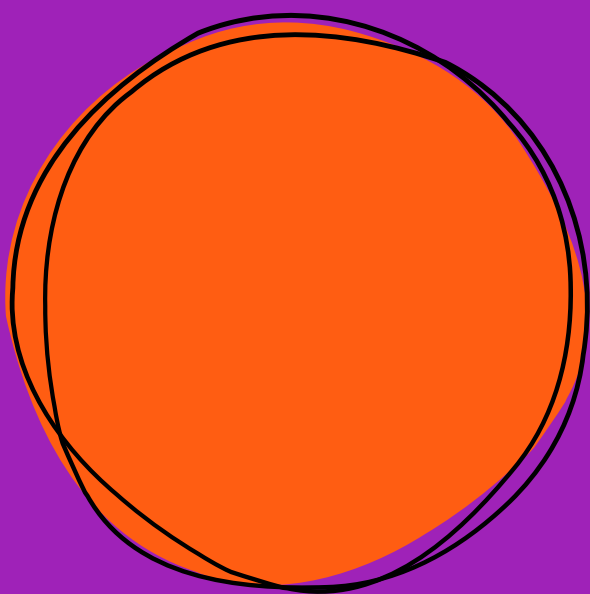




DENTRO IL LAVORO, CONTRO LA VIOLENZA

*IL RUOLO DELLE ORGANIZZAZIONI
NELLA PREVENZIONE
E NEL CONTRASTO
ALLA VIOLENZA DI GENERE*

Dati, risorse, buone pratiche



CONTRO.

AL FIANCO DELLE IMPRESE
NELLA SFIDA **CONTRO**
LA VIOLENZA DI GENERE

Questo paper nasce nell'ambito dell'evento "**CONTRO. Al fianco delle imprese nella sfida contro la violenza di genere**", organizzato il 5 marzo 2026 a Torino.

CONTRO è un evento progettato e promosso da **Amapola Società Benefit**.
Partner scientifici: **Fondazione Libellula, Università degli Studi di Torino con UniToGO e CIRSDe - Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi delle Donne e di Genere.**

Patrocini e partner istituzionali: **Camera di commercio di Torino, Comitato per l'Imprenditoria Femminile Torino, Città metropolitana di Torino, Torino Social Impact, Unione Industriali Torino.**

Con il sostegno di **CSI Piemonte, Edison, Lidl Italia, Roquette Italia.**

Partner tecnico: **Dotwords.**

Al paper hanno partecipato come partner scientifici, in aggiunta al team Amapola, Fondazione Libellula e l'Università di Torino.

Indice.

1. Introduzione. Violenza di genere: un'emergenza sistemica
2. Diffusione e tipologie della violenza di genere
 - 2.1 Quale violenza?
 - 2.2 Impatto economico e sociale
3. La "piramide della violenza di genere": dalle radici culturali al femminicidio
4. Femminicidio: l'estrema conseguenza della violenza di genere
 - 4.1 La questione dei dati
5. Discriminazioni e violenze di genere sul posto di lavoro (Europa & Italia)
6. Il ruolo delle aziende nella prevenzione e nel contrasto alla violenza di genere
7. Dai dati alla consapevolezza
8. Azioni che fanno la differenza: le buone pratiche delle organizzazioni
9. I partner del progetto CONTRO
10. Ringraziamenti



Introduzione.

Violenza di genere: un'emergenza sistemica

La **violenza di genere** viene spesso raccontata come un'emergenza: esplode nei titoli dei giornali di fronte a un femminicidio o a un caso particolarmente brutale, per poi scomparire dal dibattito pubblico. In realtà non si tratta di episodi isolati, ma di un **fenomeno sistemico**, radicato nelle disparità di potere tra uomini e donne e nelle norme culturali che le sostengono. E di questo dobbiamo avere ferma consapevolezza.

La violenza di genere – spesso usata come sinonimo di violenza contro le donne – si riferisce a qualsiasi atto lesivo rivolto a una persona **a causa del suo genere**. Organismi internazionali come le Nazioni Unite la definiscono come *“ogni atto di violenza fondato sul genere che abbia come risultato (o possa avere come risultato) un danno fisico, sessuale o psicologico per le donne, incluse minacce, coercizione o privazione arbitraria della libertà, sia in pubblico che nella vita privata”*. In altre parole, è una violenza radicata nelle **disuguaglianze di potere tra uomini e donne**, riconosciuta come una violazione dei diritti umani e al contempo conseguenza e causa della disparità di genere.

Questo fenomeno assume molte forme: **violenze fisiche, sessuali, psicologiche, economiche e altre**. Ad esempio, la Convenzione del Consiglio d'Europa di Istanbul (2011) specifica che la violenza di genere comprende tanto gli abusi **in ambito domestico** (percosse, violenza domestica, mutilazioni genitali femminili, stupri coniugali, ecc.) quanto **le aggressioni nella comunità** (molestie sessuali, stupro da parte di estranei, tratta, prostituzione forzata) e anche **la violenza perpetrata o tollerata dallo Stato**. Questa ampia gamma di comportamenti violenti ha in comune il fatto di colpire in modo sproporzionato le donne in quanto tali (o persone non conformi alle aspettative di genere), ed è sostenuta da norme sociali sessiste e dalla cultura della discriminazione.

In sintesi, come dichiarato dall'ONU già nel 1993, “la violenza contro le donne è una **manifestazione dei rapporti di potere** storicamente diseguali fra i sessi”, meccanismo sociale cruciale che relega le donne in posizione subordinata nella società.

Diffusione e tipologie della violenza di genere.

Dati globali, europei e italiani

La violenza di genere costituisce un problema di proporzioni endemiche **in tutto il mondo**. A livello globale, [l'Organizzazione Mondiale della Sanità](#) stima che circa **una donna su tre nel mondo** abbia subito nel corso della vita violenza fisica e/o sessuale, nella maggior parte dei casi da parte del partner. Questa cifra impressionante – 1 donna su 3 globalmente – dà la misura della **pervasività del fenomeno** e del suo legame con **la discriminazione di genere**: infatti la stragrande maggioranza delle violenze avviene per mano di partner attuali o ex partner, evidenziando come l'ambiente domestico spesso non sia affatto sicuro per molte donne.

Gli [ultimi dati UN Women](#) ricordano che:

- **circa 50.000 donne e ragazze** sono state uccise nel 2024 da partner o familiari, pari a 137 uccisioni al giorno;
- **oltre il 60% degli omicidi femminili** nel mondo avviene in ambito domestico, mentre per gli uomini la quota scende intorno al 12%;
- **circa una donna su quattro** subisce violenza dal proprio partner nel corso della vita.

In Europa, i dati recenti confermano la stessa gravità. [Un'indagine dell'EU Fundamental Rights Agency \(FRA\) e di Eurostat](#) ha rilevato che “circa un terzo delle donne nell'UE ha sperimentato violenze fisiche o sessuali in età adulta” (dati confermati anche dalla [più recente versione del report](#)).

In media, il **30-33% delle europee** riferisce di aver subito aggressioni fisiche e/o sessuali da quando ha compiuto 15 anni. La prevalenza può variare per Paese, ma resta elevata ovunque. Ad esempio, in base al nuovo [EU Gender-Based Violence Survey](#) (2021), la quota di donne che hanno vissuto violenza è **più alta nelle generazioni più giovani**: il **35% delle donne** tra 18 e 29 anni nell'UE ha già subito qualche forma di violenza di genere, contro il **24%** delle 65-74enni – segno che il fenomeno non sta diminuendo tra i giovani.

Anche **la violenza da partner** resta comune: il **18%** delle europee che hanno (o hanno avuto) un partner ha sperimentato violenza fisica o sessuale da parte sua; considerando anche gli abusi psicologici, ben il **32%** delle donne europee ha (o ha avuto) un partner violento nel corso della vita. Infine, se guardiamo al contesto professionale, il **41,6%** ha subito **molestie sessuali** sul lavoro.

In Italia, i dati più recenti dell'ISTAT confermano un quadro analogo. Le stime preliminari 2025 indicano circa 6,4 milioni di donne tra 16 e 75 anni (31,9%) che hanno subito nel corso della vita almeno una forma di violenza fisica o sessuale. Tra queste:

il 18,8% ha subito violenze fisiche

il 23,4% violenze sessuali

il 5,7% almeno uno stupro o un tentato stupro

Le violenze non avvengono principalmente per mano di sconosciuti. Più della metà di tutte le violenze fisiche sulle donne è commessa da **partner attuali o ex**: per gli stupri conclamati, **oltre il 60%** è attribuito al partner (soprattutto ex), mentre solo una quota ridotta è opera di estranei. Nei tentati stupri pesano ancora di più ex partner e conoscenti, mentre gli estranei rappresentano una minoranza dei casi.

I **dati ISTAT** mostrano anche che la violenza colpisce sempre di più le giovanissime: confrontando il 2014 con il 2025, la quota di ragazze tra i 16 e i 24 anni che dichiara violenze fisiche o sessuali è passata **da circa il 28% al quasi 38%**. L'aumento riguarda in particolare le violenze sessuali, cresciute da meno del 18% a oltre il 30%, mentre le violenze fisiche restano più stabili. Allo stesso tempo, le violenze risultano “**altamente sommerse**”: la percezione del pericolo è bassa, i livelli di denuncia restano molto limitati e una parte rilevante delle vittime non si rivolge mai alle forze dell'ordine o ai servizi di supporto.

Quale violenza?

È importante notare che la violenza sulle donne assume anche forme non sempre visibili nelle statistiche convenzionali: ad esempio, la **violenza psicologica** (minacce, umiliazioni, controllo e isolamento da parte del partner) colpisce quasi 2 donne su 10 in Italia (17,9%) nelle relazioni di coppia, e la **violenza economica** (impedire l'accesso al denaro, al lavoro, ecc.) riguarda circa il 6-7% delle donne con partner ([Fonte Istat](#)). Inoltre, forme come lo **stalking** (atti persecutori) toccano circa il 14,7% delle italiane e le molestie sessuali (avances indesiderate, palpeggiamenti, esibizionismo, ecc.), oltre il 19%, a testimonianza che il fenomeno è composito e pervasivo.

Da questi dati emergono alcuni punti chiave sulle tipologie e il contesto della violenza di genere:

Violenza domestica e partner abuse

È la forma più diffusa. Nella UE, circa il **18%** delle donne ha subito violenze da partner o ex. In Italia, il **12,6%** delle donne che hanno avuto relazioni è rimasta vittima di violenze nell'ambito della coppia ([Istat](#)). Gli ex partner, in particolare, si confermano tra gli autori più pericolosi: **quasi 1 donna su 5 con un ex** (18,9%) ha subito violenze da costui. Ciò si riflette nel fatto che i **femminicidi** (come vedremo) sono spesso opera di partner o familiari.

Violenza sessuale

Comprende stupri, tentati stupri e altre aggressioni sessuali. Colpisce circa **1 donna su 5 in Europa**. In Italia, il **23,4%** ha subito violenze sessuali e il **5,7%** delle donne ha subito uno stupro o tentato stupro (sempre [istat.it](#)). Le Nazioni Unite sottolineano che queste violenze spesso restano nell'ombra: a livello mondiale, **quasi il 15%** delle donne subisce violenza sessuale da qualcuno che non sia il partner (dato che si aggiunge agli abusi intra-familiari).

Violenza fisica

Pugni, calci, percosse, uso di armi o minacce di morte. Interessa **tra il 20% e il 25%** delle donne in molti Paesi europei (in Italia quasi **il 19%** ha subito percosse o aggressioni fisiche). Spesso coesiste con la violenza sessuale da partner.

Violenza psicologica

Minacce, insulti, umiliazioni, controllo geloso, isolamento sociale, privazione di risorse economiche. Sono estremamente comuni ma meno riconosciute. In Europa circa **il 35-40%** delle donne che hanno (o hanno avuto) partner riferisce di aver subito qualche forma di violenza psicologica dal partner ([FRA Survey](#)). In Italia, come detto, il **18%** circa delle donne in coppia ha vissuto situazioni di controllo o sopruso psicologico. Queste dinamiche spesso preludono o accompagnano gli abusi fisici.

Violenza economica

Più diffusa di quanto si pensi. **Una donna su sei** consegna il proprio stipendio al partner, una su due è madre di figli minorenni ([Corriere](#)). Il **17%** delle donne lavoratrici ha lo stipendio accreditato sul conto del partner e non dispone del denaro che guadagna.

A queste si aggiunge sempre più chiaramente la **violenza digitale**: minacce e persecuzioni online, diffusione non consensuale di immagini intime (“revenge porn”), cyberstalking, doxxing (diffusione di informazioni personali sensibili online senza il consenso della persona), controllo attraverso spyware e stalkerware, manipolazione di immagini o video (deepfake) a contenuto sessuale. La [campagna UNiTE 2025 di UN Women](#) è stata dedicata proprio alla violenza di genere online: secondo le loro stime, **tra il 90 e il 95% dei deepfake sessualizzati** diffusi in rete ritrae donne e ragazze, e una quota molto alta di utenti femminili riferisce esperienze di violenza o molestie sul web (la percentuale varia dal 16 al 58% a seconda di vari studi).

Un grave problema trasversale è la **sottodenuncia e la tolleranza sociale**. Studi FRA ([Fundamental Rights Agency](#)) mostrano che solo una minoranza di donne si rivolge alle forze dell'ordine dopo episodi molto gravi (in media solo il 6% denuncia un partner e solo l'11% un'aggressione da parte di persona estranea). Ciò riflette barriere come la paura, la vergogna, la mancanza di fiducia nelle istituzioni, e un contesto in cui spesso la violenza è minimizzata o considerata un fatto “privato”. Combattere la violenza di genere richiede perciò non solo misure repressive, ma soprattutto un cambiamento culturale profondo.

Impatto economico e sociale

Oltre al dolore e alla sofferenza individuale, la violenza di genere ha un impatto enorme sui **sistemi sanitari, giudiziari e sulle economie nazionali**. Lo [European Institute for Gender Equality](#) (EIGE) ha stimato che:

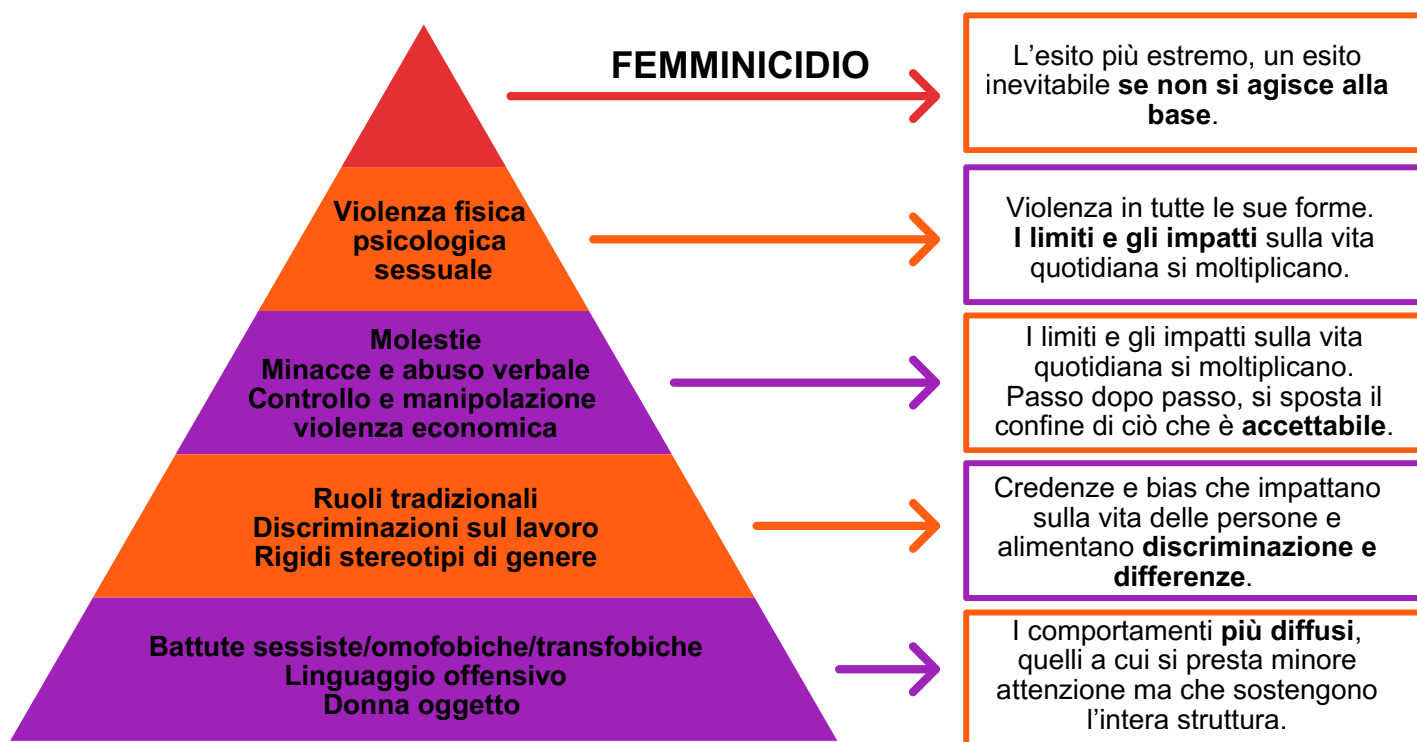
- il costo complessivo della violenza di genere nell'UE è di circa **366 miliardi di euro** l'anno;
- la violenza contro le donne rappresenta il **79%** di questo costo, pari a circa 290,3 miliardi di euro;
- la violenza da partner intimi contro le donne incide per circa 151,9 miliardi di euro, ossia **l'87% dei costi legati alla violenza da partner**.

