui valori aziendali, sulla cultura organizzativa, evidenziando ciò che funziona e ciò che richiede interventi di miglioramento.

Nella pratica:

Se i sondaggi non sono ancora stati avviati, è opportuno introdurli quanto prima. L'anonimato deve essere garantito, ad esempio tramite un fornitore esterno e prevedendo la facoltatività delle domande relative a sesso, genere e orientamento sessuale. È inoltre necessario rispettare le normative locali sulle informazioni che i datori di lavoro possono o non possono chiedere.

Azioni consigliate:

- Chiedere come vengono valutate le iniziative LGBTQIA+, cosa manca e quali riscontri vengono raccolti.
- Monitorare la percezione di sicurezza, benessere e coinvolgimento, confrontando le risposte della comunità LGBTQIA+ con quelle degli altri gruppi.
- Formulare le domande in modo neutrale e offrire una gamma completa di opzioni di risposta.
- Selezionare circa tre aree su cui concentrarsi successivamente.

Esempio pratico

"In Sandoz conduciamo regolarmente sondaggi anonimi che includono temi legati a DEI (Diversità, Equità e Inclusione). I collaboratori possono esprimere il proprio parere, da 'concordo' a 'non concordo', e aggiungere commenti. Questi ultimi sono particolarmente importanti poiché permettono di comprendere più accuratamente le esperienze e le condizioni vissute dalle persone." (Dott.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

ISTRUZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

COMUNICAZIONE INTERNA

Perché è importante:

Una cultura basata sul rispetto e sul senso di appartenenza porta vantaggi all'azienda. Per costruirla è necessario comunicare in modo aperto. Se l'organizzazione non spiega con chiarezza il motivo e le modalità del proprio sostegno all'uguaglianza LGBTQIA+, possono insorgere malintesi o tensioni.

Nella pratica:

Tutti dovrebbero essere consapevoli dell'importanza di una comunicazione aperta e continua. È essenziale chiarire che diversità e inclusione non sono semplici espressioni di tendenza, ma condizioni fondamentali per il successo organizzativo.

Azioni consigliate:

- Informare il personale in merito agli aggiornamenti delle politiche contro la discriminazione.
- Condividere informazioni su benefici equi per tutti tramite intranet o e-mail.
- Consentire l'uso di nomi e appellativi preferiti in moduli e sistemi che non richiedono dati anagrafici legali.
- Permettere l'uso di nomi preferiti su e-mail, firme, badge e cartellini identificativi.
- Integrare nel processo di onboarding informazioni sui valori aziendali, sulla politica di tolleranza zero verso i pregiudizi e sui gruppi di supporto per i dipendenti (ERG) o sui contatti di riferimento.
- Invitare la dirigenza, in occasione di ricorrenze chiave (ad es. IDAHOBIT, 17 maggio), a esprimere pubblicamente il proprio sostegno.
- Mantenere disponibili su intranet articoli, glossari e link alle politiche e alla formazione in ambito DEI (Diversità, Equità e Inclusione);

Esempio pratico:

"Una collega ha mostrato le foto di un matrimonio con una coppia gay. Alcune persone hanno reagito con dei sorrisetti: non si trattava di insulti, quanto piuttosto di ignoranza e incertezza. Ciò ha dimostrato quanto sia importante una comunicazione aperta."
(Matějová, 2024)

FORMAZIONE E WEBINAR

Perché è importante:

Il mondo cambia rapidamente e le persone necessitano di una formazione continua su diversità e inclusione per agire in modo rispettoso nei confronti di colleghi e clienti ed evitare pregiudizi inconsci, bullismo o comportamenti inappropriati.

Nella pratica:

La diversità LGBTQIA+ dovrebbe essere inserita nel piano di formazione, così che le persone affrontino l'argomento nelle diverse fasi della propria carriera.

Azioni consigliate:

- Integrare nell'onboarding temi legati alla comunità LGBTQIA+ e alla prevenzione di discriminazioni e molestie, fornendo indicazioni pratiche.
- Offrire ai manager corsi sulle competenze trasversali per gestire pregiudizi e problematiche con sensibilità ed equità;
- Includere i diritti LGBTQIA+ e la diversità nei programmi di formazione continua;
- Fornire al personale delle Risorse Umane corsi sulle pratiche inclusive di selezione e fidelizzazione dei talenti.

Esempio pratico:

"Abbiamo discusso di quali battute evitare perché potrebbero ferire qualcuno. Questo ha cambiato un po' il nostro modo di comunicare. Le persone continuano a scherzare, ma riflettono di più su ciò che dicono. " (Matějová, 2024)

OGGETTI E SIMBOLI ARCOBALENO

Perché è importante:

I simboli contano. Mostrano sostegno all'uguaglianza, rafforzano la cultura e aprono il dialogo sull'inclusione. In questo contesto non possono essere considerati un'iniziativa fine a se stessa, ma rappresentano un elemento complementare all'interno di una strategia più ampia sulla diversità.

Nella pratica:

I gesti simbolici possono assumere molte forme: dal videomessaggio dell'amministratore delegato in una ricorrenza significativa, alla partecipazione della dirigenza ai Pride nazionali ed europei, fino a elementi visibili come cordoncino porta-badge arcobaleno, bandiere sugli edifici o allestimenti degli uffici.

Azioni consigliate:

- Offrire al personale la possibilità di indossare accessori con i colori dell'arcobaleno (cordoncini porta-badge, spille, adesivi).
- Inserire simboli negli spazi di lavoro (bandiere, materiale grafico, elementi di design).
- Incoraggiare la leadership a dimostrare attivamente il proprio sostegno (messaggi video, partecipazione al Pride, condivisione di storie).
- Manifestare sostegno sui canali social aziendali.

Esempio pratico:

"Anche un piccolo simbolo può avere un grande impatto. Quando i nuovi arrivati vedono i cordoncini porta-badge con i colori dell'arcobaleno, spesso i loro occhi si illuminano. È un gesto semplice, ma dimostra che l'azienda prende sul serio l'uguaglianza." (Matějová, 2024)

"Issare la bandiera del Pride all'inizio del Mese del Pride e mantenerla esposta tutto l'anno rappresenta un forte simbolo di impegno. In Sandoz Austria, a novembre issiamo anche la bandiera del Pride transgender, come segno tangibile di sostegno." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

VISIBILITÀ E COINVOLGIMENTO DEL PUBBLICO

COMUNICAZIONE ESTERNA

Perché è importante:

Dimostrare sostegno sia all'esterno sia all'interno contribuisce a rafforzare la cultura organizzativa, a fornire un esempio ad altri datori di lavoro e a inviare un segnale chiaro alla società; inoltre, garantisce supporto alle ONG con una comprovata esperienza nel settore.

Nella pratica:

Collaborare con altre aziende e organizzazioni, partecipare ad attività no profit e prendere parte a eventi pubblici come il Pride, il Coming Out Day o le giornate dedicate alla lotta contro la discriminazione contribuisce a rendere il sostegno visibile, con effetti positivi sia all'interno dell'organizzazione sia nella comunità.

