

# Contrasto alle discriminazioni nei confronti di persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali

Standard di condotta per le aziende



# Contrasto alle discriminazioni nei confronti di persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali

Standard di condotta per le aziende

Questo documento è stato realizzato da:

**Saili Tripathi**

Consigliere Senior, Problemi globali  
Institute for Human Rights and Business

**Charles Radcliffe**

Responsabile, Uguaglianza e non discriminazione  
Ufficio dell'Alto Commissario delle Nazioni Unite  
per i Diritti Umani (UNHCR) a New York

**Fabrice Houdart**

Responsabile per i Diritti Umani, UNHCR New York

In collaborazione con:



La presente costituisce una traduzione di cortesia non ufficiale in lingua italiana del documento in lingua inglese "Standard of Conduct for Business. Tackling Discrimination against Lesbian, Gay, Bi, Trans, & Intersex People".

In caso di difformità, i contenuti della versione in inglese prevalgono su quelli della traduzione in italiano.



# Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali

L'Ufficio per la promozione della parità di trattamento e la rimozione delle discriminazioni fondate sulla razza o origine etnica (UNAR), sin dalla sua istituzione presso il Dipartimento delle Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri, con D.P.C.M. 11 dicembre 2003, rappresenta in Italia un presidio di garanzia per l'attuazione della parità di trattamento e l'efficacia degli strumenti di tutela contro ogni forma di discriminazione fondata sulla razza e origine etnica, appartenenza religiosa, età, disabilità, orientamento sessuale e identità di genere, nonché un punto di riferimento per le potenziali vittime di discriminazione, per il mondo dell'associazionismo, per le istituzioni nazionali e locali.

Le sue principali funzioni riguardano la prevenzione dei comportamenti discriminatori e la diffusione di campagne di informazione e sensibilizzazione rivolte all'opinione pubblica, la promozione di progetti e azioni positive volti ad eliminare le situazioni di svantaggio, la rimozione delle discriminazioni attraverso il supporto del Contact Center, il monitoraggio e la verifica dell'effettiva applicazione del principio di parità di trattamento e dell'efficacia dei meccanismi di tutela.

L'UNAR opera in tutti i settori pubblici e privati della vita sociale, quali il lavoro, l'assistenza sanitaria, l'istruzione, l'accesso ai beni ed ai servizi.

Con questa pubblicazione, realizzata nell'ambito delle azioni previste dal PON INCLUSIONE 2014 - 2020, si intende fornire un contributo alla prevenzione e al contrasto delle discriminazioni nei luoghi di lavoro nei confronti delle persone LGBTI, mediante un utile strumento di supporto alle aziende messo a disposizione dall'Ufficio dell'Alto Commissario delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, al fine di veicolare l'inclusione e una positiva cultura della valorizzazione dei lavoratori e delle lavoratrici LGBTI e la garanzia del rispetto dei loro diritti.

Contenuti

**8 Sintesi**

**16 Standard  
di condotta**

**24 Documento  
preparatorio**

**54 Appendice/  
Casi di studio**



***“Se vogliamo ottenere più rapidi progressi globali verso l’uguaglianza per le persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali, le imprese non dovranno solo far fronte alle proprie responsabilità in materia di diritti umani, ma devono diventare agenti del cambiamento”.***

**Zeid Ra'ad Al Hussein**

Alto Commissario delle Nazioni Unite per i Diritti Umani

**Gli Standard di condotta determinano un passo avanti nell'impegno delle aziende, mettendo a fuoco le numerose opportunità di cui queste dispongono per contribuire a un cambiamento sociale positivo e più ampio nelle comunità in cui operano.**

## Un messaggio dall'Alto Commissario

I Principi Guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani fissano standard di garanzia dei diritti umani internazionali rivolti al settore privato.

Il Patto mondiale delle Nazioni Unite fornisce una piattaforma per far sì che le aziende implementino questi standard e li promuovano in un più ampio contesto.