Si tratta di costi legati a perdita di produttività, cure sanitarie, assistenza sociale, spese giudiziarie e sostegni alle vittime. Investire in prevenzione e servizi specializzati non è solo una scelta etica: è anche una strategia economicamente più efficiente per ridurre questi costi nel medio-lungo periodo.

La “piramide della violenza di genere”

Dalle radici culturali al femminicidio

Per descrivere il **carattere sistemico e strutturale** della violenza di genere si usa spesso la metafora della piramide della violenza. Immaginiamo una piramide a più livelli.



-
- **Base** – comportamenti e atteggiamenti quotidiani spesso tollerati o minimizzati: linguaggio sessista, battute sulle donne, catcalling, oggettivazione del corpo femminile, insulti omofobi o transfobici.
 - **Livello intermedio** – stereotipi e ruoli di genere rigidi (“le donne sono naturalmente portate alla cura”, “gli uomini devono comandare”), discriminazioni nell’accesso al lavoro, alla carriera, alle risorse economiche, gap salariale e “soffitto di vetro”.
 - **Livello superiore** – molestie verbali e fisiche, minacce, controllo, gelosia patologica, stalking, violenza economica, abuso psicologico, ricatti e molestie sessuali.
 - **Vertice** – violenza fisica e psicologica grave, stupri, tentati omicidi e femminicidio.
-

La chiave di questa rappresentazione è mostrare che **le forme più gravi di violenza (la punta della piramide) sono sostenute e rese possibili dal clima di tolleranza verso le forme “minori” alla base.** In altre parole, sessismo e micro-aggressioni quotidiane creano il terreno fertile su cui fioriscono gli abusi veri e propri.

Quando una battuta sessista viene archiviata come “scherzo”, quando la gelosia e il controllo vengono romanticizzati, diventa più difficile riconoscere come violenza i comportamenti successivi. La piramide ci ricorda che per ridurre femminicidi e stupri non basta intervenire sull’ultimo gradino (repressione penale): **occorre agire alla base**, contrastando stereotipi e micro-violazioni, educando al consenso e al rispetto sin dall’infanzia e promuovendo **reali condizioni di equità e giustizia sociale.**

Solo scardinando la cultura che legittima la violenza si può impedire che essa raggiunga gli apici tragici. Un **approccio preventivo primario** che è complementare e altrettanto essenziale quanto l’aiuto a chi sperimenta violenza e la punizione delle persone colpevoli.

In questo scenario, parlare di “**cultura**” non è un esercizio teorico: è guardare in faccia i meccanismi che rendono possibile la violenza e, soprattutto, la sua impunità. Lo scandalo degli **Epstein files** – tra documenti giudiziari progressivamente resi pubblici e nuove pubblicazioni istituzionali – ha riportato al centro una verità scomoda: lo sfruttamento di donne, ragazze e bambine può diventare un dispositivo di potere, capace di intrecciarsi con **reti di privilegio, reputazione e protezione reciproca**. Non è (solo) desiderio, per quanto disturbante: è controllo, è possesso, è l’idea di poter oltrepassare ogni limite perché “coperti” dal proprio ruolo, dalle proprie relazioni, dal proprio status. E quando il potere si sente al riparo, il corpo delle donne e delle giovanissime rischia di diventare **terreno di abuso, scambio, ricatto**: una forma estrema di disumanizzazione. Le discussioni pubbliche nate attorno a queste carte – anche per la gestione complessa e controversa delle pubblicazioni e delle omissioni – mostrano quanto sia difficile, ancora oggi, **tenere insieme verità, tutela delle persone vittime e responsabilità**. È proprio qui che si misura la posta in gioco del “cambiamento culturale”: costruire contesti in cui il potere non si trasformi in licenza di sopraffazione, e in cui regole, linguaggi, leadership e sistemi di accountability rendano la violenza **non praticabile, non normalizzabile, non archiviabile come eccezione**.

From: "[REDACTED]" <[REDACTED]>
To: [REDACTED]
Cc: [REDACTED] <[REDACTED]>, [REDACTED] <[REDACTED]>
Subject: RE: Epstein flight records
Date: Wed, 08 Jan 2020 00:56:36 +0000

For your situational awareness, wanted to let you know that the flight records we received yesterday reflect that Donald Trump traveled on Epstein's private jet many more times than previously has been reported (or that we were aware of) including during the period we would expect to charge in a Maxwell case. In particular, he is listed as a passenger on at least eight flights between 1993 and 1996, including at least four flights on which Maxwell was also present as having traveled with, among others and at various times, Marla Maples, his daughter Tiffany, and his son Trump, and then-20-year-old [REDACTED]. On two other flights, two of the passengers, were women who would be possible witnesses in a Maxwell case. We've just finished reviewing the records (more than 100 pages of very small script) and didn't want any of this to be lost.

[REDACTED]
Assistant U.S. Attorney
Southern District of New York

Femminicidio: l'estrema conseguenza della violenza di genere

Il femminicidio – l'uccisione di una donna “in quanto donna”, spesso da parte di partner, ex partner o familiari nel contesto di relazioni di controllo e possesso – rappresenta la **punta dell'iceberg della violenza di genere**.

A livello globale, un recente rapporto congiunto [UNODC–UN Women](#) stima che nel 2024 **circa 50.000 donne e ragazze** siano state uccise da partner o familiari, pari a una media di **137 femminicidi al giorno**, più di cinque ogni ora.

Questo dato evidenzia che la casa può essere un luogo fatale: **le donne costituiscono una minoranza (circa 20%) delle vittime di omicidio complessive nel mondo, ma quasi 2 vittime su 3 tra quelle uccise in ambito familiare sono donne**, a riprova di come il genere giochi un ruolo determinante (al contrario, gli uomini sono molto più spesso vittime di omicidi legati a criminalità organizzata o aggressioni tra estranei).

In **Europa** la situazione non è meno seria. Anche se i tassi di omicidio sono più bassi che in altre regioni del mondo, la quota di donne uccise dal partner è elevata: secondo il [Rapporto 2024 delle Nazioni Unite](#), sono stati 2.100 i femminicidi commessi in Europa da parte di un partner o di un familiare.

In **Italia**, i dati ISTAT e del Ministero dell'Interno mostrano che il numero di femminicidi rimane tragicamente alto e relativamente stabile. Nel 2024 si sono registrati **106 femminicidi**, pari a oltre il 91% degli omicidi con vittime di sesso femminile (116 in totale). Anche le rilevazioni 2025 indicano un trend preoccupante, con decine di donne uccise ogni anno da partner, ex partner o altri familiari.

Accanto alle fonti ufficiali, [l'Osservatorio nazionale "Non Una di Meno"](#) monitora in modo indipendente femminicidi, lesbicidi e transcidi. A fine dicembre 2025 l'Osservatorio aveva già censito **84 femminicidi e oltre 99 morti complessive riconducibili alla violenza di genere ed eterocispatriarcale**, includendo suicidi indotti.

La gran parte dei femminicidi avviene in **contesti relazionali segnati da maltrattamenti, minacce, stalking, violenza fisica e psicologica pregressa**. Nella maggioranza dei casi, l'autore è un partner attuale o un ex che non accetta la fine della relazione; più raramente si tratta di parenti (padri, fratelli, figli) o estranei.

Questi tragici esiti mettono in luce la necessità di **prevenire per tempo** la spirale di violenza che spesso porta al femminicidio. Molte inchieste postume rivelano infatti **segnali premonitori**: denunce ignorate, escalation di minacce, stalking non contrastato, ecc. Contrastare efficacemente la violenza di genere significa quindi salvare vite, agendo sugli stadi precedenti prima che si arrivi all'irreparabile.

La questione dei dati

La **qualità e la tempestività dei dati** sono cruciali per comprendere il fenomeno e intervenire. Dal 2024 il [Ministero dell'Interno](#) ha scelto di pubblicare i report su omicidi volontari e violenza di genere con cadenza trimestrale e non più settimanale. Questa scelta, non accompagnata da un registro ufficiale dei femminicidi pienamente operativo, rende **più difficile un monitoraggio continuo e comparabile** nel tempo e affida un ruolo ancora più importante agli osservatori indipendenti.

Contare con precisione i femminicidi **non è un esercizio statistico astratto**: significa individuare pattern ricorrenti, valutare l'efficacia delle misure di protezione, individuare le falle del sistema (dalle denunce non prese in carico alle misure cautelari non applicate) e, in ultima analisi, prevenire altre morti. Ne ha scritto nel suo ultimo libro **Donata Columbro**, *Perché contare i femminicidi è un atto politico*, Feltrinelli, 2025.

Discriminazioni e violenze di genere sul posto di lavoro (Europa & Italia)

Un ambito cruciale in cui si manifestano la disparità di genere e forme specifiche di violenza è quello lavorativo. Il luogo di lavoro non è immune da **molestie, abusi e discriminazioni fondate sul genere** – anzi, studi recenti mostrano che tali fenomeni sono più diffusi di quanto si creda, in Europa come in Italia.



In alcuni ambiti specifici, giornalismo, editoria, mondo dello spettacolo, sono nate **associazioni, iniziative e collettivi** che aiutano le giovani donne vittime di molestie e ricatti sessuali a raccontare le proprie storie, ad uscire dall'anonimato e dalla paura della colpevolizzazione delle vittime, che purtroppo resta un tasto dolentissimo e un freno alla denuncia. Nell'ambito del giornalismo segnaliamo [una ricerca fatta nel 2024 sui master in giornalismo](#), [l'associazione GI.U.L.I.A](#) e [il collettivo ESPULSE](#). Mentre nel mondo dello spettacolo e del teatro va ricordata [l'associazione Amleta](#), che recentemente ha assistito decine di vittime di abusi e di violenze perpetrate da un regista alla scuola di Teatro di Parma.

In **Europa**, [un'ampia indagine condotta nel 2020-2024](#) su oltre 40.000 lavoratrici rileva che **quasi una donna lavoratrice su tre (31%)** ha subito molestie sessuali sul lavoro nel corso della carriera. La quota sale a oltre **4 su 10 (42%)** tra le giovani donne di 18–29 anni, indicando che le nuove generazioni non sono affatto risparmiate. Le forme più diffuse sono **commenti sessisti, domande intrusive, allusioni sul corpo o sulla vita privata, seguite da contatti fisici indesiderati, avances insistenti e, nei casi più gravi, veri e propri ricatti sessuali** in cambio di lavoro o promozioni.

Eppure, paradossalmente, **c'è uno scollamento con la percezione generale**: il 75% delle donne lavoratrici europee ritiene che le molestie sul lavoro siano rare o poco comuni, segno che molte non riconoscono pienamente il fenomeno o sottostimano la sua portata. In realtà, come nota la direttrice dell'EIGE Carlien Scheele, *“le molestie sessuali costituiscono una minaccia profonda e continua alla salute, ai diritti e alla dignità delle donne lavoratrici”*, con impatti seri sul benessere psicologico (depressione, ansia, stress lavoro-correlato) e sulle carriere. I tassi di incidenza variano nei **Paesi UE** – in alcune nazioni nordiche oltre la metà delle donne riferisce di essere stata molestata sul lavoro almeno una volta – ma **nessun contesto è immune**.



In **Italia**, diverse rilevazioni convergono nel fotografare un fenomeno sottostimato. Il [rapporto WeWorld-Ipsos 2024](#) sulla violenza sul lavoro evidenzia che:

- il 60% delle lavoratrici e dei lavoratori **ha assistito almeno a un episodio di violenza o molestia** sul luogo di lavoro;
- oltre il 60% delle donne che subiscono violenza **non denuncia** per paura di perdere il lavoro;
- molti casi si traducono in **stress cronico, ansia, burnout, dimissioni o licenziamento**.



[La survey L.E.I. \(Lavoro, Equità, Inclusione 2024\)](#) di Fondazione Libellula ha rilevato che:

- **quasi il 70%** (68,3%) delle lavoratrici ha ricevuto commenti sessisti e osservazioni estetiche;
- **più del 35%** ha subito contatti fisici indesiderati;
- **il 36,6%** ha ricevuto avances esplicite non volute;
- tra dirigenti e imprenditrici, **oltre la metà** ha subito molestie fisiche.

Questi dati confermano che le molestie non sono episodi sporadici, ma parte di una **cultura organizzativa** ancora tollerante verso il sessismo. Un elemento particolarmente critico, anche in questo contesto, è la **sotto-denuncia**: molte vittime tacciono per timore di ritorsioni, di non essere credute o di essere stigmatizzate. Il rapporto WeWorld evidenzia che circa due vittime su tre non segnalano l'accaduto; tra le motivazioni più frequenti, la paura di **perdere il posto** (oltre il 60% delle donne) e la convinzione che “**non servirebbe a niente**”.

Ciò indica che molte organizzazioni non hanno ancora messo in atto **meccanismi efficaci di protezione e ascolto**, lasciando le vittime sole e silenziose. Frequentemente, l'unica “soluzione” individuale è andarsene: il 25% delle persone intervistate in Italia ha dichiarato di **essersi dimesso** in seguito a violenze subite sul lavoro, e un altro 14% è stato **licenziato dopo** aver subito abusi (il che fa pensare a dinamiche ritorsive).

Questi elementi evidenziano che il problema delle molestie e discriminazioni sul lavoro è al contempo **un tema di salute e sicurezza** sul lavoro e un nodo di parità di genere. **Ancora meglio: di giustizia di genere.**

L'impatto non si limita al disagio individuale: si riflette in **carriere interrotte**, in minor accesso delle donne a posizioni apicali (il cosiddetto “**soffitto di vetro**” rientra infatti nelle forme di violenza di genere meno visibili) e il rimanere in posizioni meno prestigiose (il famoso “**sticky floor**”, pavimento appiccicoso, che riduce la mobilità femminile nelle carriere), nel perpetuarsi del **gap salariale** e nella sottorappresentazione femminile in molti settori. **In sintesi, assicurare ambienti di lavoro sicuri e rispettosi** è una parte imprescindibile della lotta complessiva contro la violenza e la discriminazione di genere.

Salute, prevenzione e sicurezza

La prevenzione della violenza di genere nei luoghi di lavoro, tra l'altro, rientra sempre più chiaramente nel perimetro della **salute e sicurezza**, perché riguarda anche quei rischi “invisibili” che attraversano relazioni, ruoli e asimmetrie di potere. In questa cornice, il D.Lgs. 81/2008 richiede che il DVR consideri tutti i rischi per la salute e la sicurezza, inclusi quelli psicosociali, e quindi anche violenza e molestie, in coerenza con la Convenzione ILO n. 190 ratificata dall'Italia. Un passaggio operativo rilevante è arrivato con **l'Accordo Stato-Regioni del 17 aprile 2025** (Rep. atti 59/CSR), in vigore dal 24 maggio 2025, che armonizza la formazione obbligatoria per datore di lavoro, dirigenza, preposti e lavoratrici e lavoratori: la prevenzione non riguarda solo chi ha responsabilità gestionali, ma l'intera organizzazione. Inoltre, la conversione del D.L. 159/2025 in Legge 198 del 29/12/2025 ha rafforzato il quadro complessivo degli interventi.

Per le aziende questo si traduce in due responsabilità complementari: **integrare nel DVR una valutazione solida dei rischi psicosociali** (contesto, esposizioni, segnali “sentinella”, procedure) e **costruire un piano formativo** che non sia un adempimento, ma un presidio quotidiano di riconoscimento, gestione e tutela.

Il ruolo delle aziende nella prevenzione e nel contrasto alla violenza di genere

Di fronte a un fenomeno così diffuso, non basta l'azione delle istituzioni pubbliche: anche **il mondo aziendale, imprenditrici e imprenditori** possono (e devono) dare un contributo determinante. Le aziende, infatti, non sono soltanto luoghi dove la violenza può accadere, ma possono diventare **attori chiave nel prevenire gli abusi, sostenere le persone che fanno esperienza di violenza e promuovere una cultura del rispetto**.

Innanzitutto, c'è una forte domanda sociale perché ciò avvenga. In Italia, un recente sondaggio nazionale ([SWG 2024 per Valore D](#)) mostra che quasi due terzi dei cittadini (62%) ritengono che **le aziende dovrebbero avere un ruolo più incisivo** nel contrasto alla violenza domestica. Questo dato indica che l'opinione pubblica vede le imprese non solo come luoghi di lavoro, ma come **comunità** dove si può fare prevenzione e sensibilizzazione. In particolare, molte donne si aspettano misure di supporto dai propri datori di lavoro: ad esempio, il **46%** delle intervistate auspica che l'azienda offra supporto legale alle dipendenti vittime di violenza, e il **37%** chiede assistenza psicologica dedicata.