Azioni consigliate:

- Aderire a piattaforme aziendali che promuovono l'inclusione LGBTQIA+ e condividere le migliori pratiche.
- Dare visibilità all'impegno assunto su web, social media e forum professionali.
- Manifestare sostegno in occasione di ricorrenze chiave (es. IDAHOBIT, Mese del Pride, Settimana di sensibilizzazione sulle tematiche transgender), ad esempio esponendo la bandiera arcobaleno o illuminando l'edificio.
- Inserire le tematiche LGBTQIA+ tra le priorità per l'assegnazione di sovvenzioni e finanziamenti.
- Istituire un gruppo di lavoro o un comitato consultivo in collaborazione con le ONG per garantire competenze specifiche e attività di prevenzione.

Esempio pratico

"Aderire a organizzazioni come Pride Business Forum e la Diversity Charter – promuovendone al contempo l'adesione e mostrando sostegno online – ha portato risultati concreti: il mio precedente datore di lavoro ha pubblicato un post su Instagram dedicato a me, sottolineando quanto fosse straordinario il fatto che un professionista del settore legale si esibisse come drag queen; l'iniziativa ha generato numerose reazioni positive, ottimi riscontri e una grande visibilità." (DW)

"Aderire a Pride Biz Austria e promuovere attivamente tale adesione accresce la visibilità di queste organizzazioni e del loro operato. Si possono sfruttare gli influencer aziendali e i modelli di riferimento per comunicare impegno in modo autentico e credibile." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

RIPROPOSIZIONE DI LOGHI E PRODOTTI

Perché è importante:

I colori dell'arcobaleno sono un simbolo globale della comunità LGBTQIA+. Utilizzare questi simboli, sia internamente che esternamente, può attrarre talenti che apprezzano un ambiente aperto.

Nella pratica:

La riproposizione del logo o dell'immagine aziendale nei colori dell'arcobaleno può assumere diverse forme: dalla modifica del logo sui social media alle edizioni limitate di prodotti, fino all'adozione di elementi arcobaleno sul sito web o negli uffici. Tuttavia, non dovrebbe trattarsi di un gesto puramente simbolico: è importante collegarlo ad azioni concrete a sostegno del personale LGBTQIA+.

Azioni consigliate:

- Modificare il logo su siti web, intranet e social media durante il Mese del Pride, spiegandone la motivazione.
- Realizzare prodotti in edizione limitata a tema arcobaleno e devolvere parte del ricavato a organizzazioni LGBTQIA+.
- Inserire elementi arcobaleno nelle firme delle e-mail o nei biglietti da visita.
- Modificare i colori del logo solo nell'ambito di un sostegno più ampio, non come unica iniziativa.

Esempio pratico:

"Se la filiale locale decidesse in autonomia, il logo potrebbe non cambiare. Ma quando l'operazione avviene a livello globale, è visibile al mondo intero, e anche in questo caso l'impatto è maggiore rispetto a quanto accadrebbe se agissimo da soli." (Matějová, 2024)

LINGUAGGIO INCLUSIVO

Perché è importante:

Le parole influenzano come le persone si sentono al lavoro. Un linguaggio inclusivo rafforza la percezione che ciascuno venga visto e preso sul serio. Scegliere un linguaggio che includa tutti dimostra che le persone contano e sono parte integrante del gruppo.

Nella pratica:

Non si tratta di cambiamenti complessi, ma di piccoli passi dal grande impatto. Nella comunicazione interna ed esterna è opportuno evitare le forme al maschile generico e privilegiare soluzioni neutre (ad esempio "team legale" invece di "avvocati"). Tali scelte contribuiscono a promuovere una cultura del rispetto. È inoltre necessario adattare queste pratiche alla lingua locale.

Azioni consigliate:

- Aggiornare il manuale di comunicazione includendo le regole per un linguaggio inclusivo.
- Offrire formazione ai team di comunicazione e a chi scrive con frequenza, così da rafforzarne la sicurezza nell'uso del linguaggio.
- Assicurarsi che i cambiamenti vengano applicati sia internamente sia esternamente (web, social, stampa).

"In tedesco, nella comunicazione si utilizza spesso la forma maschile. Introducendo una guida al linguaggio inclusivo presso Sandoz Austria, andiamo oltre la semplice sostituzione delle forme maschili con forme miste: incoraggiamo attivamente l'uso di un linguaggio neutro rispetto al genere." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

LE PERSONE LGBTQIA+ E LE TEMATICHE A LORO CORRELATE NEL MARKETING

Perché è importante:

Il marketing plasma fortemente la percezione pubblica dell'identità aziendale. Una comunicazione inclusiva e una rappresentazione autentica delle persone LGBTQIA+ contribuiscono a costruire credibilità, rafforzare la fiducia e attrarre talenti, riflettendo la diversità della società e della clientela.

Nella pratica:

Non una campagna una tantum, ma un approccio a lungo termine. La rappresentazione nelle pubblicità, il linguaggio inclusivo e la collaborazione con creators e influencers LGBTQIA+ possono tutti far parte della strategia. La chiave è una comunicazione onesta e coerente.

Azioni consigliate:

- Rappresentare le persone LGBTQIA+ come parte integrante e naturale delle storie, non come semplici simboli.
- Utilizzare un linguaggio neutro rispetto al genere ove possibile e rispettare i pronomi.
- Collaborare con influencers LGBTQIA+ in grado di presentare il brand in modo autentico.
- Sostenere la comunità LGBTQIA+ anche al di là delle attività di marketing (ad esempio, devolvendo parte dei profitti della campagna).
- Evitare il "*pinkwashing o rainbow washing*", ovvero la manifestazione di un sostegno puramente di facciata: dimostrare supporto tutto l'anno e garantire una reale inclusione interna.
- Predisporre un piano di comunicazione per la gestione di eventuali reazioni negative.

SOSTEGNO FINANZIARIO E IN NATURA PER LE ORGANIZZAZIONI LGBTQIA+

Perché è importante:

Le ONG forniscono servizi essenziali, dall'istruzione e l'assistenza legale al supporto psicologico. Le aziende che le sostengono generano un cambiamento positivo concreto; ciò dimostra inoltre che il loro impegno a favore della diversità si traduce in azioni tangibili.

Nella pratica:

Il sostegno può essere di natura finanziaria (donazioni, sovvenzioni, contributi integrativi), in natura (tecnologia, spazi) o consistere in competenze specialistiche. È importante garantire l'allineamento con i valori aziendali e comunicare in modo trasparente.

Azioni consigliate:

- Creare un programma di sovvenzioni interne per progetti LGBTQIA+.
- Offrire partnership a lungo termine alle organizzazioni selezionate.
- Sostenere le raccolte fondi promosse dai dipendenti e contribuire con donazioni paritarie.
- Donare prodotti, servizi o spazi.
- Consentire ai dipendenti di dedicare tempo al volontariato per iniziative LGBTQIA+.
- Comunicare chi si sostiene e in che modo.

"Abbiamo collaborato con membri della comunità locale, coinvolgendoli come relatori ai nostri eventi. Comunicare nella lingua locale ha un impatto maggiore rispetto agli eventi globali tenuti in inglese. Abbiamo inoltre scelto di sostenere eventi Pride di dimensioni più contenute anziché quelli più grandi, concentrandoci sulle comunità delle regioni in cui reclutiamo il nostro personale." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

ATTIVARE LA CSO

Perché è importante:

Il cambiamento culturale non deriva soltanto dalle decisioni della leadership, ma si sviluppa anche attraverso le esperienze personali e un ampio coinvolgimento. In questo contesto si colloca la **CSO (Corporate Social Opportunity)**: a differenza della CSR, incentrata sulla mitigazione dei rischi, la CSO individua opportunità in grado di generare un cambiamento positivo.

