Coca-Cola si aggiudica il Brand Diversity Award

coca-cola-special-olympics-1-b2e72727

Coca-Cola si è aggiudicata il Brand Diversity Award per il suo impegno nel favorire diversity & inclusion e per la sua capacità di parlare ad ogni persona. Il premio è stato assegnato nell'ambito del Diversity Brand Summit, evento ideato da Francesca Vecchioni, presidente di Diversity, associazione no profit impegnata nella promozione di politiche di diversity, e da Sandro Castaldo, docente di marketing presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi.

Nel corso del Summit è stato presentato il primo "Diversity Brand Index", l'indicatore che misura la capacità dei brand di essere percepiti come inclusivi e di lavorare concretamente per sviluppare una cultura orientata alla diversità e all'inclusione. L'indice, che integra i risultati di una survey condotta da Bocconi sulla popolazione italiana con le valutazioni del Comitato Scientifico del Summit, ha permesso di individuare i marchi candidati al Diversity Brand Award. La survey ha raccolto le percezioni degli italiani su sette forme di diversità: età, disabilità, etnia, genere, orientamento sessuale, religione e status socio-economico.

Coca-Cola in Italia è da sempre in prima linea per promuovere l'inclusione a 360 gradi,attraverso attività sportive, formative e di inserimento nel mondo del lavoro. Sono numerosi i progetti sul territorio italiano ai quali Coca-Cola non fa mancare il proprio sostegno per garantire a tutti il diritto di sentirsi accolti ed essere parte integrante e attiva della società: dai progetti di agricoltura sociale come Social Farming che, attraverso la formazione, promuove la coesione sociale, la sostenibilità ambientale e l'innovazione all'interno della filiera agrumicola siciliana, a Special Olympics, l'associazione a favore dell'inclusione sociale delle persone con disabilità intellettive attraverso lo sport, passando perPIER (Protection, Integration and Education for Refugees), un progetto volto a rafforzare le attività di accoglienza e integrazione dei rifugiati e realizzato in Italia sotto la supervisione di Caritas Italiana.

L'impegno a promuovere la diversità si è tradotto anche nella produzione di campagne televisive come "Pool Boy", andata in onda questa estate: la storia di due adolescenti, fratello e sorella, che,

folgorati dalla bellezza di un pool boy che lavora nel loro giardino, cercano di conquistarne l'attenzione offrendogli una Coca-Cola ghiacciata… salvo poi scoprire che la madre li ha battuti sul tempo, strappando al ragazzo un sorriso tutto dedicato a lei. Nell'ottica di creare un ambiente lavorativo inclusivo, l'azienda ha inoltre recentemente sottoscritto il manifesto promosso da Valore D, associazione che promuove la diversità, il talento e la leadership femminile nelle imprese.

"Diversità, inclusione e uguaglianza fanno da sempre parte del DNA di Coca-Cola, che a sostegno di tali valori ha nel tempo promosso iniziative sia sul posto di lavoro, sia in occasione di eventi nazionali locali", ha dichiarato **Cristina Broch**, Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione Coca-Cola Italia. *"Coca-Cola crede fermamente in un mondo inclusivo e per questo valorizza e celebra la diversità, consapevole che il successo del proprio business è strettamente collegato alla diversità dei dipendenti, dei partner e delle comunità in cui opera".*

"Siamo onorati di ricevere questo premio:è la conferma del fatto che siamo nella direzione giusta", ha continuato Broch. *"È un risultato che ci rende orgogliosi, main tema di diversità c'è ancora molto da fare; questo premio ci spinge a fare ancora meglio e ancora di più".*