Tali aspettative riflettono la consapevolezza che una donna che subisce violenza (a casa o sul lavoro) ne porterà le conseguenze anche nella sfera lavorativa – in termini di stress, calo di produttività, assenze per motivi di salute – e che dunque l'organizzazione può svolgere un **ruolo di rete di sicurezza ulteriore**, oltre e forse anche prima delle istituzioni.

Cosa possono fare, concretamente, le aziende?

Le best practice e le linee guida emerse da associazioni e organizzazioni (come **Valore D**, **Fondazione Libellula**, **WeWorld**, **UN Women**, **ILO**, **UN Global Compact**, ecc.) convergono su diversi ambiti di intervento:

- **Policy aziendali chiare e tolleranza zero** – Adottare e far rispettare **codici di condotta interni** che vietino esplicitamente molestie, discriminazioni e qualsiasi forma di violenza sul lavoro. Queste policy devono prevedere **sanzioni** proporzionate per chi commette abusi (richieste dal 37% dei lavoratori italiani intervistati da [WeWorld](#)) e **procedure sicure di segnalazione** (come linee anonime o referenti dedicati). L'adozione della recente **Convenzione ILO n.190 (2019) sulla violenza e molestie nei luoghi di lavoro** fornisce un quadro di riferimento: riconosce il diritto a un ambiente di lavoro privo di violenze e obbliga i datori di lavoro a prevenire e gestire questi rischi. Le aziende dovrebbero quindi allinearsi a tali standard internazionali, anche nominando figure specializzate (es. consiglieri di fiducia o uffici anti-molestie) a cui le vittime possano rivolgersi in confidenza.
- **Formazione e sensibilizzazione** – È fondamentale formare tutti i livelli aziendali sul tema della violenza di genere. Ciò include sia **corsi obbligatori ai e alle dipendenti** (per riconoscere comportamenti inappropriati, favorire il rispetto e l'inclusione, insegnare come intervenire come bystander in caso di molestie) sia **training specifici alle figure manageriali** per gestire segnalazioni e creare una cultura di apertura. Si suggerisce di inserire percorsi formativi in tutte le aziende, e più in generale di promuovere **campagne di sensibilizzazione** su larga scala contro stereotipi e molestie. L'obiettivo è scardinare la cultura del silenzio: far capire a tutte le persone che il tema ci riguarda e che parlare di queste cose in azienda non è un tabù ma **parte integrante del benessere organizzativo**.

- **Supporto alle donne che hanno fatto esperienza di violenza - di qualsiasi natura** – Le aziende possono offrire un aiuto concreto alle dipendenti (o dipendenti uomini) che stiano vivendo situazioni di **violenza in famiglia** (situazione più comune) e **al di fuori**, che sia fisica, psicologica, digitale o economica. Questo può includere: concedere **congedi retribuiti** aggiuntivi rispetto ai 90 giorni già previsti dalla legge entro i 3 anni o **flessibilità oraria** per permettere alla persona interessata di occuparsi di denunce, cure mediche o percorsi di uscita; fornire **servizi di assistenza** (sportello psicologico, consulenza legale, orientamento verso centri anti-violenza convenzionati); predisporre **misure di sicurezza** sul luogo di lavoro (ad es. cambio di sede, tutela della privacy, allerta alla vigilanza se necessario); **collaborare con banche e istituzioni finanziarie** per prevenire e contrastare i fenomeni di violenza economica. Diverse grandi aziende hanno già introdotto “**domestic violence policies**” riconoscendo che sostenere una dipendente in difficoltà è parte della responsabilità sociale d’impresa. Questo non solo aiuta la persona a spezzare la spirale di violenza, ma manda un **segnale forte** di condanna della violenza a tutta la forza lavoro.
- **Promozione di un ambiente giusto e paritario** – In senso più ampio, le aziende possono farsi **motori di cambiamento culturale** promuovendo la parità di genere al loro interno e giocando *un ruolo chiave per cambiare cultura, comportamenti, società*. Ciò significa impegnarsi per eliminare il **sessismo quotidiano** sul lavoro (linguaggio e battute inappropriate, disparità nelle opportunità, diffusione degli stereotipi di genere); ad esempio, **garantire parità salariale e di avanzamento** (il *gender pay gap* e il soffitto di vetro sono annoverati tra le basi della piramide della violenza); favorire la **presenza femminile** nei ruoli decisionali, **adottare politiche di conciliazione vita-lavoro** che non penalizzino le donne (maternità, flessibilità). Un ambiente in cui le donne sono rispettate e valorizzate per competenza riduce le situazioni di prevaricazione e può *prevenire* abusi.

Alcune aziende stanno sperimentando anche strumenti come la certificazione della parità di genere (che in Italia include indicatori anche sul benessere organizzativo e l'assenza di molestie).

- **Fare rete con le istituzioni e il territorio.** Collaborazioni con associazioni, centri antiviolenza, sindacati, istituzioni e altre aziende per condividere buone pratiche, finanziare servizi sul territorio e promuovere campagne congiunte (ad esempio in occasione del 25 novembre o dell'8 marzo). Iniziative come i programmi di **Valore D, Fondazione Libellula, Fondazione Giulia Cecchettin o WeWorld**, oltre che il lavoro svolto dai numerosi **centri antiviolenza presenti nei territori**, mostrano come reti di imprese possano diventare moltiplicatori di cambiamento culturale.

Dai dati alla consapevolezza

La violenza di genere è un fenomeno complesso, radicato in **fattori culturali, sociali ed economici**, nelle disuguaglianze di potere e nella cultura patriarcale, che si manifesta con gradazioni diverse ma interconnesse – dalla battuta sessista fino al femminicidio.

I dati, sia globali che europei e italiani, confermano la **larga diffusione di tutte le forme di abuso sulle donne**, richiedendo uno sforzo congiunto di tutta la società per essere contrastato. Anche da parte delle **imprese**: il quadro analizzato mostra anche come nessun ambito sia immune, neppure il lavoro, luogo dove le donne dovrebbero potersi realizzare in sicurezza, è esente da discriminazioni e violenze.

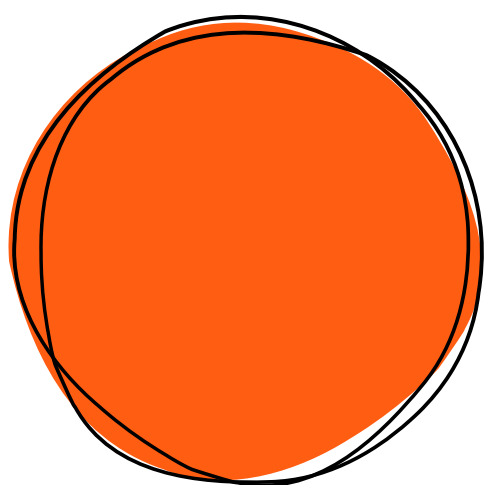
Tuttavia, è proprio coinvolgendo gli attori del mondo del lavoro – le aziende, il management, imprenditrici e imprenditori, colleghe e colleghi – che possiamo attivare **leve importanti di cambiamento**.

Le imprese, integrando la prevenzione e il contrasto della violenza di genere nelle proprie politiche di **responsabilità sociale** e di gestione delle risorse umane, possono non solo proteggere il benessere delle proprie dipendenti, ma farsi promotrici di una cultura di pari opportunità e rispetto.

Come suggerisce la “piramide della violenza”, per abbatterne la cima dobbiamo eroderne la base: e qui il contributo del settore privato (assieme a scuola, media, istituzioni) può essere decisivo nel modellare atteggiamenti e norme sociali nuovi.

In definitiva, costruire posti di lavoro sicuri e rispettosi fa parte della soluzione: significa **creare spazi** in cui la dignità di tutte le persone sia tutelata, dove la violenza non trova terreno fertile, e da cui possa irradiarsi un messaggio chiaro di tolleranza zero verso ogni forma di violenza di genere. È un obiettivo ambizioso ma raggiungibile, lavorando insieme: **istituzioni, aziende e cittadini, ciascuno per la propria parte, affinché il diritto a una vita libera dalla violenza diventi finalmente una realtà per ogni persona.**

CONTRO.



Azioni che fanno la differenza

Le buone pratiche delle organizzazioni

Una selezione di progetti, iniziative, percorsi di organizzazioni di diversa natura, settore, dimensione, per dimostrare che sì, agire è possibile ed è alla portata di ogni tipo di realtà.

Amapola Società Benefit

Certificazione UNI/PdR 125:2022

Dal 2024 Amapola è certificata per la parità di genere: una bussola che continua a guidare l'impegno in questo ambito, dando solidità, coerenza e visione al percorso.

Policy di zero tolleranza e sistema di prevenzione interna

Amapola ha formalizzato una **policy di zero tolleranza** verso molestie, discriminazioni e comportamenti lesivi della dignità delle persone, integrandola con modalità di segnalazione chiare e accessibili. L'approccio non si limita alla dimensione normativa, ma si accompagna a **strumenti di monitoraggio e analisi** che consentono di leggere nel tempo il clima interno e l'efficacia delle azioni intraprese. In particolare, la società utilizza una survey sul clima interno e una rilevazione dedicata ai temi DEI, con cadenza periodica, per intercettare criticità, aree di miglioramento e segnali deboli. Tutto il

- **100%** delle persone informate annualmente sulla policy e sui canali di segnalazione
- **2 survey/anno** (clima interno + survey dedicata DEI)
- **0%** segnalazioni di molestie

Formazione interna DEI con focus sulla violenza di genere

All'interno del percorso formativo sui temi Diversity, Equity & Inclusion, Amapola dedica uno spazio specifico al tema della violenza di genere, dedicando **un momento di aggiornamento, orientato al confronto attivo, nella Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne**. Il lavoro parte da una riflessione condivisa sul fenomeno — dati, radici culturali, dinamiche relazionali e organizzative — per arrivare all'analisi dei comportamenti, anche quotidiani, che possono renderlo possibile o normalizzarlo. L'obiettivo è aumentare consapevolezza, capacità di lettura e responsabilità diffusa, creando un contesto in cui le persone possano riconoscere segnali, linguaggi e pratiche problematiche.

- **1 incontro/anno** di aggiornamento DEI con focus specifico sulla violenza di genere
- Circa 20 persone coinvolte (team intero)

Formazione annuale con formatrici esperte

Dal 2024 Amapola affianca alla formazione interna un appuntamento annuale con formatrici esperte esterne, per approfondire in modo strutturato temi legati alla **giustizia di genere**. Il primo anno il percorso è stato dedicato in modo esplicito alla **violenza di genere e alle relazioni tra generi**, in un'esperienza intensa di condivisione, ascolto e riconoscimento reciproco. Il lavoro ha permesso di affrontare il tema non solo come questione sociale generale, ma anche nella sua dimensione relazionale e culturale, con attenzione a vissuti, percezioni e responsabilità.

- 1 percorso annuale con formatrici esperte esterne attivato dal 2024
- 6 ore complessive di formazione specialistica erogate nel biennio
- Coinvolgimento di tutto il team (20 persone)

Manifesto per il linguaggio ampio

Amapola ha sviluppato un lavoro specifico sul linguaggio, arrivando alla definizione di un proprio **Manifesto per il linguaggio ampio e rispettoso**: un riferimento condiviso per adottare una comunicazione che riconosca le persone nella loro identità, evitando stereotipi, generalizzazioni e formule discriminatorie. In questa prospettiva, il linguaggio è inteso come gesto di cura e come leva concreta di prevenzione, perché aiuta a ridurre forme di esclusione e violenze anche non intenzionali. Il manifesto orienta sia la comunicazione interna sia, in coerenza con il posizionamento dell'organizzazione, il lavoro progettuale verso l'esterno.

Nel 2025 è stata attivata una prima collaborazione con una scuola superiore di Milano per portare questa riflessione anche nel confronto con studenti e studentesse.

- 1 manifesto interno formalizzato e condiviso con tutto il team
- 1 formazione a 24 alunne/i delle superiori

Partecipazione attiva a reti e promozione di spazi pubblici di confronto.

Amapola affianca alle pratiche interne una partecipazione attiva a **reti territoriali e professionali dedicate alla parità di genere**, con l'obiettivo di mettere in circolo buone pratiche, apprendere da altre esperienze e contribuire alla costruzione di una cultura condivisa. In questa direzione si colloca, ad esempio, la partecipazione alla **comunità di pratica di Torino Social Impact dedicata alla parità di genere**, così come l'ideazione e l'organizzazione di eventi pubblici — tra cui **CONTRO** — pensati per connettere imprese, organizzazioni e competenze diverse attorno al contrasto della violenza e alla promozione di contesti più equi e sicuri.

- Circa 40 ore/anno dedicate alla partecipazione attiva a reti e comunità di pratica sul tema
- 1 evento pubblico dedicato al confronto su parità/violenza di genere promosso o co-promosso
- 15 organizzazioni coinvolte nell'evento

Andriani Spa Società Benefit

La forza della rete.

L'**evento** ha rappresentato un momento di rete tra aziende impegnate nel contrasto alla violenza di genere, favorendo scambio e testimonianze e valorizzando la collaborazione con il territorio. L'iniziativa, che si è svolta a novembre 2024, ha coinvolto i dipendenti dell'azienda, alcune aziende ospiti, rappresentanti di Fondazione Libellula, stakeholder aziendali ma anche rappresentanti della cittadinanza locale, associazioni attive sul territorio e il centro antiviolenza locale.

Al centro dell'evento, la volontà di diffondere **buone pratiche e testimonianze delle aziende impegnate sul tema** per creare una rete di imprese attive contro la violenza di genere, coinvolgere realtà locali e istituzioni nella coprogettazione di iniziative e informare dipendenti e cittadinanza sui servizi territoriali disponibili. Un progetto rivolto all'interno e all'esterno dell'azienda.

- Rafforzamento della **rete** tra aziende impegnate sul tema.
- Aumento della **consapevolezza interna** su violenza e servizi di supporto.
- Maggiore **coinvolgimento** attivo del personale.
- Avvio di nuove **collaborazioni** con associazioni locali;
- Condivisione di **buone pratiche** per ispirare iniziative congiunte.

ATM Milano

Una nuova campagna di comunicazione e sensibilizzazione contro la violenza sulle donne

Per la Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne del 2025, ATM rinnova il proprio impegno di responsabilità sociale e sui temi della giustizia di genere attraverso **una campagna di sensibilizzazione diffusa sull'intera rete di trasporto cittadina**.

Alla **terza edizione**, l'iniziativa è stata sviluppata in collaborazione con il Comune di Milano e la rete dei Centri Antiviolenza coordinata dal Comune. Porre fine alla violenza di genere è una responsabilità collettiva: la campagna intende coinvolgere passeggeri, dipendenti e il pubblico più ampio in un messaggio condiviso. Per stimolare la riflessione e catturare l'attenzione, è stata adottata una strategia creativa basata su **giochi di parole ispirati ai nomi delle stazioni** della metropolitana. Come la fermata LOTTO, che nella campagna diventa una dichiarazione di intenti ("Lotto contro la violenza sulle donne"); oppure DUOMO, che per l'occasione forma la frase "Scegli che tipo *d'uomo* vuoi essere".

Per tutto novembre, la campagna è stata diffusa nelle stazioni della metropolitana, alle fermate di superficie e sui canali digitali di ATM.

Per dare ulteriore forza al messaggio, **il 25 novembre gli annunci audio sull'intera rete hanno ricordato il 1522**, numero verde nazionale gratuito attivo 24 ore su 24, dedicato alle donne che subiscono violenza o stalking. A supporto dell'iniziativa è stato inoltre creato il sito **insiemecontrolaviolenza.it**, pensato per offrire informazioni, orientamento e strumenti utili alle donne vittime di violenza e a chi è loro vicino.

L'attenzione di ATM verso la parità di genere è stata riconosciuta anche con il **Gender Equality Award**, promosso da Assolombarda, Assolombarda Servizi Società Benefit e Steamiamoci (associazione del Sistema Confindustria), che valorizza le aziende impegnate su pari opportunità, leadership femminile e contesti di lavoro inclusivi.

- 3 edizioni
- 1 premio
- 1 sito informativo
- 4 soggetti di campagna

Banca Popolare Etica

Contrasto alle discriminazioni attraverso la metodologia del Teatro dell'Oppresso

Il progetto, iniziato a gennaio 2024, ha previsto l'uso del **linguaggio teatrale** per far emergere e trasformare situazioni di discriminazione attraverso il coinvolgimento diretto del pubblico. La **tecnica del Teatro-Forum** mette in scena situazioni problematiche senza lieto fine, invitando le persone spettatrici a sostituirsi all'“oppresso” per sperimentare nuovi comportamenti e strategie di cambiamento. Il progetto mira a far emergere comportamenti discriminatori presenti in azienda, individuare modalità efficaci per superarli e rafforzare l'empowerment e la cultura dell'inclusione.