Quando sono presenti modelli di riferimento visibili, è possibile accedere a programmi di mentoring o partecipare a eventi di networking. Tali azioni concrete comunicano il sostegno dell'organizzazione, favorendo un senso di sicurezza e contribuendo alla crescita professionale delle persone LGBTQIA+.

Nella pratica:

Le attività riconducibili alla CSO comprendono programmi di mentoring che mettono in relazione il personale LGBTQIA+ più giovane con colleghi esperti, la condivisione interna di testimonianze ispiratrici e il coinvolgimento dei leader in qualità di alleati. Prevedono anche panel e momenti informali di confronto, che consentono di discutere apertamente e di offrire un sostegno reciproco.

Azioni consigliate:

- Istituire un programma di mentoring interno rivolto al personale LGBTQIA+ più giovane.
- Prevedere occasioni in cui, su base volontaria, i colleghi LGBTQIA+ possano condividere le proprie esperienze professionali all'interno dell'organizzazione.
- Offrire ai leader una formazione dedicata ai temi dell'inclusione LGBTQIA+ e promuovere l'espressione visibile del loro sostegno.
- Organizzare panel e opportunità di networking rivolti ai professionisti LGBTQIA+.
- Collaborare con organizzazioni specializzate in mentoring LGBTQIA+ per facilitare il contatto con modelli di riferimento esterni.

Esempio pratico:

"Qualora all'interno dell'organizzazione sia presente un comunicatore autorevole o una figura di riferimento della comunità LGBTQIA+ disponibile a sostenere l'impegno aziendale, è opportuno valorizzarne il contributo: tale supporto conferisce maggiore autenticità alle campagne.

Incontri periodici tra i membri degli ERG (Employee Resource Groups) contribuiscono a mantenere vivo il legame e lo slancio dell'iniziativa.

Il mentoring rappresenta uno strumento efficace, ma richiede un'implementazione professionale e una stretta collaborazione con le Risorse Umane. Può risultare utile considerare anche il reverse mentoring: in questo modello, le persone LGBTQIA+ assumono il ruolo di mentori per dirigenti di alto livello — quali CEO, CHRO, CFO, membri del consiglio di amministrazione e leader dei livelli immediatamente inferiori — al fine di illustrare esigenze, sfide e preoccupazioni della comunità. Ciò consente ai leader di agire come sostenitori e alleati consapevoli, anche in assenza di persone LGBTQIA+ nella stanza." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

PARTECIPAZIONE A EVENTI

Perché è importante:

Partecipare a eventi quali cerimonie di premiazione per Role Models nazionali, manifestazioni dedicate alla diversità, conferenze su DEI (Diversità, Equità e Inclusione) o Pride consente all'azienda di dimostrare il proprio sostegno e di rafforzare i legami tra i team attraverso esperienze condivise. Agli occhi del pubblico, l'azienda si presenta come un datore di lavoro moderno, ha l'opportunità di stringere nuove partnership e di sostenere le organizzazioni LGBTQIA+ locali (come i membri dell'EPBN).

Nella pratica:

Il sostegno può manifestarsi attraverso partnership e sponsorizzazioni ufficiali, la partecipazione di un gruppo aziendale alla parata del Pride oppure il coinvolgimento del personale in workshop, dibattiti o attività di volontariato.

Azioni consigliate:

- Costituire un gruppo aziendale per la parata del Pride, definendo magliette, striscioni e identità visiva.
- Sostenere l'evento attraverso contributi economici o in natura, ove applicabile.
- Consentire la partecipazione durante l'orario di lavoro, quando possibile.
- Mettere a disposizione competenze specifiche in workshop o panel, ad esempio su risorse umane o inclusione sul posto di lavoro.
- Comunicare l'impegno dell'organizzazione, internamente ed esternamente, in modo autentico e attraverso testimonianze reali.

Esempio pratico:

"Il gruppo di risorse per dipendenti (ERG) LGBTQIA+ si riunisce talvolta in locali queer. I partecipanti provengono da divisioni, paesi e fasce d'età differenti, elemento che rende l'esperienza particolarmente arricchente. Un collega che lavorava da remoto, inizialmente molto riservato, ha preso parte agli incontri ascoltando per lo più in silenzio; in seguito, ha partecipato al Pride di Praga, potendo contare sul sostegno di un gruppo sicuro." (Matějová, 2024)

"Alcuni ex colleghi prendono regolarmente parte agli eventi organizzati, come il panel "Out at Work", o agli spettacoli drag." (DW)

"Sosteniamo il Kufstein Pride in qualità di azienda di rilievo sul territorio e garantiamo la presenza di uno stand ben visibile durante l'evento. I volontari indossano magliette brandizzate e utilizzano materiali che rappresentano chiaramente l'identità aziendale." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

DOVE TROVARE SUPPORTO

Il sostegno all'inclusione LGBTQIA+ può emergere da ambiti diversi, tutti di pari rilevanza:

Individuale — Introdurre il tema attraverso una storia personale, una domanda, un articolo o una discussione.
Risorse Umane o DEI — Integrare l'argomento nei processi di assunzione, nella formazione e nei benefici aziendali.
Leadership — Definire posizioni chiare, sia internamente sia esternamente, e sostenere partnership ed eventi pubblici.

Nella teoria, i livelli individuale, sistemico e pubblico si intrecciano tra loro. Nella pratica, il cambiamento nasce spesso dai singoli o dalle risorse umane: i piccoli primi passi non vanno mai sottovalutati.

LIVELLO DI SUPPORTO

- **INDIVIDUALE**
- **RISORSE UMANE O DEI**
- **LEADERSHIP**

Spesso, nelle fasi iniziali, il sostegno della leadership può risultare limitato; per questo è utile individuare alleati all'interno dell'organizzazione, come le Risorse Umane, i dirigenti o i colleghi. Un gruppo ha maggiore peso rispetto a un singolo individuo: fare squadra aumenta l'impatto. I primi passi possono essere informali, ad esempio attraverso incontri, scambi di articoli o momenti di discussione.
I dipartimenti delle Risorse Umane e DEI dispongono del mandato operativo, ma necessitano anche del sostegno della leadership e di un budget dedicato; individuano alleati interni ed esterni (come gli ERG o le organizzazioni specializzate) e facilitano il collegamento tra il personale e la leadership.

COME INIZIARE SENZA IL SOSTEGNO DEGLI ALTRI

Molte persone che desiderano sostenere la diversità LGBTQIA+ iniziano in autonomia. Non dispongono di un mandato ufficiale, non fanno parte delle Risorse Umane o dei team DEI e, talvolta, non ricevono riscontri immediati. Tuttavia, avviare un percorso di sostegno può essere più semplice di quanto sembri.

A volte è sufficiente:

- condividere con un collega un articolo rilevante;
- proporre un aggiornamento dell'Intranet per includere i benefit dedicati alle persone LGBTQIA+.
- richiedere alle Risorse Umane informazioni sulla creazione di un gruppo di dipendenti.
- suggerire un piccolo simbolo di sostegno (ad esempio un portachiavi arcobaleno).
- esprimere il proprio punto di vista in un contesto sicuro, come un'attività di team building.