Gli attuali Standard di condotta si basano sia sui Principi Guida delle Nazioni Unite, sia sul Patto mondiale delle Nazioni Unite, offrendo alle aziende una guida su come far fronte alle proprie responsabilità nel rispetto dei diritti di tutti, inclusi i diritti delle persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender e intersessuali (LGBTI). Rispettare questo assunto significa trattare equamente le persone LGBTI sul luogo di lavoro, nonché esaminare le pratiche commerciali dell'intera catena di distribuzione, per garantire che la discriminazione venga contrastata in ogni singola fase. Ma gli Standard di condotta prendono in considerazione anche un passo ulteriore dell'impegno aziendale, sottolineando le numerose opportunità di cui il settore privato dispone per contribuire a promuovere un cambiamento sociale più ampio nei contesti in cui operano. L'idea originale per lo sviluppo di questi standard è scaturita da un panel di discussione al quale ho partecipato in occasione del World Economic Forum svoltosi a Davos nel 2016.

Si è trattato di un punto di svolta, atteso da tempo, nell'ambito di un dialogo tra importanti imprenditori e attivisti circa le azioni che le aziende potrebbero e dovrebbero porre in essere per contrastare le discriminazioni contro le persone LGBTI – al di là del tipo di politiche interne di inclusione già in atto nelle grandi aziende.

Nel corso dell'ultimo anno, il mio ufficio, in collaborazione con l'Institute for Human Rights and Business, ha svolto una serie di consultazioni a livello regionale con i rappresentanti delle imprese e della società civile in Europa, Africa, Asia e America. Abbiamo ascoltato esperienze e idee, che in gran parte sono contenute nel documento che avete di fronte. Sono grato a quanti vi hanno preso parte e a molti altri che hanno partecipato telematicamente.