Al progetto hanno preso parte tutte le **530 persone lavoratrici del Gruppo Banca Etica**, a cui era rivolto l'intero percorso del Teatro dell'Oppresso. L'iniziativa ha permesso di far emergere e analizzare a fondo i comportamenti discriminatori che sono agiti dalle persone lavoratrici del Gruppo Banca Etica, individuare modalità e strategie efficaci per eliminare tali comportamenti, rafforzando allo stesso tempo la **cultura dell'inclusione** a partire dallo sviluppo dell'empowerment delle singole persone. Gli elementi emersi da questa esperienza sono stati poi integrati nelle progettualità del **Piano D&I**.

- **80%** delle persone partecipanti
- **livello di soddisfazione elevato** (85% tra 4 e 5 su 5)
- **6 proposte operative emerse**: dedicare spazio al benessere organizzativo nell'incontro annuale, migliorare chiarezza e trasparenza sugli obiettivi di valutazione, creare un vademecum sul linguaggio inclusivo, sviluppare formazione specifica per responsabili, introdurre feedback anonimo sul proprio manager e chiarire i canali di segnalazione.

Barilla

Il Filo di Arianna, un programma di prevenzione e contrasto alla violenza di genere

Nel 2017 un **episodio di femminicidio** che ha coinvolto due persone colleghe ha segnato profondamente la comunità di Barilla. Da quella frattura è nato **Il Filo di Arianna**, un programma che riunisce e coordina le iniziative aziendali di prevenzione e contrasto alla violenza di genere, oggi parte integrante della **Strategia Globale di Diversity & Inclusion**. L'impostazione scelta è stata chiara: nominare la violenza, riconoscere che nessuna organizzazione è "immune" e trasformare un tema spesso invisibile in azioni strutturate, costruite con competenze, strumenti e alleanze sul territorio.

Attività e strumenti attivati

- **Osservatorio di Ascolto:** coinvolte oltre 80 persone tra uffici e stabilimenti, per far emergere bisogni, segnali e aree di attenzione.
- **Rafforzamento dei presidi di supporto:** valorizzazione del ruolo di assistenza sociale aziendale e diffusione di informazioni sulle risorse territoriali disponibili.
- **Supporto psicologico:** integrazione delle polizze assicurative con un servizio dedicato.
- **Formazione e sensibilizzazione:** percorsi su bias di genere, micro-aggressioni e molestie; formazione di Ambassador contro la violenza in collaborazione con Fondazione Libellula e D.i.Re – Donne in Rete Contro la Violenza.
- **Politiche di equità:** raggiunta la parità retributiva a parità di mansioni (2020); introdotta la Global Parental Leave Policy (2024) con 12 settimane retribuite al 100% per tutti i genitori, indipendentemente da genere, stato civile o orientamento sessuale.
- **Fare rete tra organizzazioni:** nel 2023 contribuito, con Valore D e Fondazione Una Nessuna Centomila, al documento “Dal Silenzio all’Azione”, con l’obiettivo di mettere a fattor comune oltre 60 buone pratiche di prevenzione e contrasto.

Lo “spirito” del percorso: cultura quotidiana e coinvolgimento diffuso

Un elemento distintivo è il lavoro sulla dimensione culturale, reso continuativo anche grazie agli **ERG (Employee Resource Groups)**. In particolare, l’ERG Balance ha portato il tema nella quotidianità con incontri in presenza e online, momenti di dialogo e iniziative visibili (come la panchina rossa in memoria di Arianna e le donazioni a D.i.Re), includendo anche approfondimenti sulla violenza online con il supporto di esperte ed esperti.

Coinvolgimento delle persone uomini

Barilla ha lavorato esplicitamente anche sul ruolo delle persone uomini come parte attiva del cambiamento: confronto su linguaggi, stereotipi, privilegi, responsabilità e modelli di leadership.

Nel 2023, dopo il femminicidio di Giulia Cecchettin, un gruppo di colleghe e colleghi ha organizzato una **marcia silenziosa** verso la panchina rossa con un messaggio condiviso: “Mi riguarda”.

Sintesi di apprendimento

La case study mostra un passaggio concreto dal silenzio all'azione: **trasformare un evento traumatico in un programma strutturato**, che combina ascolto, alleanze, formazione, policy e responsabilità diffusa, con l'obiettivo di rendere l'organizzazione un luogo più sicuro e capace di prevenire, non solo reagire.

Camera di commercio di Torino

Piani, azioni e progetti

La Camera di commercio di Torino, ente pubblico che dal 1852, promuove lo sviluppo socioeconomico dell'area metropolitana, ed è sempre al fianco delle 221.000 imprese torinesi per guidarle attraverso le sfide della contemporaneità. L'ente non si limita a svolgere le sue tradizionali funzioni amministrative – dalla gestione del Registro Imprese al supporto per l'internazionalizzazione – ma opera come un **attore culturale e sociale**, convinta che uno sviluppo economico solido e duraturo non possa prescindere dall'inclusione e dal rispetto dei diritti.

Questa convinzione si traduce in azioni concrete, grazie a un impegno che parte da una **scelta di governance: dal 2025 la Giunta camerale è a maggioranza femminile**, un segnale di discontinuità importante in un panorama nazionale in cui la presenza delle donne ai vertici è ancora un'eccezione. Una scelta che riflette la composizione dell'ente stesso, dove il 75% del personale è donna.

Coerentemente con questo principio, la Camera ha adottato il “Piano Azioni Positive 2025-2027”, uno strumento strategico che rende il rispetto un valore quotidiano e misurabile.

Il piano agisce su più fronti: dalla promozione di un **linguaggio inclusivo** – con il dizionario “Le parole per dirlo” – al **supporto alla maternità e alla genitorialità**, **dalla formazione obbligatoria su parità e contrasto alle molestie**, fino al **potenziamento del welfare aziendale**. L’obiettivo è costruire una cultura interna solida, perché il cambiamento autentico parte da ciò che si è e da come ci si comporta ogni giorno.

Il Comitato per l’Imprenditoria Femminile

Questo impegno interno si riflette e si potenzia all’esterno, in particolare attraverso l’azione del suo **Comitato per l’Imprenditoria Femminile (CIF)**. Istituito nel 2000, il CIF lavora per promuovere la nascita e lo sviluppo delle imprese femminili, offrendo orientamento, formazione e creando reti di relazioni preziose. Ma il suo ruolo va oltre il **sostegno economico**: da anni è in prima linea per **sensibilizzare il territorio** sul tema delle discriminazioni e della violenza di genere.

Un esempio emblematico è il progetto “**Discriminazioni? No grazie!**”, che ha portato alla creazione di un gruppo di lavoro, con 16 associazioni datoriali e sindacali dedicato a promuovere ambienti di lavoro equi e inclusivi. Dal 2023, il CIF sviluppa l’iniziativa “**Il coraggio del rispetto**”, una raccolta di testimonianze e impegni condivisi da istituzioni, aziende e associazioni per prevenire e combattere la violenza in ambito lavorativo. Un impegno che ha portato anche all’installazione di una **panchina rossa** all’ingresso aulico di Palazzo Birago, sede istituzionale della Camera di commercio di Torino. La panchina è il segno visibile di una volontà chiara: l’ente vuole essere **un luogo sicuro e un punto di riferimento per chi crede in una società più giusta**.

Con lo stesso spirito, la Camera di Commercio ha scelto di sostenere l'evento “**CONTRO. Al fianco delle imprese nella sfida contro la violenza di genere**”, convinta che la cultura, la formazione e la rete tra imprese siano le armi più potenti per sconfiggere stereotipi e costruire un futuro in cui il rispetto sia la base di ogni relazione. *Perché la lotta alla violenza di genere si vince insieme, a partire dai luoghi in cui si lavora e si produce ricchezza per la comunità.*

Città metropolitana di Torino

Le attività della Città metropolitana

Con l'applicazione della **L.56/2014**, che ha istituito la Città metropolitana di Torino in sostituzione della Provincia di Torino, **le Pari Opportunità**, insieme al **monitoraggio delle discriminazioni** in ambito lavorativo, sono inserite tra le funzioni fondamentali dell'Ente.

Oggi le principali attività dell'Ente in questo ambito sono:

- azioni di **informazione e sensibilizzazione** finalizzate al contrasto della violenza di genere a livello metropolitano;
- interventi volti **all'eliminazione della violenza maschile contro le donne**, in collaborazione con le associazioni e gli enti presenti sul territorio anche attraverso azioni per il **cambiamento degli autori** di violenza di genere;
- promuovere all'interno dell'Ente l'utilizzo di un **linguaggio inclusivo** rispetto al genere;
- adozione del **GEP (Gender Equality Plan)** con l'obiettivo di integrare la dimensione di genere in tutte le politiche e gli ambiti di azione, a partire dal proprio modello organizzativo interno.

CSI Piemonte

Gender Equality Plan 2022-2023

Il CSI Piemonte, consorzio di Enti pubblici con un ruolo strategico nella trasformazione digitale del territorio, ha da tempo intrapreso un percorso strutturato per promuovere una cultura organizzativa inclusiva e rispettosa della parità di genere. La sensibilità verso questi temi è radicata nei valori dell'ente ed è stata formalizzata attraverso politiche e strumenti specifici, a partire dal **Gender Equality Plan 2022-2023**.

Di seguito le aree tematiche trattate:

- **equilibrio tra vita privata e lavorativa**
- equilibrio di genere nelle posizioni di **vertice** negli organi decisionali
- uguaglianza di genere nei **processi di reclutamento e nelle progressioni di carriera**
- presenza femminile nella **formazione** e nello **sviluppo delle competenze**
- contrasto delle **violenze di genere** comprese le molestie sessuali.

Il percorso formativo WOM X

Tra il 2022 e il 2023, CSI ha inoltre sviluppato un percorso formativo denominato **WOM X**, un ampio programma di sensibilizzazione rivolto a tutto il personale, con l'obiettivo di promuovere la cultura dell'inclusione e della parità di genere attraverso:

- **1 Evento live con 50 partecipanti**, focalizzato sul coinvolgimento emotivo e la riflessione sui temi della gender equality;
- **3 webinar tematici** (oltre 120 partecipanti) su bias cognitivi, stili di pensiero, linguaggio inclusivo e micro-aggressioni;
- **Pillole di microlearning** accessibili on-demand per tutto il personale, per rafforzare l'apprendimento continuo.
- Il percorso ha generato oltre **1.500 ore di formazione e coinvolto 750 persone**.

Formazione con Realtà Virtuale

Nel 2025 il CSI ha integrato la formazione con un approccio innovativo grazie all'**Empathy Lab**, un laboratorio esperienziale basato sulla **Realtà Virtuale**. L'esperienza ha permesso ai/alle partecipanti di immedesimersi in situazioni legate a disabilità, ageismo, discriminazioni di genere.

- Hanno partecipato **181 dipendenti**, per un totale di 90,5 ore di partecipazione.
- La formazione, rivolta a tutti/e i/le dipendenti ma su adesione volontaria, ha avuto un impatto **forte sul piano emotivo e cognitivo**, come emerge dalle testimonianze raccolte: 1. maggiore consapevolezza delle difficoltà vissute da persone vulnerabili; 2. aumento dell'empatia e dell'attenzione verso comportamenti e linguaggi inclusivi; 3. comprensione diretta dei bias inconsci e delle micro-aggressioni nel contesto Lavorativo.

Workshop Diversity Management

Contestualmente è stata erogata una **formazione manageriale**, rivolta alle/ai dipendenti attraverso un Workshop Diversity Management volto a valorizzare la diversità nei contesti organizzativi. Il percorso formativo e il lavoro sulla parità di genere hanno contribuito a rafforzare ulteriormente la sensibilità culturale ai temi dell'equità e del linguaggio inclusivo.

- **23 dirigenti** partecipanti
- **57,5 ore di formazione**

Prossimi obiettivi e risultati

Il CSI proseguirà il proprio impegno attraverso:

- un nuovo piano strategico triennale con nuove azioni e monitoraggi nell'ambito della certificazione sulla parità di genere UNI PdR 125/2022
- la progettazione e l'erogazione di ulteriori interventi formativi, ad esempio la formazione dedicata al management;
- l'avvicinamento alle discipline STEM applicate attraverso incontri di divulgazione per studenti e studentesse.

Il caso di CSI Piemonte rappresenta un esempio concreto di come si possa integrare in **modo sistemico parità di genere, formazione innovativa e misurazione dei risultati**.

L'approccio adottato — combinazione di policy strutturate, formazione diffusa e strumenti di monitoraggio — ha prodotto un impatto tangibile sulla cultura aziendale e pone CSI come modello di riferimento per la gestione inclusiva delle risorse umane.

L'efficacia è dimostrata dall'**analisi periodica di clima 2025** svoltasi a febbraio 2025, che ha registrato una partecipazione del 77% dei /lle dipendenti, in aumento rispetto al 72% del 2021. La rilevazione ha confermato l'apprezzamento da parte del personale per le azioni avviate nel triennio 2021–2025 a fronte dell'analisi precedente, che hanno rafforzato aree come comunicazione, identità e valori, management e leadership e organizzazione del lavoro. A livello generale è stato confermato un **livello di engagement del 28,9%**, nettamente superiore alle medie italiana (8%) ed europea (13%), significativo inoltre il dato relativo alla D&I, con il tema preponderante relativo alla parità di genere, che ha ottenuto un alto punteggio di soddisfazione collocandosi nei punti di forza.

Dotwords Società Benefit

L'impegno di Dotwords

In Dotwords, parlare di Parità di Genere e di prevenzione della violenza di genere significa raccontare un percorso umano, prima ancora che aziendale. Ogni giorno scegliamo consapevolmente di essere un luogo in cui le persone possano sentirsi viste, ascoltate e protette. Non si tratta solo di politiche o procedure: è un modo di stare insieme, di riconoscere la fragilità e la forza di ognuno, di prenderci cura delle storie che abitano la nostra comunità. Essere una **Società Benefit** ci ricorda che la responsabilità sociale non è un'etichetta, ma un impegno che respira con noi.

Il nostro desiderio è creare un ambiente in cui ciascuno possa esprimersi liberamente, senza timore di giudizio o esclusione. Tutto parte dall'**ascolto**: un ascolto autentico, che accoglie e non minimizza, che riconosce l'impatto delle parole e dei gesti, anche dei più piccoli. **La flessibilità che offriamo, l'attenzione alla genitorialità, il rispetto dei tempi personali** non sono favori: sono un modo per ricordare che la dignità delle persone viene prima dei ruoli che ricoprono.

La **certificazione per la Parità di Genere** è un traguardo che ci riempie di orgoglio, ma soprattutto è una conferma: stiamo camminando nella direzione giusta. È la prova concreta che la cura, quando è condivisa, diventa trasformazione.

Il nostro **Comitato interno per la Parità di Genere** è il cuore pulsante di questo impegno. Durante un **recente incontro dedicato alla violenza di genere**, dieci persone hanno dato vita a qualcosa di speciale: una dinamica intensa, sincera, capace di aprire spazi nuovi. Le loro voci, diverse e complementari, hanno intrecciato esperienze, dubbi, domande. È nato un confronto vibrante, fatto di coraggio e delicatezza, in cui ciascuno ha portato un pezzo di sé. Da quello scambio sono emerse nuove prospettive, consapevolezze che resteranno, e che continueranno a fluire nel nostro modo di lavorare insieme.

Come professionisti dei servizi linguistici, sappiamo bene che le parole hanno un peso. Per questo ci impegniamo a usare **un linguaggio che includa, che protegga, che rispetti**. Vogliamo che ciò che coltiviamo dentro Dotwords si estenda naturalmente anche fuori, contribuendo a diffondere una cultura più gentile e attenta. Il nostro cammino verso una società libera da discriminazioni e violenza non è fatto di proclami, ma di **piccoli passi quotidiani**. Di scelte consapevoli. Di mani che si tendono. Di sguardi che non si distolgono.

E passo dopo passo, continuando a unire **etica e innovazione**, costruiremo insieme un mondo più equo, più sicuro e più umano.

Edison

Prevenire la violenza di genere a partire dal linguaggio

2024-2025: ANALISI DELL'AS /S DEL LINGUAGGIO E IMPEGNO “PRENDIAMOCI IN PAROLA”

Nel 2024 Edison, all'interno del Piano Strategico per la Parità di Genere e come azione di contrasto alla violenza di genere, ha deciso di comprendere l'as-is dell'azienda rispetto al tema del linguaggio e lo ha fatto integrando ed approfondendo **diversi touchpoint di comunicazione** (interviste, workshop, analisi di documenti interni ed esterni, partecipazione ad eventi e ritualità della vita aziendale, ecc.).