Questi gesti possono ispirare altre persone e incoraggiare le Risorse Umane o la dirigenza a sviluppare iniziative più strutturate. Se non si osservano risultati immediati, è utile procedere con un approccio più sistematico.

Successivamente è possibile:

- riunire i colleghi e costituire un ERG (Employee Resource Group).
- richiedere alle Risorse Umane benefit equi.
- proporre il sostegno a un'organizzazione LGBTQIA+ specifica.

IL POTERE DELLA STORIA PERSONALE

Uno dei modi più efficaci per creare uno spazio sicuro in cui favorire il cambiamento consiste nella condivisione di storie personali: testimonianze di persone LGBTQIA+, dei loro genitori o di chi si prende cura di loro. La dimensione narrativa avvicina il tema alla realtà quotidiana, ne evidenzia l'aspetto umano e incoraggia il dialogo.

Le organizzazioni possono integrare queste testimonianze nella formazione, nella comunicazione interna e nei programmi di leadership. Quando viene creato un ambiente sicuro per la condivisione, diventa possibile affrontare temi delicati e rafforzare una cultura fondata sul rispetto.

DATI E FATTI

Non tutte le persone reagiscono alle testimonianze personali; alcune preferiscono dati, evidenze misurabili e collegamenti chiari con il business. È quindi opportuno predisporre argomentazioni basate sui numeri e approfondire la letteratura relativa alla DEI (Diversità, Equità e Inclusione), incluse le ricerche condotte a livello europeo e nazionale. Anche la collaborazione con organizzazioni esperte rappresenta un supporto significativo.

GRUPPI DI DIPENDENTI COME SPAZI DI SICUREZZA E CAMBIAMENTO

Gli Employee Resource Group (ERG) favoriscono il collegamento tra colleghi attorno a temi legati alla diversità. Guidati dai dipendenti su base volontaria, promuovono la condivisione e il supporto reciproco, offrendo contributi concreti per orientare l'organizzazione verso una maggiore apertura. Sono rivolti sia alle persone LGBTQIA+ sia agli alleati che desiderano sostenere attivamente l'inclusione.

Gli ERG possono:

- contribuire alla definizione delle politiche di Risorse Umane e delle iniziative sulla diversità.
- collaborare con le funzioni dedicate alla comunicazione interna e alla formazione.
- offrire una prospettiva interna su ciò che risulta naturale rispetto a ciò che appare forzato.
- rafforzare la sicurezza psicologica attraverso la creazione di una comunità.

Non si tratta di semplici "appendici attiviste", bensì di strumenti operativi che supportano le organizzazioni nell'evoluzione della propria cultura in modo naturale e rispettoso, consentendo inoltre di ridurre i costi — ad esempio sostituendo alcune attività di formazione o consulenza esterna.

LE RISORSE UMANE COME CHIAVE DEL CAMBIAMENTO

Le Risorse Umane svolgono un ruolo centrale, poiché in questa funzione aziendale convergono attività di reclutamento, onboarding, formazione, benefits e definizione delle politiche aziendali. Pur disponendo di strumenti e responsabilità, le Risorse Umane necessitano del sostegno della leadership, di alleati interni e di un budget dedicato.

Le Risorse Umane possono:

- rilevare le esigenze dei dipendenti, ad esempio tramite questionari anonimi.
- individuare alleati all'interno della funzione, negli ERG e tra i singoli individui.
- collaborare con esperti esterni per attività di formazione o audit.
- proporre iniziative concrete ed evidenziarne i vantaggi per l'intera organizzazione.
- portare idee e ispirazioni provenienti da altre realtà aziendali e dalla ricerca.

Le Risorse Umane possono inoltre rendere sistematico l'approccio alla diversità, integrando pratiche quali annunci di lavoro inclusivi, l'uso del nome preferito e procedure chiare per la gestione delle criticità.

LA LEADERSHIP COME PRINCIPALE MOTORE DEL CAMBIAMENTO

La leadership (Amministratore Delegato, Consiglio di Amministrazione, top management) dà l'esempio e stabilisce il tono della comunicazione. Quando comunica con chiarezza che inclusione e rispetto costituiscono valori fondamentali, contribuisce a ispirare l'intera organizzazione.

La leadership può:

- richiamare il rispetto e l'inclusione in discorsi e report.
- adottare un linguaggio inclusivo.
- condividere storie LGBTQIA+ durante tutto l'anno, non soltanto nel mese di giugno.
- creare spazi sicuri per la condivisione.
- sostenere il tema coinvolgendo le funzioni Risorse Umane, Comunicazione, Compliance e Corporate Social Responsability.

"Il reverse mentoring può essere utilizzato per sensibilizzare i vertici aziendali sulle esigenze, le paure e le sfide della comunità LGBTQIA+. In questo modello, il CEO diventa il mentee di un membro della comunità. Per garantire il successo dell'iniziativa, è importante individuare dipendenti LGBTQIA+ disposti a condividere le proprie esperienze e aperti a un dialogo franco con i dirigenti di alto livello." (Dr.ssa Tamara Scheidl, Sandoz)

QUANDO LA LEADERSHIP RESTA IN SILENZIO

Non tutte le organizzazioni dispongono di una leadership che accolga immediatamente la diversità. Il cambiamento rimane comunque possibile: talvolta è sufficiente un manager sinceramente interessato per avviare il processo.

Azioni utili:

- promuovere formazione sulla leadership inclusiva.
- invitare i leaders a eventi e conferenze per trarre ispirazione.
- condividere dati e testimonianze che ne evidenzino l'impatto positivo.

SUPPORTO DA UNA STRATEGIA GLOBALE

Se l'organizzazione fa parte di un gruppo globale, è opportuno valorizzare il supporto della sede centrale e delle altre filiali. Molte realtà internazionali dispongono di piani dettagliati sulla diversità che includono anche tematiche LGBTQIA+. Un approccio diffuso è il modello ambasciata, che prevede l'applicazione di standard globali elevati anche in contesti in cui le leggi o il dibattito locale risultano carenti. Questo contribuisce a dimostrare che uguaglianza e rispetto costituiscono valori fondamentali ovunque.

Ciò può favorire:

- argomentazioni solide per il dibattito interno.
- una più agevole implementazione delle politiche in contesti delicati.
- il sostegno di una rete internazionale, composta da rappresentanti dei diritti dei dipendenti.
- la prevenzione della discriminazione nei contesti in cui la tutela legale è debole.

COLLABORARE CON PARTNER ESPERTI

Non è necessario affrontare l'inclusione LGBTQIA+ da soli. In ogni paese operano organizzazioni specializzate, come ad esempio tutte le associazioni nazionali partners di EPBN che dispongono di esperienza consolidata, dati e strumenti pratici. La collaborazione con queste realtà consente di evitare di partire da zero e di adottare approcci già testati ed efficaci.

PARTNER LOCALI E INTERNAZIONALI

I partner locali come ad esempio le singole associazioni nazionali che fanno parte di

EPBN conoscono il contesto, la normativa e le tematiche di maggiore attualità, offrendo consulenza pratica e sensibile alle specificità del territorio. Le organizzazioni possono instaurare collaborazioni a lungo termine con realtà LGBTQIA+ locali in diversi Paesi.

