

## Fastweb è tra le aziende più inclusive d'Italia

*Grazie all'iniziativa "Library tutti: la normalità è negli occhi di chi guarda", presentata durante la 4 Weeks 4 Inclusion, Fastweb è top 20 nel Diversity Brand Index 2022*

Milano, 18 febbraio 2022 - Fastweb è tra le 20 aziende più inclusive d'Italia secondo il Diversity Brand Index 2022, il progetto di ricerca curato dall'organizzazione no profit Diversity e dalla società di consulenza Focus MGMT che misura la capacità delle aziende di sviluppare con efficacia una cultura orientata alla Diversity&Inclusion. Un riconoscimento che premia le azioni e le iniziative intraprese da Fastweb che si legano profondamente alla nuova strategia "Tu sei Futuro" che, oltre a promuovere la digitalizzazione e l'attenzione per l'ambiente, sostiene la diffusione di una cultura inclusiva e la crescita dei talenti.

Fastweb è stata inserita nella TOP 20 del Diversity Brand Index per aver realizzato, nel corso del 2021, 3 delle migliori 50 iniziative di Diversity&Inclusion e sulla base della loro capacità di veicolare al mercato tale impegno, lavorando concretamente su più forme di diversità, integrando digital e arte, con un'attenzione speciale alle future generazioni.

Il progetto preso in esame e selezionato tra i venti che maggiormente hanno saputo mettere a valore la diversità è "Library tutti: la normalità è negli occhi di chi guarda", evento organizzato durante la 4 Weeks 4 Inclusion dello scorso anno, in cui è stato affrontato in modo ironico e leggero il confronto su cosa sia davvero "normale" tramite 2 stand up comedian e immagini, raccolte in una library fotografica disponibili liberamente online al seguente link <https://www.fastweb.it/corporate/futuro-piu-inclusivo/diversity-e-inclusion/>, che raccontano situazioni di lavoro tra persone autentiche, in cui vengono ribaltati gli stereotipi di genere, in cui disabilità e varietà etnica rientrano nella quotidianità lavorativa. Una prospettiva diversa che percepisce e racconta le persone al lavoro in tutte le loro forme, con tutte le loro sfumature e unicità.

Inoltre, il Diversity Brand Index ha riconosciuto altre due importanti iniziative di valore che Fastweb ha messo in campo nel corso dello scorso anno sui temi di diversity & inclusion: "#connessicontroilcyberbullismo", una campagna di sensibilizzazione contro il cyberbullismo attraverso attività multimediali digital e social per contribuire a formare una nuova generazione di utenti della rete più rispettosi e consapevoli, e il murales "Close the Gap, Open your Future" un dono alla città di Milano, realizzato in via De Castillia 20, nel quartiere Isola. Un bambino e una bambina che spingono i muri per chiudere un divario e aprire a tutti le porte del futuro. Un progetto artistico che traduce la visione di Fastweb sulla necessità di costruire una società più connessa, inclusiva ed ecosostenibile, dove a tutti sono concesse le stesse possibilità di accedere al futuro.

I risultati del Diversity Brand Index sono stati presentati ieri in occasione del Diversity Brand Summit (DBS), l'appuntamento giunto alla sua quinta edizione che rappresenta un'occasione di confronto unica sul valore etico ed economico dell'inclusione, oggi sempre più determinante nelle scelte dei consumatori. Dalla nuova ricerca, infatti, emergono tendenze ed evidenze importanti: aumenta il valore della Diversity&Inclusion nel percepito dei consumatori nella scelta della marca con un Net Promoter Score al +86,5% (+5,3 sul 2021) e si conferma il differenziale tra la crescita dei ricavi delle aziende più inclusive rispetto a quelle non inclusive, stimato al +23%.

“Questo riconoscimento conferma l’importanza del programma di iniziative messe in piedi dalla nostra azienda”, ha commentato **Luciana De Laurentis, Head of Corporate Culture & Inclusion di Fastweb**. “Inclusione per noi significa favorire la creazione di un luogo di lavoro sicuro e inclusivo in cui le persone possano esprimere con orgoglio la propria unicità, in cui nessuno rimane indietro. Questa è la cultura che diffondiamo e in questa fase in cui anche il contesto sociale è sempre più attento a questi temi, ci impegniamo con obiettivi più ambiziosi, dando ancora maggior forza a iniziative di sostenibilità su vari ambiti: dall’inclusione digitale alla disabilità, al sostegno ai caregiver, dalla parità di genere alla valorizzazione delle competenze femminili in ambito STEM, con una particolare attenzione alla sensibilizzazione interna ed esterna sui temi di Diversity&Inclusion. Perché in azienda la diversità è un fatto, ma l’inclusione è una precisa scelta organizzativa”.

*Per informazioni:*

Ufficio Stampa Fastweb spa

Roberta Dellavedova

Cel. +39 348 14 71 722

[roberta.dellavedova@fastweb.it](mailto:roberta.dellavedova@fastweb.it)

Oscar Daniel Berardi

[oscardaniele.berardi@fastweb.it](mailto:oscardaniele.berardi@fastweb.it)