Dall'analisi, durata diversi mesi, è emersa una **grande attenzione** al linguaggio sebbene con soluzioni non sempre organiche o pienamente accessibili, unitamente però alla volontà diffusa di porsi come esempio virtuoso per una rappresentazione ampia e rispettosa delle unicità. L'analisi ha fatto emergere quindi l'opportunità di dotarsi di un **vademecum, dal titolo “Prendiamoci in parola”**, pubblicato a maggio 2025, in cui viene chiarito come possa essere inteso in azienda il termine **‘linguaggio ampio’**. Si tratta di un **linguaggio accogliente**, che mette al primo posto le persone e tiene conto dell'impatto che le parole hanno su di loro, accogliendo e valorizzando le loro diversità. È un linguaggio chiaro, semplice e diretto, che abbraccia punti di vista diversi e rispetta le diverse sensibilità, basato sulla consapevolezza che quando comunichiamo lo facciamo partendo dalle nostre convinzioni, spesso rinforzate dalle parole che utilizziamo. Quindi è un linguaggio in continua evoluzione.

2025-2026: PRENDIAMOCI IN PAROLA IN ACTION

Contestualmente alla pubblicazione del vademecum è stata attivata una **formazione sul linguaggio inclusivo e sulla relazione tra linguaggi, stereotipi, bias e resistenze** dedicata ai membri del Comitato Esecutivo, cioè la nostra direzione apicale, incluso il CEO di Gruppo e i manager membri del Comitato Guida per la parità di genere.

Analogamente, è stata progettata una formazione sui principi base del linguaggio ampio e rispettoso declinato sui diversi temi (es. età, disabilità, orientamento sesso-affettivo, resistenze, intersezionalità ecc.). Questa formazione è parte integrante della **formazione obbligatoria per tutto il personale**, perché il linguaggio è centrale nella trasformazione culturale che Edison vuole realizzare, sviluppando consapevolezza e riflessioni sulle parole che scegliamo, sui comportamenti che normalizziamo e sugli impatti che questi hanno su colleghi e colleghe.

2025-2026: PRENDIAMOCI IN PAROLA IN TOUR

A partire dall'autunno 2025 il Gruppo Edison ha avviato un percorso strutturato di **sensibilizzazione e sviluppo culturale sul tema della prevenzione della violenza di genere** nei luoghi di lavoro, con l'obiettivo di promuovere una maggiore consapevolezza rispetto al ruolo che linguaggi, comportamenti e dinamiche relazionali quotidiane giocano nel benessere organizzativo. È un percorso di **responsabilità sociale** che aiuta a riconoscere le microaggressioni per prevenire la violenza di genere.

Ad oggi sono stati realizzati **6 workshop “Agire insieme per trasformare linguaggi, cultura e relazioni sul lavoro”** in diverse sedi aziendali, attraverso un percorso a tappe (Padova, Bari, Cagliari, Roma) che ha coinvolto circa **150 partecipanti** di diverse aree aziendali e di diversi livelli organizzativi. Sono pianificate altre sessioni a Torino, Milano e in altri territori con una previsione di altrettante sessioni formazione per circa 200 colleghe e colleghi nel primo semestre dell'anno.

Le prime tappe del percorso hanno confermato il valore dell'iniziativa e restituito l'immagine di un'organizzazione capace di affrontare temi complessi con maturità, apertura e partecipazione attiva. Nelle successive Edison intende contribuire, in maniera partecipata, al consolidamento di una cultura organizzativa fondata su rispetto, ascolto e responsabilità condivisa.

Principali evidenze emerse dai workshop:

- **Partecipazione elevata** e clima collaborativo, rispettoso e aperto all'ascolto e la confronto. La composizione eterogenea dei gruppi (ruoli tecnici, staff, commerciali, HR, management) ha favorito la circolazione di punti di vista differenti e ha reso possibile un confronto ricco e non autoreferenziale, capace di mettere in dialogo esperienze e sensibilità diverse.
- **Forte consapevolezza** rispetto al valore del linguaggio come: elemento identitario dei gruppi di lavoro; espressione concreta dei valori organizzativi; leva che contribuisce a definire confini di rispetto, inclusione e riconoscimento.
- **Buona conoscenza** delle forme di violenza più note; minore familiarità con fenomeni meno visibili, ma più sottili e sistemici come microaggressioni, vittimizzazione secondaria o coercizione riproduttiva. Su questi aspetti si è attivato un confronto articolato, che ha evidenziato la necessità di disporre di un linguaggio condiviso per riconoscere, nominare e comprendere l'impatto di tali dinamiche nei contesti lavorativi.
- **Forte attenzione al tema delle microaggressioni**, riconosciute come rilevanti nella vita quotidiana e nei contesti di lavoro. Il tema delle microaggressioni ha generato, in tutte le sedi, un alto livello di partecipazione e coinvolgimento emotivo. Le persone hanno riconosciuto come alcune espressioni o comportamenti, percepiti come innocui da chi li mette in atto, possano produrre effetti significativi e duraturi su chi li subisce. È emersa una consapevolezza crescente rispetto al fatto che la prevenzione passa anche dalla capacità di: osservare l'impatto delle proprie parole; interrogarsi sulle abitudini relazionali consolidate; sviluppare maggiore attenzione nelle interazioni quotidiane.
- **Responsabilità diffusa**: il cambiamento culturale non è percepito come compito solo di HR o del management. Linguaggio, rispetto e qualità delle relazioni sono dimensioni che coinvolgono l'intera popolazione aziendale.

Eventuali perplessità su alcuni temi sono state affrontate attraverso il confronto tra pari, senza chiusure o atteggiamenti difensivi marcati, grazie alla disponibilità del personale a mettersi in discussione.

Fastweb + Vodafone

Alleate e alleati contro la Violenza e Abusi

Al centro del progetto di Fastweb + Vodafone, rivolto a tutte le dipendenti e i dipendenti, l'obiettivo di **prevenire e contrastare la violenza sulle donne e la discriminazione di genere** a partire dai luoghi di lavoro attraverso la creazione di una cultura fondata sul rispetto e lo sviluppo di un ambiente di lavoro inclusivo.

Fastweb + Vodafone riconosce la violenza domestica e i maltrattamenti come problema sociale: da qui la volontà di creare una **campagna di sensibilizzazione rivolta ai propri/alle proprie dipendenti**, i suoi principali stakeholder, fornitori e clientela con l'obiettivo di avere un impatto maggiore nella propria rete di valore ed essere un punto di riferimento per altre realtà aziendali. Perché il luogo di lavoro deve essere un luogo sicuro dove le persone possano sentirsi libere da ogni violenza e costrizione e possano parlare in modo confidenziale e sicuro delle preoccupazioni relative alla violenza familiare/domestica e, ove necessario, possano **trovare supporto e assistenza**. La violenza può assumere molte forme e apparire diversa da persona a persona; dunque, può essere difficile da individuare.

Fondazione Libellula

Percorso Ambassador

Il percorso Ambassador nasce per formare una community interaziendale di persone alleate e attive contro la violenza di genere nell'ambito del network di Fondazione Libellula, con l'obiettivo di renderle:

- interpreti attivi dei valori del rispetto e dell'equità;
- antenne di ascolto su situazioni critiche esterne al contesto lavorativo;
- promotori e promotrici di idee e progetti di prevenzione;

- punti di orientamento verso le risorse disponibili.

Chi è la figura Ambassador?

L'Ambassador è una figura interna all'azienda, formata e riconosciuta, il cui compito è quello di essere un **primo canale di aiuto, ascolto e indirizzo** per persone in situazioni di difficoltà. Informa e orienta verso gli strumenti interni ed esterni all'organizzazione, mettendo al centro la relazione e l'autodeterminazione delle persone.

Il percorso formativo si sviluppa su 2 livelli.

Il primo livello è finalizzato a fornire formazione specifica sul tema della violenza di genere, fornendo competenze e strumenti per riconoscere, intercettare e gestire situazioni di difficoltà che avvengono fuori dal contesto aziendale e di viverli come parte attiva del cambiamento mantenendo attenzione sul fenomeno con proposte e iniziative diversificate. Il percorso di **II livello** è rivolto alle persone che hanno frequentato la prima edizione Ambassador e si caratterizza come un percorso di supervisione e accompagnamento, finalizzato a calare e implementare il ruolo di Ambassador nei differenti contesti aziendali.

- Nel 2025 sono state formate **324 persone**, di cui: primo livello: 217; secondo livello: 107.
- **107 aziende** coinvolte
- **72 ore** di laboratori in presenza

RinaSHEta

RinaSHEta è il progetto di Fondazione Libellula dedicato all'**inserimento o al reinserimento socio-lavorativo di donne**. Il percorso non è dedicato solo a donne in fuoriuscita da percorsi di violenza, discriminazione o fragilità, ma in ottica preventiva anche a donne che desiderano intraprendere un percorso di **autonomia personale e finanziaria**. Il progetto mira a rafforzare le competenze personali e professionali delle beneficiarie, sostenendole nella costruzione di un futuro indipendente attraverso laboratori esperienziali, incontri di educazione finanziaria, bilancio di competenze, orientamento al lavoro, percorsi di empowerment individuali.

Uno dei pilastri del progetto è il legame con il **network aziendale** della Fondazione: creare connessioni virtuose tra chi cerca un'opportunità e chi può offrirla, ma solo dopo aver formato anche le imprese ad accogliere con cura e consapevolezza. Nel biennio 2024/2025 il progetto è stato sostenuto da Fondo di Beneficenza Intesa Sanpaolo, Generali Luxottica, Sodexo e Kahane Foundation.

- Oltre **120 donne** accompagnate
- **20 inserimenti lavorativi**

Safe zone Libellula

Percorso dedicato alla **formazione del personale di negozio e di attività a contatto con il pubblico**, al fine di formare antenne territoriali, sensibili e preparate sul tema della violenza di genere. Le risorse saranno capaci di fornire un primo supporto e reindirizzare le vittime di violenza ai **servizi presenti sul territorio** (Centri Anti Violenza, associazioni, servizi sociali).

Il percorso prevede **9 ore di formazione laboratoriale**. A conclusione del percorso formativo, vengono consegnati adesivi e spillette "Safe Zone" che serviranno a individuare luoghi e persone a cui rivolgersi e in cui essere ascoltate, accolte, orientate, supportate.

Nel 2025:

- **2 aziende coinvolte**: Fastweb e Vodafone
- **250 persone formate** su tutto il territorio nazionale
- **95 ore** di erogazione

Gruppo Autosped G

L'impegno sociale del Gruppo

Nell'era in cui la sostenibilità è diventata un elemento differenziale di sviluppo, il Gruppo Autosped G ha deciso di esserci. Dal 2022 viene pubblicato un bilancio di sostenibilità volontario che ha contribuito a rafforzare il proprio impegno verso le tematiche ESG.

Quando si parla di trasporti, il cliché che viene immediatamente in mente è quello dell'autista. Maschio. Eppure, il Gruppo Autosped G crede che **la parità di genere sia “driver di sviluppo”** a conferma che la persona è al centro dell'attività aziendale.

Sul fronte dell'inclusione, infatti, nel 2023 Autosped G S.p.A. e G&A S.p.A. hanno ottenuto la **Certificazione sulla Parità di Genere Uni/Pdr 125:2022** e sono state tra le prime società di trasporti ad ottenerla; perseguendo l'obiettivo prefissato dall'Alta Direzione consistente nell'intraprendere nel tempo il medesimo percorso di certificazione che garantisca l'uguaglianza di genere e contrasti ogni forma di discriminazione, nel 2024 anche **Tomato Farm S.p.A.** nell'ambito della sua attività di trasformazione di pomodoro è diventata società certificata Uni/Pdr 125:2022. Sulla strada tracciata dalla Capogruppo l'obiettivo per questo 2026 è di certificare altre realtà industriali.

Per raggiungere un modello che promuova la parità e la creazione di maggior valore sostenibile, il CdA di ciascuna società certificata ha nominato il **Comitato Guida Parità di Genere**, che riunendosi a cadenza semestrale ha il compito di monitorare, promuovere ed implementare interventi a favore delle risorse in tema di parità di genere e contrasto alla discriminazione oltre a raccogliere eventuali segnalazioni.

Linee guida per il linguaggio

Il Gruppo Autosped ha voluto dotarsi di “**Linee Guida per la parità di genere nel linguaggio**” credendo che un passo decisivo fosse l'adozione di un linguaggio più attento, che includa tutte e tutti rendendo visibili i generi dove opportuno. Con la presentazione di questo testo si risponde anche all'impegno assunto nei due documenti fondamentali quali: il Piano Strategico Uguaglianza di Genere Gender Equality Plan del Gruppo e il rispettivo Piano di azione Uguaglianza di Genere adottati da ciascuna legal entity.

Supporto alla genitorialità e contrasto alla violenza di genere

Nel 2026, con la collaborazione di **Randstad Enterprise** si partirà con un progetto formativo pilota “**Family care da 0 a 100**”, un percorso a supporto della genitorialità e dei caregiver, che combinerà attività individuali ad esperienze di gruppo attraverso sessioni di supporto e momenti di condivisione e di allenamento personale e professionale.

In occasione della **Giornata Internazionale per l’eliminazione della violenza contro le donne**, il Gruppo Autosped G si fa promotore di diverse iniziative. Nel 2024 sono stati appesi flyers informativi in ogni società. Si è trattato di un’**azione comunicativa disseminata**. Il volantino tutt’oggi affisso invita le donne a denunciare ogni forma di violenza subita, ricordando a tutte che il **numero antiviolenza** è il 1522.

Nel 2025, Il Gruppo ha scelto di essere **main sponsor** dell’iniziativa promossa dal Comune di Castelnuovo Scrivia e dal Cantiere Cultura e dalla Biblioteca Pier Angelo Soldini. Il programma si è aperto con l’inaugurazione della **mostra “Com’eri vestita?”**, ideata e patrocinata da Amnesty International, presso il Castello Podestarile di Castelnuovo Scrivia a cui è seguita **una tavola rotonda e uno spettacolo “A pelle nuda sul palco: eroine ed eroi shakespeariani per voce femminile”** dell’attrice e autrice Lucilla Giagnoni.

Lidl Italia

DIRE DONNA

Il progetto “Dire Donna”, è nato nel 2022 come frutto della partnership tra Lidl Italia e **l’Associazione D.i.Re – Donne in rete contro la violenza**, che può contare su una rete composta da 89 organizzazioni dislocate su tutto il territorio nazionale. Il progetto ha avuto sempre un duplice obiettivo. Da una parte, sensibilizzare i collaboratori e le collaboratrici di Lidl, creando una cultura aziendale libera da stereotipi e aperta all’ascolto.

Dall'altro aiutare concretamente le donne che si rivolgono ai centri antiviolenza di D.i.Re, offrendo loro un'opportunità di riscatto e indipendenza economica.

Attraverso delle sessioni di formazioni specifiche tenute da esperte dai centri antiviolenza della rete D.i.Re sono stati sensibilizzati **oltre 600 manager e responsabili di team** dell'Azienda sulla violenza contro le donne, su come identificare eventuali situazioni critiche e come agire in maniera corretta. Per tutto il resto della popolazione aziendale, sono state messe a disposizione **10 video pillole educative** accessibili attraverso l'App aziendale. Parallelamente, è stato offerto poi un percorso di **formazione professionalizzante dedicato alle donne dei centri D.i.Re**, e infine, l'opportunità per alcune di loro di **trovare occupazione** in Lidl Italia. Un'opportunità, quest'ultima, che può rappresentare una via d'uscita definitiva da situazioni di violenza e una nuova prospettiva di vita. La maggior parte delle assistite dai centri antiviolenza riscontra, infatti, serie difficoltà nell'inserirsi nuovamente nel mercato del lavoro e subisce gli effetti della conseguente scarsa indipendenza economica.

Lidl prende anche una **chiara posizione verso l'esterno**, esprimendo un chiaro NO alla violenza contro le donne attraverso una **campagna di comunicazione** nei propri store e invitando collaboratrici e collaboratori a indossare un fiocco bianco come segnale simbolico durante la Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne.

- Oltre **600 manager e responsabili** di persone di Lidl sono state/i sensibilizzate/i attraverso formazioni specifiche sulla violenza contro le donne → oltre **110 ore di formazione** erogate.
- Tutta la popolazione aziendale di oltre **23.000 persone** ha accesso a **10 video pillole** sulle diverse tipologia di violenza, a disposizione sull'APP aziendale.

- Sono stati erogati **6 corsi di formazione di empowerment** e per l'avviamento al lavoro delle donne assistite dai centri antiviolenza → **48 ore di formazione** erogate da Lidl.
- **35 donne** hanno partecipato ai corsi professionalizzanti.
- **5 donne** che hanno seguito il percorso formativo sono state inserite nel **#teamlidl** e fanno attualmente parte dell'organico aziendale.
- La campagna annuale di sensibilizzazione interna ed esterna in occasione del Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne che coinvolge tutti gli oltre **23.000 collaboratrici e collaboratori** dell'Azienda.