Questa cooperazione può offrire:

- formazione, workshop e consulenza su misura per Risorse Umane, management e personale;
- opportunità di coinvolgimento dei dipendenti in eventi come il Pride;
- materiali specialistici per la comunicazione interna, tra cui materiali di e-learning, contenuti per l'intranet e campagne dedicate;
- progetti, panel e campagne congiunti, ad esempio su coming out o uguaglianza.

I partner internazionali, come ad esempio EPBN stessa, mettono, inoltre, a disposizione strumenti, dati e ricerche consolidati, utili per supportare decisioni informate e favorire la condivisione di best practices tra i diversi mercati, rafforzando la proposta nei confronti della leadership, delle Risorse Umane e delle funzioni di compliance.

PARTNER E FUNZIONI AZIENDALI

Ogni azienda è diversa ed ogni azienda ha una organizzazione differente, ma persone e team simili svolgono un ruolo fondamentale nel sostenere la diversità LGBTQIA+. Insieme, creano una rete che rende il cambiamento visibile e duraturo.

Oltre ai singoli individui, agli ERG (gruppi di risorse o gruppi di affinità per i dipendenti), alle Risorse Umane e alla leadership, è importante concentrarsi su:

TEAM DI LAVORO. È qui che si costruisce l'atmosfera quotidiana: linguaggio, umorismo, relazioni. La 'micro-cultura' di ogni team può essere sviluppata attraverso formazione, confronto e campagne di sensibilizzazione.

MANAGERS. Il rapporto con il proprio responsabile determina spesso se i dipendenti LGBTQIA+ possano essere se stessi. I managers necessitano di strumenti e formazione specifica, continua e dedicata per esercitare una leadership realmente inclusiva e garantire la sicurezza psicologica.

COMUNICAZIONE E MARKETING. Definiscono la voce dell'azienda, il modo con cui comunica e la sua visibilità esterna. Per essere credibile, la comunicazione deve rispecchiare la realtà interna. Possono inoltre collegare l'azienda a eventi pubblici (attività del Mese del Pride, parate).

UFFICIO LEGALE. Garantisce la conformità delle policy alla normativa e previene discriminazioni o comportamenti scorretti. Gestisce i canali di segnalazione e le relative soluzioni, contribuendo a ottimizzare i processi (cambio di nome, benefits, procedure di segnalazione).

IT. Assicura che i sistemi informatici e gestionali supportino l'inclusione (ad es. pronomi, nomi d'elezione) e gestisce i dati tenendo conto delle diverse identità.
Gestione strutture e spazi aziendali. Predisposizione di servizi igienici neutri rispetto al genere o spogliatoi sicuri e realizzazione di una progettazione inclusiva degli spazi di lavoro nell'ambito della strategia DEI.

SINDACATI. Svolgono un ruolo chiave nella contrattazione collettiva su benefits e tutele; possono essere alleati fondamentali ad es. per parificare i benefits destinati alle coppie dello stesso sesso. Anche loro necessitano di competenze in materia di inclusione.

CHI GUIDA LA DIVERSITÀ LGBTQIA+ IN AZIENDA

Un'integrazione efficace non è responsabilità di una singola persona o di un singolo team. Richiede ruoli chiari e responsabilità condivise. Chiunque, indipendentemente dall'orientamento o dall'identità di genere, può contribuire a sostenere l'inclusione.

RESPONSABILITÀ CONDIVISA E RUOLO DEGLI ALLEATI

Spesso ci si aspetta che siano le persone LGBTQIA+ a guidare il cambiamento, ma molte di loro hanno subito pressioni prolungate per nascondere la propria identità e conformarsi alle aspettative. Chiedere loro di agire come ambasciatori può rappresentare, talvolta, un carico eccessivo. Per questo motivo il ruolo di alleati, team, supervisori, Risorse Umane e leadership è fondamentale.

L'inclusione non riguarda una minoranza, ma l'intera organizzazione. Molti individui hanno nella propria vita persone direttamente coinvolte nelle tematiche legate alla diversità LGBTQIA+. Una cultura realmente equa nasce quando la responsabilità è condivisa a livello aziendale, anziché ricadere esclusivamente sulla comunità stessa.

UNA PERSONA O UN GRUPPO DI RIFERIMENTO

In molte organizzazioni, il punto di partenza è rappresentato da una persona chiave, formalmente, ad esempio un DEI Manager o un HR Business Partner, oppure in modo più organico, una persona che emerge tra il personale. Spesso, attorno a questa figura si sviluppa un ERG che diventa il principale punto di riferimento per le tematiche LGBTQIA+.

Le attività fondamentali includono:

- coordinare le iniziative e la cooperazione tra le diverse funzioni.
- mantenere il dialogo con il top management.
- supportare il personale e sviluppare opportunità di apprendimento.
- garantire l'allineamento con i valori e la strategia aziendale.

Questo ruolo non può operare in isolamento: risulta più efficace quando è strettamente connesso con gli altri attori dell'organizzazione.

L'EQUITÀ È UN LAVORO DI SQUADRA

Il sostegno alla diversità LGBTQIA+ deve essere saldamente radicato all'interno dell'organizzazione. Se si manifesta esclusivamente nella comunicazione esterna, attraverso campagne, gesti visibili o partnership di marketing, si corre il rischio di incorrere nel pinkwashing o nel rainbow washing.

Il *pinkwashing* e il *rainbow washing* si verificano quando un'organizzazione si presenta come sostenitrice delle persone LGBTQIA+, senza però attuare cambiamenti reali al proprio interno. Una vera inclusione richiede pazienza, tempo, costanza, coraggio e collaborazione: implica individuare alleati, compiere continui piccoli passi che conducano a trasformazioni significative e mantenere la disponibilità a continuare a imparare.

COMPRENDERE IL PINKWASHING E IL RAINBOW WASHING

Il *pinkwashing* e il *rainbow washing* si verificano quando un'organizzazione utilizza simboli LGBTQIA+ come la bandiera arcobaleno o la versione "arcobaleno" del logo, come strumento di comunicazione e/o di marketing, senza però sostenere realmente l'uguaglianza o migliorare le condizioni delle persone LGBTQIA+ al proprio interno. In questo modo si crea una falsa immagine di responsabilità sociale, oppure si tenta di incrementare vendite e attrarre talenti, anziché offrire un sostegno autentico e radicato nella cultura aziendale.

COME IDENTIFICARLO

Il *pinkwashing* e il *rainbow washing* sono un fenomeno diffuso durante il Mese del Pride, quando le aziende adottano loghi arcobaleno senza però apportare cambiamenti concreti al proprio interno. Ad esempio:

- Assenza di formazione o workshop interni.
- Trattamento non paritario e discriminante in termini di benefici per le coppie dello

stesso sesso o per le persone LGBTQIA+.
- mancanza di norme contro la discriminazione basata sull'orientamento o sull'identità di genere.

Un altro caso è quello del *'prodotto arcobaleno'*, realizzato e messo in vendita veicolando e anche sfruttando un messaggio inclusivo ma i cui proventi non vengono destinati ad alcuna organizzazione LGBTQIA+ o a nessun progetto di inclusione In entrambi gli scenari, la comunità viene strumentalizzata anziché sostenuta.