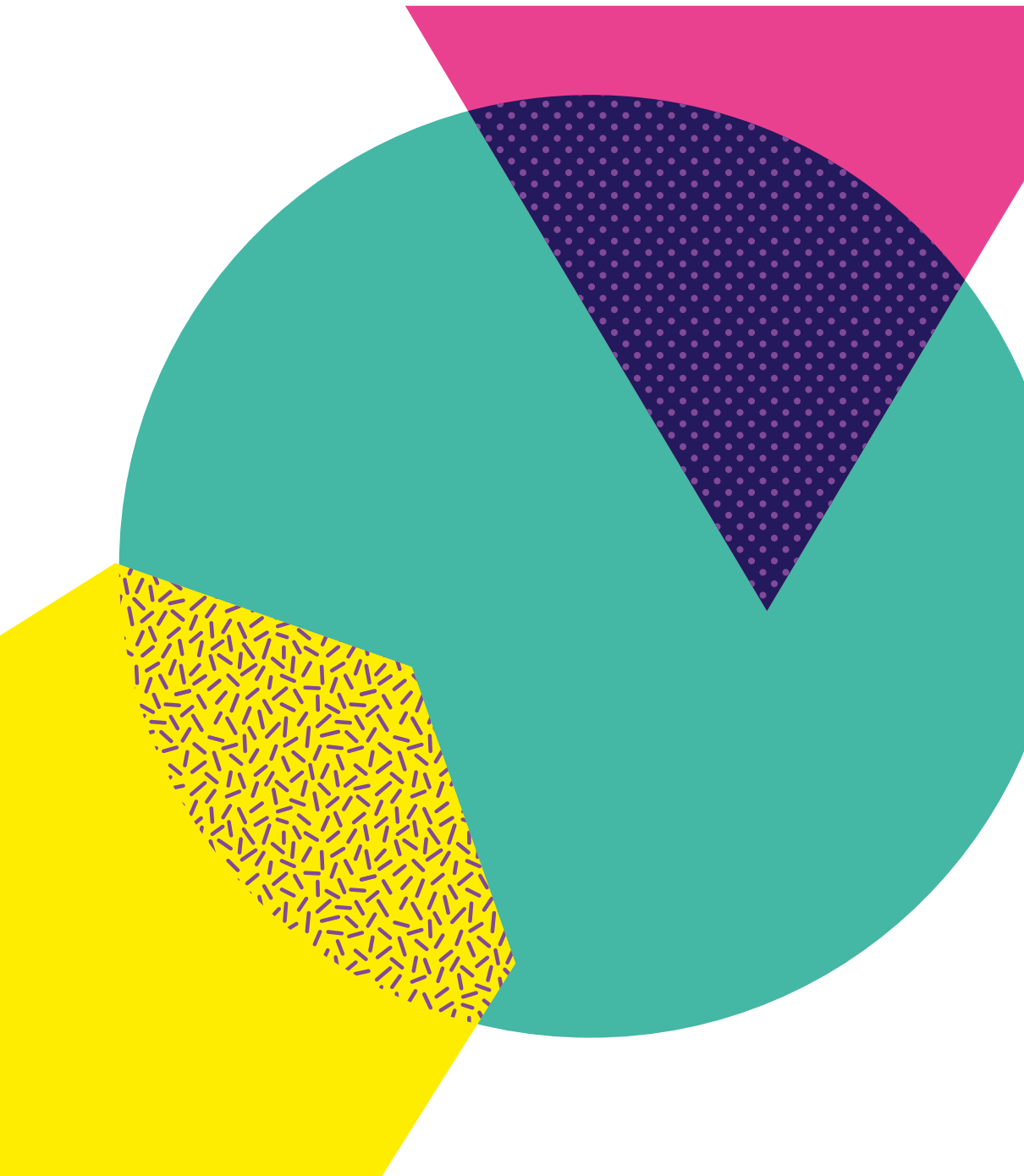
L'influenza del mondo imprenditoriale può accelerare il ritmo del cambiamento. Le aziende di tutto il mondo – grandi e piccole, locali e multinazionali – hanno la possibilità di utilizzare la propria influenza e le proprie relazioni presso una varietà di stakeholder locali così da contribuire al progresso nella direzione della garanzia dell'uguaglianza per le persone LGBTI. Sappiamo per esperienza che ogni volta che la discriminazione diminuisce, tutti ne traggono beneficio.

Considero questi Standard di condotta come un passo avanti nel supportare le aziende a tradurre in azioni pratiche i loro impegni in materia di diritti umani, quali fondamentale opportunità per rafforzare il ruolo delle imprese nel contrastare le pratiche discriminatorie nei paesi di tutto il mondo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zeid Ra'ad Al Hussein'.

Alto Commissario delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, settembre 2017

# Sintesi



**L'ultimo decennio è stato testimone di importanti progressi in molte parti del mondo nella vita di milioni di persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali (LGBTI) che hanno beneficiato di una serie di riforme giuridiche e, in alcuni casi, di mutamenti sociali.** Ma tali progressi si sono rivelati parziali e diseguali, con importanti avanzamenti in alcuni Paesi e per alcune comunità, accompagnati dall'inerzia o persino dal regresso in altri contesti.

73 paesi continuano a criminalizzare le relazioni consensuali tra persone dello stesso sesso, pochissimi riconoscono giuridicamente l'identità delle persone trans e ancor meno tutelano i diritti delle persone intersessuali. Nella maggior parte dei paesi, le tutele contro le discriminazioni in ragione dell'orientamento sessuale e l'identità di genere sono, quantomeno, inadeguate. Anche nei paesi che hanno compiuto importanti progressi, le persone LGBTI debbono affrontare significativi ostacoli, come mostrato dagli studi secondo cui ci sono maggiori probabilità che subiscano bullismo a scuola, vengano trattate ingiustamente sul lavoro e venga loro negato l'accesso ai servizi essenziali.