Pongo Società Benefit

Storie della Buona Notte

“Storie della Buona Notte” è un progetto che unisce **ricerca, arte e sensibilizzazione** sul tema delle molestie e del consenso negli spazi pubblici notturni. **Giovani under 35** di Torino hanno partecipato a un focus group per far emergere nuove narrazioni sulla violenza di genere. **Dieci artisti/e** hanno trasformato questi messaggi in illustrazioni dedicate. Da queste opere sono stati realizzati **manifesti con contenuti grafici e testuali**. I materiali sono stati diffusi ed esposti durante eventi notturni grazie alla rete Safe and Sound.

Il progetto, partito a ottobre 2024, mira a sensibilizzare e formare la cittadinanza sul **tema delle molestie e del consenso negli spazi pubblici notturni**. Coinvolge giovani under 35 per far emergere nuove narrazioni sulla violenza di genere. Trasforma le idee dei partecipanti in messaggi visivi attraverso il lavoro di artisti/e locali e nazionali. Diffonde questi contenuti tramite manifesti esposti negli eventi notturni per promuovere **consapevolezza e prevenzione**.

- **46 partecipanti** nel primo sondaggio e 26 nel secondo
- **17 giovani under 35** coinvolti nel focus group
- **54 persone** coinvolte nell'evento di restituzione finale
- **10 manifesti d'artista prodotti**, diffusi tramite almeno 3 enti della rete Safe and Sound, veicolando messaggi di prevenzione e nuove narrazioni sul consenso.

Roquette Italia

Contrasto e prevenzione della violenza di genere

In Roquette sono a disposizione diversi **strumenti e iniziative** per il contrasto alla Violenza di Genere.

Tramite l'adozione del codice di condotta a livello Globale:

mantenendo i più elevati standard di etica e conformità, ci impegniamo a promuovere una cultura di integrità, responsabilità e trasparenza, garantendo fiducia ed eccellenza in ogni azione. Tutti i dipendenti sono tenuti al rispetto del codice di condotta, all'interno del quale è presente la sezione dedicata alla violenza (anche ma non solo) di genere. Tutti i dipendenti hanno accesso al codice di condotta e alla pagina dedicata all'*agire in modo etico e rispettare la legge*. Il codice di condotta è inoltre pubblico e a disposizione sul sito roquette.com.

Mettendo a disposizione un servizio di “whistleblowing”,

accessibile in forma anonima ovunque, da chiunque, in ogni momento. Il servizio si chiama SpeakUp e garantisce che ogni segnalazione venga trattata con la massima serietà e il massimo livello di confidenzialità. Il **Servizio di allerta** è a disposizione per segnalazioni e allerte in merito ad atti fraudolenti, violazioni della sicurezza, molestie, discriminazioni, abusi di potere, violazioni dei diritti umani, danni ambientali, violazioni di leggi e regolamenti, ecc.

Organizzando momenti di sensibilizzazione al tema. In collaborazione con Me.Dea Onlus e d'intesa con le rappresentanze sindacali, abbiamo organizzato in passato un evento di sensibilizzazione al tema della violenza di genere in ambito domestico e lavorativo.

Offrendo un servizio di Supporto Psicologico EAP (Employee Assistance Program) gratuito, anonimo, a disposizione di dipendenti e familiari. Il Servizio offre sedute gratuite in forma online o in presenza e, oltre ad occuparsi di supporto psicologico, offre anche assistenza legale e fiscale.

Impegnandosi a mantenere un ambiente sicuro e meno favorevole allo sviluppo di dinamiche di violenza di genere grazie anche alla **Certificazione Parità di Genere**, ottenuta nel 2024 e confermata nel 2025. Il Comitato Guida, l'organo che come previsto dalla certificazione pianifica, implementa e monitora le politiche volte a eliminare discriminazioni e promuovere la parità, è a disposizione qualora il/la dipendente volesse denunciare molestie o violenze.

Servizi Italia

Safe@Work e Codice di Condotta Antimolestie

Da una **survey interna anonima** tra le persone che lavorano in Servizi Italia è emerso un contesto non privo di rischio molestie, con criticità più marcate in alcuni specifici ambienti di lavoro. La disponibilità a condividere i risultati con la Direzione ha indicato anche un dato importante: fiducia nella capacità dell'organizzazione di prendersi carico del tema in modo strutturale. Da qui la scelta di avviare con **Fondazione Libellula** il percorso **Safe@Work**, che ha portato alla redazione e adozione (da parte del CdA) di un **Codice di Condotta Antimolestie** e all'introduzione della **Consigliera di Fiducia** (operativa dal 1° luglio 2025).

Il percorso è sostenuto da un programma formativo che coinvolge tutti i livelli aziendali e raggiungerà progressivamente anche le realtà produttive, per un totale di circa **1.800 persone**.

Attività realizzate/in corso

- **Codice di Condotta** Antimolestie approvato dal CdA
- **Consigliera di Fiducia** (dal 1/07/2025)
- **3 sessioni** con Fondazione Libellula per direzione, primi riporti e responsabili di sito (120 persone)
- **2 sessioni di formazione interna** per il personale impiegatizio (replica prevista a settembre)
- **Piano di comunicazione** per stabilimenti/centrali: locandine e adesivi sulla Consigliera di Fiducia
- **Informazioni diffuse via digital signage**; Codice e contatti Consigliera disponibili su app/portale paghe

Obiettivi: garantire un ambiente sicuro e rispettoso; contrastare molestie/discriminazioni; integrare strumenti esistenti (Codice Etico, Modello 231, policy HR); allinearsi al quadro normativo (es. Convenzione ILO 190, D.Lgs. 81/08, D.Lgs. 198/2006); attivare un percorso culturale continuo.

Risultati e valore distintivo

Già oggi si rilevano **maggiore consapevolezza interna** e un quadro più organico di regole e riferimenti; la Consigliera di Fiducia aggiunge un presidio terzo di ascolto e tutela. L'approccio è proattivo e volontario, basato su ascolto diffuso, partnership specializzata esterna e sull'idea di benessere come leva di sostenibilità. **Il modello è pensato per durare** (non una "campagna"), ed è replicabile grazie a una metodologia scalabile che unisce analisi interna, strumenti organizzativi e formazione continua.

Policy sussidi – La parità non può aspettare

TIM, nell'ambito del piano **“La Parità Non Può Aspettare”**, ha introdotto una policy innovativa per sostenere concretamente i **dipendenti vittime di violenza domestica**.

La misura prevede **un sussidio fino a 24.000 euro in due anni** per coprire i costi di un nuovo affitto e garantire condizioni di sicurezza. La policy assicura procedure riservate, verifiche periodiche, tutela anche per i figli minori di 23 anni e un modello di responsabilità condivisa tra dipendente e struttura aziendale. Il sussidio rappresenta un **aiuto economico immediato** e un **forte segnale di impegno culturale e sociale** contro la violenza di genere, a favore di tutta la popolazione aziendale.

L'iniziativa, partita a gennaio 2024, intende **contrastare in maniera strutturata la violenza domestica**, favorendo l'uscita da situazioni di pericolo attraverso un sostegno concreto e immediato, e rafforzare la cultura aziendale della parità come elemento fondativo di sicurezza, inclusione e rispetto, alla base del piano **“La Parità Non Può Aspettare”**. Impatto.

- La policy ha rafforzato la sicurezza e la protezione delle dipendenti vittime di violenza attivando una **rete di supporto integrata** con i servizi territoriali.
- Ha aumentato la **consapevolezza interna** sul tema della violenza domestica e sul ruolo dell'azienda nel contrastarla
- Il progetto ha contribuito a **consolidare il posizionamento di TIM** come realtà pioniera nell'integrare welfare, parità di genere e responsabilità sociale.

Torino Social Impact

Comunità di pratica sulla parità di genere

Per favorire il rafforzamento e la dimensione collettiva dell'ecosistema, Torino Social Impact ha lanciato nel 2022 il progetto “**Comunità di Pratica**”. Sostenuto dalla Camera di commercio e dalla Fondazione Compagnia di San Paolo, il progetto supporta la creazione di gruppi di lavoro in cui le organizzazioni mettono in condivisione un patrimonio di conoscenze attraverso un processo di **apprendimento reciproco**, affrontando tematiche e sfide condivise e collaborando su progettualità emergenti.

Tra le sette Comunità di pratica attive c'è quella sulla **Parità di genere**: uno spazio di confronto e condivisione tra enti del settore pubblico, privato e terzo settore per costruire contesti di vita e di lavoro realmente equi e inclusivi.

“Questa comunità di pratica è uno **spazio vivo di confronto, apprendimento e costruzione collettiva**. È nata dal desiderio di mettere in dialogo organizzazioni diverse per dimensione, natura e ambito di intervento, accomunate dalla volontà di rendere la parità di genere una leva concreta di cambiamento sociale ed economico. Gli incontri non sono semplici momenti informativi, ma **occasioni di ascolto reciproco e di riflessione comune** su temi che attraversano il lavoro quotidiano delle organizzazioni: la conciliazione tra vita e lavoro e il ruolo della genitorialità, il contrasto alla violenza di genere, l'integrazione della prospettiva di genere nella progettazione europea, l'attenzione all'accessibilità e all'intersezionalità nella comunicazione, fino alle sfide più recenti legate all'intelligenza artificiale e all'etica delle tecnologie. La convinzione alla base della nostra comunità è che la parità di genere non sia un obiettivo settoriale, ma una **chiave trasversale per l'innovazione e la sostenibilità**.”

Monica Cerutti, esperta in innovazione digitale e sociale, e politiche di genere e curatrice della Comunità di pratica sulla Parità di genere.

Unipol assicurazioni

Non Ballo Da Sola 2024 - Sesta edizione

Il progetto Unipol promuove la **cultura della non violenza** attraverso iniziative aziendali e attività aperte alla cittadinanza, utilizzando la panchina rossa come simbolo concreto di sensibilizzazione. Le **installazioni**, accompagnate da **eventi pubblici nelle diverse città**, mirano a coinvolgere sia i colleghi sia la comunità esterna, dal pubblico adulto alle scuole secondarie di secondo grado, diffondendo consapevolezza sul tema e rafforzando l'impegno di Unipol contro la violenza sulle donne.

La rassegna comprende **9 iniziative per sensibilizzare un pubblico ampio** sulla violenza contro le donne e di genere. Le panchine rosse, con **il numero 1522**, fungono da simbolo tangibile di supporto e riflessione. Il progetto coinvolge le scuole, offrendo esperienze formative ed emotive per rendere i giovani ambasciatori della non violenza. **Arte e cultura** vengono utilizzate per trasmettere consapevolezza sui diritti umani e sull'importanza del rispetto reciproco. L'iniziativa contribuisce a diffondere valori di protezione, coraggio e responsabilità sociale.

- Quasi **1.200 persone** hanno partecipato alle iniziative
- **Incremento della presenza** del 10% rispetto all'anno precedente

Unione Industriali Torino

La formazione come leva strategica per la prevenzione della violenza di genere

Con la consapevolezza che sono le persone che fanno l'organizzazione, Unione Industriali Torino crede fermamente nella formazione delle stesse, puntando alla **valorizzazione** e alla **crescita professionale** dei propri dipendenti fin dal momento dell'assunzione (attraverso un percorso di On Boarding & Induction) e per tutta la vita lavorativa.

Unione Industriali Torino è convinta che la strategia migliore per crescere e per raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi sia quella di puntare sulle **potenzialità** e sulle **caratteristiche specifiche** di ogni persona: per questo investe tempo e risorse nella formazione e nello sviluppo delle competenze. I **percorsi formativi** sono garantiti a tutto il personale in condizioni di piena equità, senza alcuna discriminazione legata a genere, età, origine, condizione sociale, credo religioso, orientamento politico, abilità psicofisiche, identità o orientamento sessuale.

Percorso formativo

Tale impostazione si inserisce in una più ampia strategia organizzativa volta a promuovere, sia all'interno della struttura sia tra le imprese associate, una cultura dell'inclusione e del contrasto a ogni forma di discriminazione. In questo quadro si colloca il **percorso formativo realizzato nel biennio 2023–2024 in collaborazione con la Polizia Locale di Torino – Nucleo di Prossimità**, dedicato al personale dell'Associazione e focalizzato sul tema della violenza di genere. L'iniziativa ha rappresentato uno degli elementi qualificanti – unitamente all'adozione di specifiche misure e protocolli organizzativi – che hanno contribuito al conseguimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere.

Il percorso ha affrontato in modo sistematico:

- le **diverse forme di violenza intrafamiliare e di genere**, nonché il ciclo della violenza;
- il **quadro normativo** europeo e nazionale di riferimento;
- le **modalità operative** adottate dal Nucleo di Prossimità per la tutela delle vittime;
- il **tema della violenza economica**, anche attraverso l'analisi di casi concreti utili a riconoscerne le manifestazioni;
- il ruolo delle **neuroscienze nella formazione di stereotipi e pregiudizi** di genere, con particolare attenzione all'influenza delle emozioni sui processi decisionali;
- l'importanza del **linguaggio inclusivo** quale strumento di prevenzione culturale e promozione della parità.

Accanto all'investimento formativo, Unione Industriali Torino ha promosso anche **azioni concrete di sostegno** alle vittime di violenza domestica.

L'**allontanamento d'urgenza** dalla casa familiare costituisce uno degli strumenti giuridici previsti dall'ordinamento a tutela delle donne vittime di maltrattamenti. Tale misura implica spesso l'abbandono repentino dell'abitazione, senza la possibilità di portare con sé beni di prima necessità, al fine di sottrarsi a situazioni di pericolo imminente. In risposta a questa esigenza, l'Associazione ha donato al Corpo di Polizia Locale della Città di Torino un **pacchetto di kit di emergenza**, contenenti biancheria, capi di abbigliamento essenziali, prodotti per l'igiene personale e altri beni di prima necessità utili per affrontare i primi giorni lontano da casa. L'iniziativa si inserisce nel solco delle attività già svolte dal Nucleo di Prossimità, che opera presso la sede di Torino in via Bologna 74, dove è attiva **una sala di ascolto dedicata** all'accoglienza delle vittime di violenza domestica. Lo spazio è strutturato non solo per la raccolta delle denunce, ma anche per offrire supporto e assistenza, prevedendo un ambiente adeguato anche per eventuali minori presenti.

Nel 2025 l'impegno è proseguito con il percorso **“Allenare la parità”**, realizzato in collaborazione con Lifeed e rivolto a dipendenti, collaboratori e tirocinanti. L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di **valorizzare le competenze maturate nei diversi ambiti di vita**, riconoscendole come risorse trasferibili anche in ambito professionale e come leve per la costruzione di una cultura organizzativa realmente paritaria. Il percorso si è articolato in:

- **MultiMe®Finder**, strumento di auto-riflessione volto a riconoscere e potenziare le molteplici dimensioni identitarie e le competenze trasversali;
- il **webinar “Ali o Pietre”**, dedicato al potere trasformativo del linguaggio e all'adozione di un “linguaggio ampio” e inclusivo nelle comunicazioni quotidiane;

- un **webinar sulla genitorialità condivisa**, finalizzato a valorizzare competenze quali empatia, gestione delle priorità, adattabilità e delega, promuovendo un modello di corresponsabilità genitoriale quale elemento chiave per un equilibrio sostenibile tra vita professionale e personale.

Nel suo complesso, l'esperienza di Unione Industriali Torino evidenzia come un **approccio integrato** – fondato su formazione continua, revisione dei processi organizzativi, collaborazione con istituzioni territoriali e promozione di un cambiamento culturale – possa configurarsi come best practice nella **prevenzione della violenza di genere** e nella **promozione di ambienti di lavoro equi, inclusivi e rispettosi**.

Ore di formazione erogate:

- dicembre 2023: 2 ore e 30 minuti
- giugno 2024: 3 ore
- ottobre 2024: 3 ore
- ottobre 2025: 2 ore

Università di Torino

Contrastare e riconoscere la violenza di genere

Contrastare la violenza di genere significa anche **assumere una posizione culturale, istituzionale e politica esplicita**: riconoscere che la violenza costituisce un fenomeno strutturale, radicato nelle disuguaglianze di potere tra i generi, alimentato da stereotipi persistenti e da modelli relazionali che attraversano tanto la sfera privata quanto quella pubblica.

La visione dell'Università di Torino, alla cui attuazione il **Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi delle Donne e di Genere (CIRSDe)** contribuisce in modo determinante, si fonda su due direttrici strategiche.

Multidisciplinarietà

La violenza di genere è un **fenomeno strutturalmente complesso**, che non può essere compreso né efficacemente contrastato attraverso un'unica lente disciplinare. Richiede, piuttosto, un approccio integrato e interdisciplinare, capace di connettere studi di genere, diritto, psicologia, sociologia, economia, medicina e storia. Solo un'analisi congiunta delle norme e dei dispositivi di protezione, delle dinamiche relazionali, degli stereotipi culturali e dei fattori economici e organizzativi consente di cogliere le condizioni che alimentano la violenza e, al contempo, quelle che ne ostacolano l'emersione, il riconoscimento e la prevenzione.