PERCHÉ È UN PROBLEMA?

Pinkwashing e *rainbow washing* minano la fiducia, anche nei confronti di organizzazioni che sostengono sinceramente l'inclusione. Genera cinismo e alimenta l'impressione che le aziende si limitino a 'cambiare colore ai loghi'. In alcuni casi, le decisioni vengono prese a livello globale, al di fuori del controllo delle sedi locali.

Per evitarlo, è utile porsi due domande fondamentali:

1. L'organizzazione ha sostenuto le persone LGBTQIA+ nell'ultimo anno?

- **Sì.** Un logo arcobaleno riflette allora un impegno concreto avuto.
- **No.** È il momento di iniziare, collegando il logo ad azioni tangibili (donazioni, creazione di ERG, parità dei benefici) nell'immediato futuro.

2. Perché stiamo cambiando i colori del logo?

- Se la scelta serve a esprimere sostegno, richiamare l'attenzione sulle disuguaglianze o avviare un cambiamento, allora è giustificata.

In caso di dubbi, è utile chiedere alle persone LGBTQIA+ dell'organizzazione se l'uso dell'immagine arcobaleno sia appropriato: sapranno offrire il punto di vista più informato.

È possibile che qualcuno sollevi obiezioni di fronte a un sostegno visibile; proprio per questo è ancora più importante spiegare perché tale sostegno sia necessario. Un logo arcobaleno è un simbolo potente contro stigma e discriminazione, ma deve essere accompagnato da misure concrete e da narrazioni e comunicazioni che rendano l'ambiente di lavoro sicuro e inclusivo per tutte le persone.

CONTATTI UTILI LGBTQIA+

Di seguito è riportata una panoramica di organizzazioni e piattaforme che possono contribuire a sostenere la DEI: fonti affidabili di ispirazione, dati e strumenti, che spaziano dal contesto internazionale a quello ceco.

RISORSE INTERNAZIONALI

AGPRO

AGPRO è la rete austriaca di imprenditori, manager e professionisti con ruoli di responsabilità appartenenti alla comunità gay. Dal 1998 contribuisce alla valorizzazione e all'empowerment delle persone LGBTQIA+ nel mondo degli affari e del lavoro.
Sito web: https://agpro.at/

Berufsverband V.K.

Berufsverband V.K. è un'organizzazione professionale tedesca impegnata a garantire un ambiente di lavoro e di vita libero da discriminazioni per le persone LGBTQIA+.
Sito web: https://www.vk-online.de/

Blom ASBL

Blom ASBL è un'organizzazione LGBTQIA+ con sede in Lussemburgo che crea spazi di supporto tra pari e di collaborazione all'interno delle comunità queer. La sua missione è favorire autonomia, crescita personale e benessere attraverso progetti guidati dalla comunità.
Sito web: https://blom.lgbt/

Çavaria

Çavaria è il gruppo di difesa dei diritti delle persone LGBTQIA+ nelle Fiandre e funge da organizzazione ombrello per le associazioni LGBTQIA+ in Belgio.
Sito web: https://cavaria.be/

Copenhagen Pride

Copenhagen Pride organizza attività ed eventi per e con la comunità LGBTQIA+, contribuendo a creare visibilità, comprensione e risultati concreti.
Sito web: https://www.copenhagenpride.dk/

Common Zone

Common Zone è un'organizzazione della società civile croata, fondata nel 2005, che promuove l'uguaglianza LGBTQIA+ con particolare attenzione a giovani, donne e persone trans e non binarie. Dal 2015 porta avanti il programma *Work Equality for All*, che sostiene la parità LGBTQIA+ sul luogo di lavoro attraverso ricerca, formazione, benchmarking e certificazione tramite il *Workplace Equality Index*. L'organizzazione offre inoltre formazione specifica per i sindacati, cooperazione intersettoriale, supporto legale e psicosociale. Con *Queer Beez* — la prima rete e iniziativa di premiazione per l'imprenditoria LGBTQIA+ in Croazia — sostiene imprese innovative ad alto impatto sociale.
Sito web: https://ravnopravnost.lgbt/category/english/

Consiglio d'Europa

Il Consiglio d'Europa è una istituzione multilaterale europea che opera a favore dei diritti LGBTQIA+ a livello europeo, introducendo Convenzioni o Raccomandazioni, realizzando campagne, iniziative

di sensibilizzazione e pubblicando guide pratiche rivolte alle amministrazioni locali.

EDGE

EDGE è una rete italiana dedicata alla crescita personale e professionale attraverso lo scambio di esperienze. Si configura come un gruppo consapevole di persone LGBTQIA+ e come una forza propositiva per il miglioramento della società civile italiana.
Sito web: https://www.edge-glbt.it/

EPBN
European Pride Business Network

EPBN è la rete delle associazioni europee che trattano i temi dell'inclusione delle persone LGBTQIA+ nei luoghi di lavoro, nelle professioni e nel business. Realizza attività di advocacy, programmi di educazione, progetti sulla visibilità, mette in contatto aziende ed ERG europei, offrendo opportunità di networking internazionale, collaborazione e condivisione di buone pratiche.
Sito web: https://epbn.eu/

LGL

LGL è l'organizzazione nazionale per i diritti LGBTQIA+ in Lituania. Tutela gli interessi della comunità attraverso attività di advocacy, sensibilizzazione, supporto alla comunità e iniziative volte a migliorare le condizioni di vita e di lavoro delle persone LGBTQIA+.
Sito web: https://www.lgl.lt/en/

Federacja Znaki Równości

È la prima federazione polacca che riunisce organizzazioni impegnate a favore della comunità LGBTQIA+. L'obiettivo è costruire una società aperta e inclusiva, libera da ogni forma di discriminazione, in particolare quella basata sull'orientamento sessuale e sull'identità di genere.
Sito web: https://znakirownosci.org.pl/signs-of-equality/

Fulcrum

Fulcrum è un'organizzazione con sede in Ucraina che lavora per abbattere gli stereotipi sui gruppi stigmatizzati e ampliare la rete di alleati a sostegno della parità di diritti per tutte le persone, incluse quelle della comunità LGBTQIA+.
Sito web: https://www.t-o.org.ua/

GLAS Foundation

GLAS Foundation è un'organizzazione con sede in Bulgaria che mira a garantire piena uguaglianza e una solida protezione contro ogni forma di discriminazione per la comunità LGBTQIA+.
Sito web: https://workitout.bg/

ILGA e ILGA-Europe

ILGA e ILGA-Europe costituiscono una rete globale di organizzazioni LGBTQIA+. Forniscono ricerche, panoramiche legislative, dati comparativi e contatti nazionali, rappresentando una voce autorevole presso le istituzioni internazionali, tra cui l'ONU.
Siti web: https://ilga.org/
e https://www.ilga-europe.org/

Legebitra

Legebitra è un'organizzazione LGBTQIA+ apartitica con sede in Slovenia, attiva nei settori dei diritti umani, dell'istruzione e della salute mentale, fisica e sessuale. Promuove cambiamenti sociali e sistemici basati sul rispetto dell'orientamento

sessuale, dell'identità di genere e dell'espressione di genere.
Sito web: https://legebitra.si/