**Le aziende hanno la responsabilità di rispettare gli standard internazionali sui diritti umani, a garanzia dei diritti umani di tutti, inclusi quelli delle persone LGBTI.** Ciò vale indipendentemente dalle dimensioni, dalla struttura, dal settore o dalla sede dell'azienda. Le aziende hanno l'opportunità di favorire la diversità e promuovere una cultura del rispetto e dell'uguaglianza, sia sul posto di lavoro che nei contesti in cui operano loro e i loro partner commerciali. Molte hanno rilevato che contrastare attivamente la discriminazione e promuovere la diversità e l'inclusione comporta anche vantaggi economici: mettere a frutto i nuovi talenti, migliorare le decisioni e fidelizzare clienti e investitori.

**La maggior parte delle aziende è appena all'inizio nell'approcciare tali questioni; la conoscenza acquisita e le buone pratiche appaiono ancora deboli.**

**Nel 2000, le Nazioni Unite hanno lanciato il Patto mondiale delle Nazioni Unite, la più grande iniziativa di responsabilità aziendale al mondo, per incoraggiare le aziende a rispettare i principi universali e contribuire a un'economia globale più sostenibile e inclusiva.** Un decennio dopo, nel 2011, il Consiglio per i Diritti Umani delle Nazioni Unite ha approvato i Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani, affermando che ogni impresa ha la responsabilità di rispettare i diritti umani e invitando le aziende a evitare la violazione di diritti umani e prendere atto dell'impatto negativo delle eventuali proprie azioni. Nel 2015, gli Stati membri delle Nazioni Unite hanno concordato una serie di 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) con la promessa di "non lasciare nessuno indietro". Il raggiungimento di questi obiettivi, che includono il contrasto alle discriminazioni sociali ed economiche e all'emarginazione, dipende ora dagli sforzi collettivi, non solo dei governi, ma anche della società civile e delle imprese.

**La consapevolezza del ruolo che le aziende possono svolgere nel bloccare la discriminazione e nel promuovere la diversità sta crescendo, e molte si sono già attivate per tradurre in pratica l'impegno per l'inclusione delle persone LGBTI.** A ogni modo, la maggior parte delle aziende è appena all'inizio nell'approcciare tali questioni; la conoscenza acquisita e le buone pratiche appaiono ancora deboli, in particolare nei contesti ostili alle persone LGBTI. Nel complesso, l'approccio del settore aziendale si è dimostrato spesso discontinuo e incoerente. Alcune aziende globali riescono a garantire l'uguaglianza delle persone LGBTI in patria, con più difficoltà all'estero. Altre possono far sentire la loro voce in ambienti relativamente favorevoli, ma tacciono in contesti in cui la protezione dei diritti delle persone LGBTI è debole o carente. Altre ancora hanno messo in atto politiche aziendali per tutelare le persone lesbiche, gay e bisessuali, ma devono ancora adottare misure per le persone transessuali e intersessuali.

**Gli Standard di condotta riassunti di seguito e illustrati più dettagliatamente più avanti, offrono alle aziende una guida pratica su come rispettare e supportare i diritti delle persone LGBTI sui luoghi di lavoro, nel mercato e nella comunità.** Sono stati sviluppati dall'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani in collaborazione con l'Institute for Human Rights and Business e si basano sui risultati di una serie di consultazioni regionali, svoltesi nel 2016 e nel 2017 a Mumbai, New York, Kampala e Bruxelles. Gli Standard sono pensati per supportare le aziende nella revisione delle politiche e delle prassi esistenti – e nell'individuare di nuove – in chiave di rispetto e promozione dei diritti umani delle persone LGBTI.