Alleanza con il territorio

Nella consapevolezza che il contrasto alla violenza di genere richiede un'**azione coordinata tra istituzioni e società civile**, l'Università di Torino ha costruito un'alleanza strutturata con i **Centri Antiviolenza E.M.M.A. e con Telefono Rosa Piemonte di Torino**.

Tale collaborazione, formalizzata in una **Convenzione quadro**, integra attività di ricerca, formazione, iniziative di sensibilizzazione e servizi di supporto, valorizzando il sapere maturato dalle volontarie, esperte per esperienza. L'Ateneo è, inoltre, componente del **Tavolo di Coordinamento Interistituzionale per il contrasto alla violenza di genere**, coordinato dall'Assessorato alla Cultura, Pari Opportunità e Politiche giovanili della Regione Piemonte, con l'obiettivo di sviluppare iniziative formative e azioni condivise di prevenzione e contrasto. Infine, il CIRSDè partecipa da molti anni al Coordinamento cittadino contro la violenza contro le donne, contribuendo così alla costruzione di una rete stabile e operativa a livello locale.

La didattica: formare per riconoscere, prevenire, trasformare

L'Università è, prima di tutto, lo spazio in cui si formano competenze professionali, ma anche sguardi, linguaggi e pratiche relazionali.

In questa prospettiva, la **formazione accademica** assume una responsabilità decisiva: mettere in discussione gli assetti culturali che rendono possibile la violenza maschile contro le donne e fornire strumenti adeguati per riconoscerla, tanto nelle sue manifestazioni esplicite quanto in quelle più sottili e normalizzate.

In questa direzione si colloca la scelta dell'Università di Torino di **integrare stabilmente il tema della violenza di genere nella propria offerta didattica**, sottraendolo a una logica emergenziale o settoriale e riconoscendone la dimensione strutturale.

Un esempio è l'insegnamento **La violenza maschile contro le donne: dal riconoscimento alla risposta operativa**, giunto nell'anno accademico 2025-2026 alla sua terza edizione. Attivato nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Scienze amministrative e giuridiche delle organizzazioni pubbliche e private del Dipartimento di Giurisprudenza, in collaborazione con il CIRSD e, il corso prevede 40 ore di lezione, è aperto all'intera comunità studentesca dell'Ateneo e rappresenta uno dei fulcri della collaborazione strutturata con Telefono Rosa Piemonte Torino. Nell'ultima edizione ha coinvolto **23 docenti**: 14 professoresse e professori dell'Università di Torino, afferenti a 10 Dipartimenti, insieme a **9 volontarie e volontari di Telefono Rosa**, con competenze specifiche in ambito giuridico e psicologico. Proprio l'integrazione stabile tra **sapere accademico e intervento sul campo** ne costituisce il tratto caratterizzante: le operatrici di Telefono Rosa partecipano attivamente alla didattica, condividendo metodologie di accoglienza, dati ed esperienze maturate nel lavoro quotidiano, e accolgono studentesse e studenti presso la sede dell'associazione nell'ambito di una visita guidata.

Accanto a questo insegnamento, l'Ateneo propone **percorsi formativi che affrontano il tema da prospettive disciplinari specifiche**. Per esempio, nell'ambito del corso di laurea in Psicologia Criminologica e Forense, sono attivati insegnamenti di taglio psicologico dedicati alla violenza di genere.

Sessismi e violenze di genere: aspetti psicosociali analizza il ruolo degli stereotipi, delle dinamiche psicologiche relazionali e delle dimensioni socioculturali nell'ambito delle varie forme di violenza di genere, proponendo nel contempo strumenti operativi e di intervento. **Psicodinamica degli orientamenti sessuali e delle identità di genere** si propone, tra gli altri, l'obiettivo di riflettere e individuare gli elementi tipici dell'omofobia sociale rilevabile, talvolta, nelle professioni legate alla salute. Entrambi i corsi possono essere inseriti nel carico didattico da tutta la popolazione studentesca iscritta ad un corso magistrale.

La ricerca: innovare, analizzare, prevenire

L'impegno dell'Università di Torino nel contrasto alla violenza di genere si traduce anche in **progetti di ricerca** che coniugano rigore scientifico, innovazione metodologica e impatto sociale. L'obiettivo non è soltanto comprendere il fenomeno, ma sviluppare strumenti concreti per prevenirlo e contrastarlo in modo più efficace.

In ambito prettamente psicologico è presente il progetto **Recognizing and combating gender-based violence among adolescents and young adults** (PRIN 2022), il cui obiettivo primario è quello di contrasto e prevenzione della violenza attraverso due processi: 1. l'individuazione – mediante uno studio empirico con le popolazioni adolescente e giovane adulta - delle **variabili psicologiche e psicosociali** maggiormente coinvolte nel riconoscimento delle forme più subdole di violenza di genere, online e offline; 2. lo sviluppo, sulla base dei risultati ottenuti, di **attività formative** evidence-based focalizzate sulle variabili psicologiche e psicosociali emerse come particolarmente rilevanti, onde prevenire l'emersione di agiti violenti ed aumentare la consapevolezza su eventuali esperienze di vittimizzazione.

Tra i progetti più innovativi vi è poi **PAUSE – Prevention of Assault Under Scientific Evidence** (Bando 2023 UniTO per i progetti di Public Engagement), che integra competenze informatiche, medico-legali, psicologiche e sociologiche per analizzare, anche attraverso strumenti di intelligenza artificiale, dati sanitari di Pronto Soccorso al fine di individuare segnali precoci riconoscendo lesioni di probabile origine violenta. L'attenzione è rivolta alla capacità di intercettare **indicatori di rischio** direttamente all'interno delle strutture sanitarie, a partire dalle manifestazioni iniziali della violenza, trasformando l'analisi scientifica in uno strumento di prevenzione.

Sul versante giuridico, linguistico, computazione e psico-sociale si colloca invece **JUSTEqual – Eradicating Judicial Stereotypes and Gender Discriminatory Language** (Dipartimento di Giurisprudenza; progetti di eccellenza 2024-2027), che indaga **il ruolo degli stereotipi di genere e del linguaggio discriminatorio** nei procedimenti giudiziari relativi alla violenza maschile contro le donne. Attraverso un approccio interdisciplinare, il progetto mira a individuare bias e a promuovere strumenti formativi per una giustizia più consapevole e attenta all'impatto delle parole e delle categorie interpretative.

Accanto a questi progetti di ricerca, l'Ateneo sviluppa iniziative che intrecciano **indagine scientifica e intervento educativo**. Tra queste si inserisce **Educare alle relazioni. Conoscere gli stereotipi di genere e reagire alle molestie e violenze di genere**, un percorso di riflessione e sensibilizzazione promosso dal CIRSDDe (Bando 2023 UniTO per i progetti di Public Engagement) che nell'ultimo anno ha coinvolto attivamente studentesse e studenti di istituti superiori. Il progetto non si è limitato a trasmettere informazioni, ma promuove una **partecipazione consapevole**, stimolando il riconoscimento degli stereotipi, la capacità di leggere dinamiche relazionali problematiche e l'elaborazione di strumenti per reagire a molestie e comportamenti abusivi.

I presidi di UniTo contro la violenza di genere

L'impegno dell'Università di Torino nel contrasto alla violenza di genere si traduce in una **rete di presidi istituzionali e territoriali** che rendono concreta la responsabilità dell'Ateneo nel contrasto della violenza di genere.

Un primo livello di presidio è rappresentato dal **Comitato Unico di Garanzia (CUG)**, organo previsto dalla normativa nazionale e dall'art.63 dello Statuto di Ateneo per promuovere pari opportunità, benessere organizzativo e contrasto alle discriminazioni nei luoghi di lavoro pubblici. All'interno dell'Università, il CUG svolge un ruolo di **monitoraggio, proposta e verifica**: analizza le situazioni di rischio, promuove iniziative formative, contribuisce alla definizione di linee guida e protocolli interni, sollecita l'attenzione dell'istituzione sulle dinamiche che possono generare discriminazioni, molestie o violenze. La sua funzione è insieme preventiva e culturale: lavorare sulle condizioni organizzative che possono favorire o contrastare fenomeni di abuso.

Accanto al CUG opera la **Consigliera di fiducia**, figura indipendente e imparziale alla quale possono rivolgersi studentesse, studenti, personale docente e tecnico-amministrativo che vivano situazioni di molestia, discriminazione o disagio con una dimensione di genere. La Consigliera offre **ascolto riservato, orientamento sulle possibili azioni e accompagnamento** nella gestione – informale o formale – del caso. La riservatezza e l'autonomia del servizio sono elementi essenziali: garantire uno spazio sicuro in cui la persona possa essere ascoltata senza timore è il primo passo per rompere l'isolamento che spesso accompagna la violenza.

Un presidio fondamentale è costituito dagli **sportelli antiviolenza attivi nei diversi campus universitari**, realizzati in collaborazione con realtà storiche del territorio: Telefono Rosa Piemonte Torino ed E.M.M.A. – Centri Antiviolenza.

Gli sportelli, aperti non solo alla comunità universitaria ma a **tutte le donne che desiderino rivolgersi a essi**, sono attivi presso la Scuola di Management ed Economia, in Corso Unione Sovietica, presso il Campus di Agraria e Medicina Veterinaria a Grugliasco, al Campus Luigi Einaudi e a Palazzo Nuovo. La loro distribuzione in più sedi risponde a una scelta precisa: **rendere l'accesso semplice e prossimo ai luoghi della vita universitaria**. Gli sportelli offrono accoglienza protetta, consulenza e orientamento legale e psicologico, informazioni sui percorsi di tutela e accompagnamento verso i servizi territoriali.

A completare il sistema dei presìdi vi è **SAFE SPACE UniTO**, uno spazio dedicato alle **persone LGBTQIA+**, concepito come luogo di formazione, ascolto, confronto e supporto. Il contrasto alla violenza di genere, sia nelle relazioni interpersonali sia nelle relazioni intime, include, infatti, anche **la prevenzione delle discriminazioni e delle violenze motivate da orientamenti sessuali o identità di genere**. Garantire luoghi sicuri significa intervenire sulle condizioni culturali che portano a esclusione sociale, marginalizzazione e malessere psicofisico. In una prima fase il Safe Space è stato istituito e avviato grazie al contributo al CIRSD della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino (Richieste Ordinarie 2023 - Il Tornata), nell'ultimo anno ha ottenuto il finanziamento sul Bilancio Partecipativo di Ateneo del 2023.

Veritas Spa

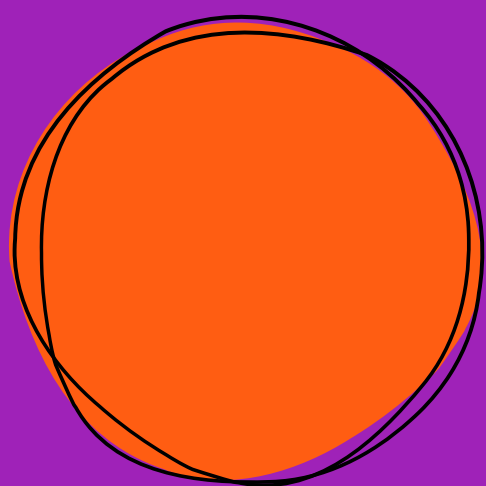
Gli sportelli Veritas sono Punti Viola nell'ambito del progetto di DonnexStrada

Veritas spa, multiutility dell'area metropolitana di Venezia, gestisce servizi essenziali come acqua, rifiuti e altri servizi pubblici. Gli sportelli fisici dell'azienda offrono un contatto diretto con l'utenza sul territorio. Veritas ha aderito al progetto **Punti Viola di DonnexStrada**, creando **spazi sicuri** per donne in situazioni di violenza o molestie.

Gli sportelli sono stati trasformati in Punti Viola tramite **formazione e sensibilizzazione del personale**. Gli operatori sono ora preparati ad accogliere con discrezione e competenza richieste di aiuto, offrendo un primo punto di riferimento concreto.

L'obiettivo dell'azienda è contrastare la violenza di genere tramite azioni concrete e la creazione di luoghi sicuri, promuovendo una **cultura aziendale consapevole e responsabile**. Si punta a favorire cambiamenti nelle relazioni e nel lavoro, **estendendo l'impegno al territorio** per costruire una comunità inclusiva, attenta e sicura.

- Attivazione concreta di sportelli Veritas come Punti Viola;
- personale formato e sensibilizzato sul tema della violenza di genere;
- incremento della fiducia da parte della cittadinanza nei confronti dell'azienda come presidio di responsabilità sociale;
- potenziale supporto immediato a donne che si trovano in situazioni critiche.



I partner del progetto CONTRO



Amapola Società Benefit

Amapola nasce nel 2009 come **società di consulenza specializzata in progetti e percorsi di sostenibilità**. Oggi opera con sedi a Milano, Torino e Alessandria, oltre ad avere un network di partner e collaboratori attivo su tutto il territorio nazionale. Dal 2021 è **Società Benefit**.

La cultura della sostenibilità, un metodo fondato sull'ascolto e una consolidata esperienza nella comunicazione rappresentano gli elementi distintivi che Amapola mette a disposizione dei propri clienti per costruire percorsi efficaci, concreti e coerenti. L'attività di consulenza si sviluppa in un ambito ampio e integrato, che comprende **analisi, assessment e rating di sostenibilità, elaborazione di piani e strategie ESG, reporting, progetti di stakeholder management, consulenza socioambientale, relazioni con media e territori, consulenza in ambito Diversity, Equity and Inclusion, iniziative di comunicazione interna, storytelling editoriale, digitale e video, ideazione e produzione di eventi**.

In qualità di Società Benefit, Amapola ha inserito nel proprio statuto delle finalità di beneficio comune, impegnandosi a generare un impatto positivo sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione. Questa impostazione si riflette anche nelle scelte organizzative interne. Nel 2024 Amapola ha ottenuto **la certificazione per la parità di genere**, esito di un percorso che interpreta l'equità e la giustizia sociale come elementi strutturali di una società più sostenibile.

Nel tempo Amapola ha inoltre costruito un **network di competenze e specializzazioni diverse**. In questa direzione, nel 2025 ha fondato con 3i Efficientamento Energetico la **rete d'impresa A3i**, concepita come hub di competenze e acceleratore di valore per le aziende che cercano un partner unico per il proprio percorso ESG.



Camera di commercio di Torino

Lavorare al servizio dell'economia del territorio con efficienza, professionalità e capacità di innovazione: questa la strada intrapresa dalla **Camera di commercio industria artigianato e agricoltura di Torino**, nel sostenere quotidianamente e concretamente le imprese, portando al successo importanti iniziative strategiche, per contribuire a realizzare per Torino e provincia un futuro di crescita e sviluppo non solo economici.

Forte di più di **220.000 imprese** che operano in città e provincia, la Camera di commercio di Torino esprime la sintesi degli interessi economici del territorio, con un'attenzione particolare rivolta alla società civile e al mondo dei consumatori.



Città metropolitana di Torino

Città metropolitana di Torino

La Città metropolitana di Torino ha sostituito la Provincia di Torino, in attuazione della Legge n. 56/2014 (Legge Delrio), con l'obiettivo di rendere più efficiente il governo del territorio e superare la frammentazione amministrativa. È una delle **14 Città metropolitane italiane istituite** per coordinare strategie comuni tra il capoluogo e i Comuni dell'area vasta.

I numeri della Città Metropolitana di Torino:

- 312 Comuni
- 6.800 Km² di territorio
- 2.900 Km di strade
- 2.2 milioni di abitanti
- 667mila under 34
- 235 edifici scolastici
- 2,7 milioni di turisti annui



CSI Piemonte

Il CSI Piemonte è una delle **principali aziende informatiche italiane**, nato nel 1977 per iniziativa della Regione Piemonte, del Politecnico e dell'Università di Torino, con l'obiettivo di modernizzare la pubblica amministrazione e creare un sistema informativo regionale unificato. Oggi il CSI è il partner tecnologico di quasi **140 enti pubblici sul territorio nazionale**. Contribuisce alla trasformazione digitale del Paese e alla realizzazione di servizi innovativi, semplici e accessibili per cittadini e imprese. Data center, cloud, AI, soluzioni di cybersecurity accreditate a livello internazionale e una smart data platform per i big data unica in Italia: ogni ente, indipendentemente dalle dimensioni, trova con il CSI una soluzione adeguata al proprio percorso di crescita digitale.

Alla base della missione del CSI c'è la consapevolezza che la **vera innovazione è possibile solo in un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso**. La parità di genere costituisce un valore fondamentale per l'organizzazione, che riconosce opportunità di crescita e formazione a tutte e tutti, sostenendo attivamente la presenza femminile nei ruoli tecnici e di responsabilità. L'impegno verso la parità di genere si concretizza in azioni specifiche: nel 2022 è stato redatto il primo **Gender Equality Plan**; attualmente il CSI è certificato **UNI PdR 125:2022 per la Parità di Genere** e ha sottoscritto i **Women's Empowerment Principles**.