MozaiQ

MozaiQ è un'organizzazione comunitaria per le persone LGBTQIA+ residenti in Romania. Mira a rafforzare la comunità attraverso solidarietà, fiducia reciproca e attività sociali, con una presenza attiva nella scena culturale alternativa. Dedica particolare attenzione a gruppi specifici all'interno della comunità, tra cui persone LGBTQIA+, rom, persone trans, persone sieropositive, sex worker e altri gruppi vulnerabili.
Sito web: https://www.mozaiqlgbt.ro/en/about-mozaiq/

Open for Business

Open for Business è una coalizione di grandi aziende che sostiene l'inclusione LGBTQIA+ anche per rafforzare attraverso l'inclusione la crescita economica sostenibile delle aziende e dei sistemi produttivi.
Sito web: https://www.open-for-business.org/

L'Autre Cercle

L'Autre Cercle è una delle principali organizzazioni francesi impegnate nell'inclusione LGBTQIA+ sul luogo di lavoro. Realizza iniziative di ricerca, networking, advocacy e comunicazione, oltre a offrire consulenza e formazione alle aziende.
Sito web: https://autrecercle.org/english-version/

Network

Network è un'organizzazione svizzera attiva nei settori politico, culturale, economico e sociale. Lavora per sostenere le persone LGBTQIA+ affinché possano esprimere apertamente e con sicurezza la propria identità sul lavoro e raggiungere il successo professionale.
Sito web: https://www.network.ch/en/

Prague Pride, z. s.

Prague Pride è la più grande organizzazione LGBTQIA+ ceca. Gestisce il Prague Pride Festival, la campagna Jsme fér, il servizio di consulenza Sbarvouven.cz e il portale educativo Učímolgbt.cz. Le aziende possono partecipare al festival e alle campagne, oltre a usufruire di programmi di formazione dedicati al personale.
Sito web: https://www.praguepride.com/en/

Pride Business Forum

Pride Business Forum è una piattaforma per aziende e organizzazioni che desiderano creare ambienti di lavoro equi e sicuri per tutte le persone, indipendentemente dall'orientamento sessuale, dall'identità o espressione di genere o dalle caratteristiche sessuali. Oltre alla conferenza annuale, offre formazione, eventi di networking durante tutto l'anno e un programma di fondazione a sostegno di progetti LGBTQIA+ in tutta la Repubblica Ceca. Riconosce inoltre i datori di lavoro che si impegnano attivamente sui temi della diversità e dell'inclusione.
Sito web: https://www.pridebusinessforum.com/en/

Pride at Work

Pride at Work è il più grande programma in Irlanda dedicato a diversità, equità, inclusione e senso di appartenenza (DEIB). Offre formazione, partnership e iniziative specifiche per il mondo del lavoro, con un

focus sulle tematiche LGBTQIA+.
Sito web: https://prideatwork.ie/

Pride Biz Austria

Pride Biz Austria è un'organizzazione LGBTQIA+ che coordina le attività legate all'inclusione nel settore economico. Promuove i diritti delle persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender e intersessuali nell'economia e sul luogo di lavoro, fungendo da primo punto di contatto in Austria per aziende e decisori politici.
Sito web: https://pridebiz.at/

Queer Business Women

Queer Business Women (QBW) è una rete che mette in contatto e valorizza professionalmente le donne lesbiche e queer in Austria.
Sito web: https://qbw.at/

REDI

REDI è un'organizzazione spagnola che lavora per una società più equa e inclusiva, promuovendo diversità, inclusione e parità di accesso alle opportunità. Supporta i partner nella creazione di ambienti di lavoro rispettosi, inclusivi e sicuri per tutte le persone, valorizzando il talento indipendentemente dall'orientamento sessuale, dall'identità o espressione di genere o dalle caratteristiche sessuali.
Sito web: https://www.redi-LGBTQIA+.org/

Stonewall

Stonewall è una delle più grandi organizzazioni LGBTQIA+ d'Europa che offre formazione, audit e attività di benchmarking per le aziende.
Sito web: https://www.stonewall.org.uk/

WeAreOpen

WeAreOpen è un'organizzazione no-profit con sede in Ungheria che fornisce servizi professionali per aiutare le aziende a costruire culture aperte e inclusive.
Sito web: https://www.nyitottakvagyunk.hu/

Wirtschaftsweiber

Wirtschaftsweiber è un'organizzazione professionale tedesca impegnata a promuovere ambienti di lavoro e di vita privi di discriminazioni per le persone LGBTQIA+.
Sito web: https://wirtschaftsweiber.de/

Workplace Pride

Workplace Pride è un'organizzazione LGBTQIA+ con sede nei Paesi Bassi che promuove l'inclusione sul luogo di lavoro attraverso sensibilizzazione, ricerca, misurazione, formazione e networking.
Sito web: https://workplacepride.org/

WyberNet

WyberNet è una rete professionale che sostiene e valorizza le donne lesbiche in Svizzera.
Sito web: https://www.wybernet.ch/

UNIONE EUROPEA

Agenzia per i diritti fondamentali (FRA): Fornisce ricerca, dati e strumenti per monitorare la discriminazione e valutare le politiche di inclusione.

Strategia per l'uguaglianza LGBTQIA+ 2020–2025 (Commissione Europea): Definisce un quadro di riferimento per l'uguaglianza e raccomandazioni per gli Stati membri.

Intergruppo del Parlamento Europeo sui diritti LGBTQIA+: Gruppo politico che monitora gli sviluppi dei diritti LGBTQIA+ in Europa e promuove iniziative legislative.

Difensore pubblico dei diritti (Ombudsman)

Il Difensore pubblico dei diritti monitora il rispetto della parità di trattamento ed elabora raccomandazioni e materiali formativi utili per i dipartimenti HR e legali, contribuendo a prevenire discriminazioni e a rafforzare le politiche di inclusione.