La partecipazione a un evento dedicato al contrasto della violenza di genere rappresenta per il CSI la riaffermazione di un principio fondamentale: la tecnologia può essere realmente al servizio della società solo se nasce in un contesto che tutela **la dignità, la libertà e i diritti di tutte le persone**.

Dotwords Società Benefit

Dotwords Srl Società Benefit è un **Language Service Provider** innovativo con sede a Milano che si distingue nel panorama dei servizi linguistici per il suo modello integrato, tecnologico e ad alto impatto sociale. Non è solo un fornitore di traduzioni, ma un partner strategico che affianca aziende e istituzioni nella gestione completa della comunicazione multilingue, combinando competenza umana, processi certificati e soluzioni digitali avanzate. La sua unicità risiede nell'essere **società benefit**: Dotwords integra obiettivi economici e responsabilità sociale, trasformando la lingua in uno strumento di inclusione e partecipazione.

L'**accessibilità** è un pilastro distintivo: l'azienda sviluppa servizi specialistici come sottotitolazione per persone sorde e ipoudenti e audiodescrizione per persone non vedenti o ipovedenti, con l'obiettivo di rendere ogni contenuto realmente fruibile. In Dotwords, l'innovazione linguistica si traduce in valore concreto, qualità certificata e comunicazione senza barriere.

Valori Aziendali

Dotwords fonda la sua identità su valori forti e condivisi, che permeano ogni aspetto della sua attività: Trasparenza, Personalizzazione, Qualità e Certificazioni (Dotwords è certificata secondo standard internazionali (ISO 17100, ISO 9001, ISO 18587 e ISO 18841), Innovazione, Impegno Sociale e Sostenibilità.



Edison

Edison è la **più antica società energetica in Europa**, con oltre 140 anni di primati, ed è uno degli operatori leader del settore in Italia. Il Gruppo, con le sue **oltre 6.000 persone**, è impegnato in prima linea nella sfida della transizione energetica in coerenza con i SDGs dell'Onu e le politiche europee di decarbonizzazione.

Con circa **8 GW di potenza** distribuiti su tutto il territorio, Edison è un operatore integrato lungo tutta la filiera elettrica: dalla produzione di energia alla gestione e manutenzione dei parchi di generazione, fino alla vendita ai clienti finali. Il suo parco produttivo è composto da oltre 250 impianti, tra idroelettrici, eolici e fotovoltaici, nonché da cicli combinati a gas (CCGT) tra i più efficienti in Europa, grazie anche a due nuove centrali di ultima generazione in Veneto e Campania, tra le più avanzate al mondo in termini di prestazioni.

Il Gruppo è impegnato nella **transizione energetica** con un Piano Strategico al 2030 che fa leva sullo sviluppo di fonti rinnovabili e soluzioni di accumulo, energie low-carbon e green gas, sicurezza di approvvigionamento energetico attraverso un portafoglio gas diversificato e flessibile, oltre all'affiancamento dei clienti residenziali, industriali e della Pubblica Amministrazione in percorsi di efficientamento, decarbonizzazione e mobilità sostenibile che ne accrescono la competitività.

Attraverso **Edison Next**, il Gruppo è un operatore chiave nel mercato dei servizi energetici e ambientali, con soluzioni per decarbonizzare e ottimizzare i consumi energetici di industrie, aziende, strutture sanitarie e PA.



Edison Energia è la società del Gruppo che opera nella vendita di energia elettrica, gas naturale e servizi a valore aggiunto per clienti finali. **Edison Regea** è la società del Gruppo dedicata al risanamento dei siti industriali dismessi o ancora di sua proprietà. Sviluppa progetti di bonifica e rigenerazione che creano opportunità di rilancio per i territori, restituendo valore alle comunità locali attraverso soluzioni sostenibili e innovative.

Edison è un operatore responsabile che considera i **criteri ESG (Environmental, Social, Governance)** leve fondamentali di creazione di valore nel medio-lungo periodo e opera per la continua integrazione dei principi di sostenibilità all'interno della struttura aziendale, del modello di business e delle scelte operative. Un modello che consente all'azienda di perseguire gli obiettivi di decarbonizzazione garantendo redditività di lungo periodo, competitività e valorizzando gli interessi di tutti i suoi stakeholder. Questa strategia, delineata nel Piano Strategico, è esemplificativa della missione di Edison: **guidare la transizione energetica del Paese e costruire un futuro di energia sostenibile**, operando a supporto della sicurezza energetica, contribuendo alla salvaguardia del Pianeta, al miglioramento della qualità della vita delle persone e confermando il proprio ruolo al fianco di clienti, fornitori, comunità e territori. Edison promuove inoltre una **transizione energetica giusta**, attenta anche alle dimensioni sociali e inclusive del cambiamento. Questo impegno si traduce in iniziative di contrasto alla povertà energetica, nello sviluppo e aggiornamento continuo delle competenze delle persone, in una gestione responsabile e sostenibile della catena di fornitura, nel rispetto dei diritti umani e nel contributo all'innovazione tecnologica e digitale. Tali azioni sono rafforzate dal ruolo della **Fondazione EOS – Edison Orizzonte Sociale**, che sostiene progetti a favore dello sviluppo sociale e territoriale.



Fondazione Libellula

Fondazione Libellula è il **primo network italiano di aziende, persone, scuole e comunità** unite dalla volontà di prevenire e contrastare la violenza di genere e ogni forma di discriminazione.

Nata nel 2017 come progetto di Corporate Social Responsibility di Zeta Service, dal 2020 è una fondazione indipendente. Agisce con l'obiettivo di promuovere un cambiamento culturale profondo e rendere i contesti di vita e professionali più equi, inclusivi e sicuri.

Con le aziende del Network Libellula, realizza **percorsi formativi, di sensibilizzazione e organizzativi** per:

- prevenire discriminazioni e molestie nei luoghi di lavoro
- promuovere empowerment, linguaggio ampio e sviluppare alleanze
- valorizzare la responsabilità sociale d'impresa come scelta collettiva

Parallelamente, con i **progetti di cura sul territorio**, interviene in contesti educativi, sanitari e comunitari con attività di formazione, ascolto e supporto. Lavora in rete con realtà locali, Centri antiviolenza, scuole e associazioni.

Promuove **campagne pubbliche, ricerche scientifiche, eventi, speech e approfondimenti** per contribuire alla trasformazione culturale in atto.

In questi anni, Fondazione Libellula ha consolidato il proprio ruolo come partner strategico delle organizzazioni impegnate nella promozione di ambienti di lavoro inclusivi, sicuri e rispettosi. Ogni azione si fonda su un **approccio intersezionale, partecipato e trasformativo**, affinché ogni persona possa condividere spazi, opportunità, risorse e relazioni più eque.



Vale davvero.

Lidl Italia

Presente in Italia dal 1992, Lidl Italia può contare su **oltre 780 punti vendita che impiegano più di 23.000 collaboratori**. Oggi Lidl Italia rappresenta una delle realtà della distribuzione più moderne e strutturate del Paese.

L'organizzazione di Lidl Italia sul territorio si articola in **12 Direzioni Regionali** che hanno la responsabilità operativa dei punti vendita e delle relative piattaforme logistiche. Quest'ultime riforniscono ogni giorno i punti vendita di competenza per garantire prodotti freschi e un assortimento completo. La Direzione Generale si trova ad Arcole, in provincia di Verona, e conta circa 1.000 dipendenti.

Negli ultimi anni, Lidl Italia ha avviato un **processo di rinnovamento** che punta ancora di più sull'italianità dei prodotti, con l'obiettivo di allargare la base clienti a fasce più ampie di consumatori.

Oggi più dell'80% degli oltre 3.500 articoli presenti in assortimento è costituito da **prodotti italiani e a marchio proprio**, molti dei quali possono fregiarsi dei marchi DOP, IGP, DOC e DOCG. Completano l'offerta la gamma di articoli In&Out che vengono proposti in occasione di promozioni settimanali dedicate fino ad esaurimento scorte.



Servizi Italia

Abbiamo a cuore **la salute e la sicurezza delle persone.**

Ogni giorno ci prendiamo cura di loro attraverso i nostri **servizi integrati per la sanità.** La nostra storia inizia nel 1986 quando iniziamo a occuparci del servizio di lavanderia in ambito sanitario e ospedaliero, fornendo un servizio fondamentale per la comunità: vestire gli operatori sanitari e allestire posti letto per le degenze.

Oggi, oltre al lavanolo, forniamo servizi di noleggio e sterilizzazione di tessuti per sala operatoria e strumentario chirurgico.

Un gruppo di **3.600 persone presente in Italia e nel mondo, con oltre 50 impianti produttivi.** Ciò che abbiamo a cuore è tutelare la salute, la sicurezza e il benessere delle persone che ogni giorno vivono le strutture sanitarie, come pazienti o come lavoratori.



Roquette Italia

“Insieme, trasformiamo il potenziale della natura negli elementi essenziali della vita.”

Roquette è un leader globale nelle **soluzioni sostenibili a base vegetale**, promotore di innovazione e collaborazioni strategiche che definiscono il futuro della nutrizione, della salute e della bioindustria.

L'azienda valorizza **risorse naturali** come grano, mais, alghe e cellulosa per creare ingredienti ad alte prestazioni utilizzati negli alimenti di tutti i giorni, nei farmaci orali, nei biofarmaci avanzati e in un'ampia gamma di prodotti a base vegetale.

A conduzione familiare, con **oltre 90 anni di esperienza e 11.000 dipendenti**, Roquette serve clienti in più di 150 Paesi ed è impegnata a creare valore duraturo per clienti, pazienti, consumatori e per la società.



Torino Social Impact

Torino Social Impact è una piattaforma aperta che oggi riunisce **oltre 400 realtà tra imprese, istituzioni pubbliche, operatori finanziari, fondazioni, enti filantropici e organizzazioni del terzo settore**. I soggetti aderenti partecipano al progetto attraverso la sottoscrizione di un **Memorandum of Understanding**, impegnandosi a condividere idee, competenze, esperienze, progettualità e risorse con l'obiettivo di attrarre investimenti e sviluppare iniziative capaci di rispondere ai bisogni sociali emergenti mediante modelli di impresa economicamente sostenibili.

L'obiettivo fondamentale di Torino Social Impact è rendere **Torino uno dei migliori luoghi al mondo per fare impresa e finanza**, perseguendo intenzionalmente e congiuntamente obiettivi di redditività economica e di impatto sociale. La strategia si fonda sull'idea che, all'intersezione tra la storica vocazione della città all'imprenditorialità sociale, l'elevata concentrazione di competenze tecnologiche e la presenza di investitori finanziari orientati all'impatto, risieda una leva cruciale di sviluppo sociale e industriale per l'area metropolitana e per il Paese nel suo complesso.

Nel tempo, Torino Social Impact ha contribuito alla costruzione di un vero e proprio cluster di competenze, attività e servizi, in linea con **gli obiettivi dell'Agenda 2030**, capace di rafforzare e promuovere l'ecosistema locale.



La piattaforma ha inoltre dato vita a numerose iniziative sperimentali, tra cui il progetto della **Borsa ad impatto sociale**, programmi di tech e data for good, strumenti di **procurement sociale pubblico e privato**, percorsi di formazione e ricerca sulla **misurazione dell'impatto**, nonché attività di apprendimento tra pari attraverso le **Comunità di Pratica**.

Torino Social Impact rappresenta **un modello innovativo di partenariato pubblico-privato**, che contribuisce a rinnovare le modalità di governance territoriale, ponendo al centro la social economy come ambito strategico per lo sviluppo sostenibile e inclusivo.



UNIONE INDUSTRIALI
Torino

Unione Industriali Torino

Unione Industriali Torino è **un'associazione volontaria d'impresa di livello territoriale aderente a Confindustria**, per la rappresentanza, la tutela, la promozione e lo sviluppo delle aziende e dei loro interessi.

Nasce nel 1906 con il nome di Lega Industriale, e da essa, nel 1910, prende vita la Confederazione Generale dell'Industria Italiana, Confindustria. Ai **settori storici dell'industria torinese** (metalmeccanica, tessile, chimica, gomma, grafica...) fortemente rappresentati, si sono aggiunti tutti i **comparti produttivi di beni e di servizi** (turistico e cultura, logistica e trasporti, energia), sino a **quelli più avanzati** (robotica, mecatronica, aerospaziale, digitale, terziario innovativo) le cui filiere produttive sono il frutto di incroci tra settori sempre più interconnessi.

L'Unione Industriali Torino offre, oltre all'originaria vocazione sindacale, una **vasta gamma di servizi e iniziative** anche con i suoi enti collegati per fornire supporto e garantire competitività e crescita alle imprese in tutti i campi di interesse: **scuola e università, formazione, sicurezza, sostenibilità, ambiente, qualità, fisco, internazionalizzazione, finanza d'impresa** e molti altri, tutti a completa disposizione delle aziende associate.



UNIVERSITÀ
DI TORINO



Università di Torino

Fondata nel 1404, l'Università degli Studi di Torino (UniTo) è una delle più **antiche e prestigiose università italiane**: hanno studiato qui molti protagonisti del XX secolo come Antonio Gramsci, Piero Gobetti, Norberto Bobbio, Cesare Pavese, Primo Levi e Umberto Eco, così come i tre Premi Nobel per la Medicina: Salvatore Luria, Rita Levi Montalcini, Renato Dulbecco e due Presidenti della Repubblica, Luigi Einaudi e Giuseppe Saragat.

Costituisce un ecosistema composto da **sette grandi poli** articolati in **27 Dipartimenti e più di 100 sedi** su tutto il territorio regionale e conta su una vasta comunità composta da più **83.000 studenti e studentesse e oltre 4500 dipendenti** (a.a. 2024-2025), tra corpo docente e staff amministrativo, più di **1.500 dottorandi e 650 ricercatori**. La comunità di UniTo ha a disposizione **71 laboratori e infrastrutture di ricerca, 22 biblioteche** con pieno accesso a internet, l'Orto Botanico, i Musei universitari e comode strutture sportive.

UniTo offre **oltre 160 corsi di studio** tra ciclo unico, primo e secondo livello in ogni area di studio: economica, giuridico e politico-sociale, umanistica, scientifica e sanitaria. Completano l'offerta formativa 70 corsi di dottorato di ricerca e più di **130 master di primo e secondo livello**. Un crescente numero di corsi è erogato in lingua inglese e sono disponibili corsi di Italiano per i circa **4.500 studenti internazionali dell'Ateneo**.



UNIVERSITÀ
DI TORINO



La forte vocazione di UniTo all'internazionalizzazione è anche testimoniata da più di **520 accordi con altre università in tutto il mondo**, dai tanti progetti di scambio per promuovere la mobilità in entrata e in uscita e da un impegno costante nella cooperazione scientifica e didattica con altri Paesi.

L'impegno dell'Ateneo sul fronte ricerca e innovazione si concretizza nella gestione di circa **500 progetti di ricerca all'anno** sostenuti anche attraverso programmi di finanziamento internazionali e locali, sia pubblici che privati.

L'Ateneo è impegnato pubblicamente sui **temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale**: ogni anno viene pubblicato il Rapporto di sostenibilità, un documento annuale che dà conto agli stakeholders degli impegni etico-pratici e dell'impatto dell'Università di Torino sui territori e le persone che li abitano.

Inoltre, UniTo è estremamente consapevole del suo ruolo nella comunità locale come **motore di sviluppo economico, sociale e culturale**. A questo scopo promuove il trasferimento di conoscenza alle imprese tramite brevetti e spin-off. In particolare, UniTo vanta competenze industriali specifiche nei seguenti ambiti: agrifood, circular & bioeconomy, beni culturali, energia e ambiente, settore bancario e finanziario, salute, mobilità e trasporti, tecnologie smart per l'industria e le imprese, scienza dello spazio. L'Ateneo torinese è inoltre ai primi posti a livello nazionale per impegno e qualità delle attività di public engagement, per il coinvolgimento della cittadinanza nel processo della ricerca.

Ringraziamenti

Un ringraziamento a tutti i partner di CONTRO, che hanno creduto nella prima edizione del progetto e lo hanno sostenuto, contribuendo allo sviluppo di questo white paper e dell'evento del 5 marzo a Torino, presso CSI Next.

Grazie per il patrocinio e la partnership istituzionale a
Città metropolitana di Torino, Camera di commercio di Torino, Comitato per l'Imprenditoria Femminile di Torino, Torino Social Impact, Unione Industriali Torino.

Grazie per la partnership scientifica a
Fondazione Libellula, Università degli Studi di Torino con UniToGO e CIRSD - Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi delle Donne e di Genere.

Grazie per il sostegno all'iniziativa a
CSI Piemonte, Edison, Lidl Italia, Roquette Italia

Portare questo tema nel cuore delle organizzazioni riguarda scelte, policy, responsabilità e cultura quotidiana. Riguarda anche la capacità di fare rete: grazie per il segnale di cambiamento e per la posizione chiara che avete preso partecipando a questo progetto.

AMAPOLA

CONTATTI

info@amapola.it

www.amapola.it