FONTI

- Credit Suisse Research Institute (2019). *The CS Gender 3000 in 2019: The Changing Face of Companies*. Zurigo: Credit Suisse. Disponibile all'indirizzo: https://www.credit-suisse.com/about-us-news/en/articles/media-releases/cs-gender-3000-report-shows-one-fifth-of-board-positions-globall-201910.html
- Commissione europea (2023). *Regolamento delegato (UE) 2023/2772 della Commissione, del 31 luglio 2023, che integra la direttiva 2022/2464 per quanto riguarda gli standard di rendicontazione di sostenibilità (ESRS).* Gazzetta ufficiale L 461/1. Disponibile all'indirizzo: https://eur-lex.europa.eu
- Parlamento europeo e Consiglio (2022). *Direttiva (UE) 2022/2464 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 dicembre 2022, relativa alla rendicontazione di sostenibilità delle imprese (CSRD).* Gazzetta ufficiale L 322/15. Disponibile all'indirizzo: https://eur-lex.europa.eu
- European Pride Business Network (EPBN) (2024). *Annual Report 2024. Bruxelles: EPBN*. Disponibile all'indirizzo: https://www.europeanpridebusinessnetwork.org
- Agenzia dell'Unione europea per i diritti fondamentali (FRA) (2024). *LGBTQIA+Q equality at a crossroads: Progress and challenges.* Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea. Disponibile all'indirizzo: https://fra.europa.eu
- Unione europea (2012). *Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea*. Gazzetta ufficiale C 326/391, 26 ottobre 2012. Disponibile all'indirizzo: https://eur-lex.europa.eu
- Fulcrum Ukraine (2023). *Corporate Equality Index Ukraine 2023.* Kyiv: Fulcrum UA. Disponibile su: https://fulcrum.org.ua
- Hewlett, S. A., Marshall, M., & Sherbin, L. (2013). *How Diversity Can Drive Innovation. Harvard Business Review*, dicembre 2013. Disponibile su: https://hbr.org
- Korn Ferry (2024). *Guide to DEI in the Workplace.* Los Angeles: Korn Ferry. Disponibile su: https://www.kornferry.com/insights/featured-topics/diversity-equity-inclusion/guide-to-dei-in-the-workplace
- Korn Ferry Institute (2024). *Driving Transformation through Inclusive Teams.* Los Angeles: Korn Ferry. Disponibile su: https://www.kornferry.com
- Lanzalonga, F., Chmet, F., Petrolo, B., & Brescia, V. (2023). *Exploring diversity management to avoid social washing and pinkwashing: Using bibliometric analysis to shape future research directions.* Journal of Intercultural Management, 15(1), 41–65. https://doi.org/10.2478/joim-2023-0002
- L'Autre Cercle (2022). *Baromètre LGBT+ sur la qualité de vie au travail.* Parigi: L'Autre Cercle. Disponibile su: https://www.autrecercle.org

- Lorenzo, R., Voigt, N., Schetelig, K., Zawadzki, A., Welpe, I. M., & Brosi, P. (2017). *The Mix That Matters: Innovation Through Diversity*. Boston: The Boston Consulting Group. Disponibile su: https://www.bcg.com/publications/2017/people-organization-leadership-talent-innovation-through-diversity-mix-that-matters

- Luthra, P., & Muhr, S. L. (2023). *Leading Through Bias: 5 Essential Skills to Block Bias and Improve Inclusion at Work*. Londra: Bloomsbury Business.

- Matějová, M. (2024). *Minority Stress of LGBTQIA+ People in the Workplace*. Tesi di laurea magistrale, Università Carolina, Facoltà di Lettere e Filosofia, Dipartimento di Psicologia. Relatore: Michal Pitoňák.

- Maks-Solomon, C., & Drewry, J. M. (2021). *Why do corporations engage in LGBT rights activism? LGBT employee groups as internal pressure groups*. Business and Politics, 23(1), 124–152. https://doi.org/10.1017/bap.2020.5

- McKinsey & Company (2020). *Diversity Wins: How Inclusion Matters*. New York: McKinsey & Company. Disponibile su: https://www.mckinsey.com
- Ministero degli Affari Sociali, della Salute e dell'Integrazione del Baden-Württemberg (2022). *LSBTIQ in employment: Experiences of discrimination in the workplace*. Stoccarda: Governo del Baden-Württemberg.

- Open for Business Coalition (2022). *The Economic Case for LGBT+ Inclusion*. Londra: Open for Business. Disponibile su: https://open-for-business.org

- Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) (2020). *Over the rainbow? The road to LGBTQIA+ inclusion*. Parigi: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264282488-en

- Pitoňák, M., & Macháčková, M. (2023). *Being LGBTQIA+ in Czechia 2022* (1). Klecany: National Institute of Mental Health. Disponibile all'indirizzo: https://lgbt-zdravi.cz/publikace

- Stonewall (2023). *Workplace Equality Index & Empower Series*. Londra: Stonewall. Disponibile all'indirizzo: https://www.stonewall.org.uk

- Nazioni Unite (1948). Dichiarazione universale dei diritti umani. Parigi: Nazioni Unite. Disponibile all'indirizzo: https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights

- Webster, J. R., Adams, G. A., Maranto, C. L., Sawyer, K., & Thoroughgood, C. (2018). *Workplace contextual supports for LGBT employees: A review, meta-analysis, and agenda for future research*. Human Resource Management, 57(1), 193–210. https://doi.org/10.1002/hrm.21873

ELENCO DELLE ABBREVIAZIONI

CEO — AMMINISTRATORE DELEGATO
Il dirigente di più alto livello di un'organizzazione.

OSC — ORGANIZZAZIONE DELLA SOCIETÀ CIVILE
Organizzazione della società civile, spesso senza scopo di lucro.

RSI — RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA
Insieme di attività aziendali a supporto della sostenibilità e del bene sociale.

CSRD — DIRETTIVA SULLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALE
Direttiva dell'Unione europea che disciplina la rendicontazione di sostenibilità delle imprese.

CZ (ČR) — REPUBBLICA CECA
Stato membro dell'Unione europea e delle Nazioni Unite.

DEI — DIVERSITÀ, EQUITÀ, INCLUSIONE
In molte lingue viene talvolta tradotto erroneamente come "uguaglianza"; il termine "equità" è più vicino al concetto di "giustizia". Indica programmi e iniziative a supporto della diversità, dell'equità e dell'inclusione.

EPBN — EUROPEAN PRIDE BUSINESS NETWORK
Rete europea che mette in contatto aziende ed ERG focalizzati su tematiche LGBTQIA+, favorendo collaborazione, scambio di buone pratiche e iniziative comuni per l'inclusione sul luogo di lavoro.

ERG — EMPLOYEE RESOURCE GROUP
Gruppo di dipendenti che riunisce persone con interessi, identità o esperienze comuni (ad esempio, un ERG LGBTQIA+).

ESG — ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE
Criteri utilizzati per valutare l'impatto ambientale, sociale e la governance aziendale. Costituiscono un quadro di riferimento ampiamente adottato per la sostenibilità e la responsabilità d'impresa.

UE — UNIONE EUROPEA
Unione politica ed economica composta da 27 Stati europei.

FRA — AGENZIA DELL'UNIONE EUROPEA PER I DIRITTI FONDAMENTALI
Agenzia dell'UE che raccoglie dati, conduce ricerche e formula raccomandazioni in materia di diritti umani.

HR —RISORSE UMANE
Dipartimento o team responsabile della gestione del personale, delle politiche di assunzione, dello sviluppo professionale e del benessere dei dipendenti.

IDAHOT / IDAHOBIT — GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO L'OMOFOBIA, LA TRANSFOBIA E LA BIFOBIA
Ricorrenza celebrata il 17 maggio.

ILGA — INTERNATIONAL LESBIAN, GAY, BISEXUAL, TRANS AND INTERSEX ASSOCIATION
Associazione internazionale che promuove i diritti delle persone LGBTQIA+.

LGBTQ+
LESBIAN, GAY, BISEXUAL, TRANSGENDER, QUEER/QUESTIONING +
Termine ombrello che comprende diversi orientamenti sessuali e identità di genere.

LGBTQIA+
LESBIAN, GAY, BISEXUAL, TRANSGENDER, QUEER/QUESTIONING, INTERSEX, ASEXUAL + Versione estesa che include persone intersessuali, asessuali e altre identità e caratteristiche sessuali.

ONU — ORGANIZZAZIONE DELLE NAZIONI UNITE
Organizzazione internazionale che promuove pace, sicurezza, cooperazione e tutela dei diritti umani.