**Gli Standard trovano il proprio fondamento nel diritto internazionale sui diritti umani e sono in linea con i Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani.** Hanno anche una solida base empirica, prendendo il via da molte delle buone pratiche che le imprese responsabili hanno già adottato. Illustrano le misure che le aziende potrebbero e dovrebbero adottare per adeguare le loro politiche e prassi agli standard esistenti in materia di diritti umani. Riconoscono la necessità di un approccio variegato e diversificato in base alla diversità dei contesti e degli individui che compongono lo spettro delle condizioni LGBTI. Infine, hanno lo scopo di agevolare le interazioni finalizzate all'affermazione dei diritti tra le aziende e i numerosi stakeholder – dallo staff ai clienti, ai fornitori, agli azionisti, alle comunità, ai governi, ai legislatori e ai sindacati – poiché, per realizzare progressi, è necessaria la partecipazione di tutti gli attori a ogni livello.

**Gli Standard trovano il proprio fondamento nel diritto internazionale sui diritti umani e sono in linea con i Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani.**

# I cinque standard

## SEMPRE

### 1 Rispettare i diritti umani.

Tutte le aziende hanno la responsabilità di rispettare i diritti umani – compresi i diritti delle persone LGBTI – nell’ambito delle proprie attività e rapporti commerciali. Le aziende dovrebbero sviluppare politiche, esercitare la *due diligence* e, nei casi in cui le loro decisioni o attività abbiano influito negativamente sul godimento dei diritti umani, porvi rimedio.

Le imprese dovrebbero inoltre istituire meccanismi di monitoraggio e comunicare la loro conformità agli standard sui diritti umani. Laddove siano accertate più significative violazioni dei diritti umani nei confronti delle persone LGBTI, come nel caso di paesi con leggi e pratiche discriminatorie, le aziende dovranno intraprendere *due diligence* più solide, così da garantire il rispetto dei diritti.

## SUL LUOGO DI LAVORO

### 2 Eliminare la discriminazione.

I dipendenti e le altre persone con cui l’impresa si interfaccia hanno diritto alla libertà dalla discriminazione. Le imprese devono garantire che non vi siano discriminazioni nelle assunzioni, nell’occupazione, nelle condizioni di lavoro, nell’accesso ai benefit, nel rispetto della privacy o nella gestione delle molestie.

### 3 Fornire supporto.

Le persone LGBTI sono – tra gli altri – dipendenti, manager, imprenditori, clienti e membri della comunità, eppure molti debbono affrontare significativi ostacoli per essere accettati e inclusi nel mondo del lavoro. All’interno della propria organizzazione, le aziende dovrebbero garantire un ambiente positivo e di contrasto alla discriminazione, in modo che i dipendenti LGBTI possano lavorare con dignità e senza subire alcuna stigmatizzazione. Questo standard richiede che le aziende vadano oltre la parità nei benefit e adottino misure volte a garantire l’inclusione, rispondendo anche alle specifiche esigenze sul luogo di lavoro delle persone LGBTI.

## SUL MERCATO

### 4 Impedire altre violazioni dei diritti umani.

Le aziende devono garantire di non discriminare i fornitori, i distributori LGBTI o i clienti LGBTI nell’accesso ai prodotti e/o ai servizi dell’azienda. Nell’ambito dei rapporti commerciali, le aziende dovrebbero anche assicurarsi che i partner commerciali non discriminino. Laddove un partner commerciale discrimini le persone LGBTI, le aziende dovrebbero usare la propria influenza per evitarlo.

Ciò significa guardare oltre la discriminazione per affrontare questioni quali violenza, bullismo, intimidazione, maltrattamenti, istigazione alla violenza o altri abusi perpetrati contro le persone LGBTI, azioni nelle quali una società può essere implicata attraverso i propri prodotti, servizi, o rapporti d’affari. Le aziende dovrebbero inoltre assicurare ai clienti LGBTI l’accesso ai propri prodotti e servizi.

## NELLA COMUNITÀ

### 5 Agire nella sfera pubblica.

Le imprese sono incoraggiate ad utilizzare la propria influenza per contribuire a impedire le violazioni dei diritti umani nei paesi in cui operano. Nel fare ciò, dovrebbero consultarsi con le comunità e le organizzazioni locali per identificare gli approcci costruttivi laddove il contesto normativo e le prassi esistenti violino i diritti umani delle persone LGBTI.

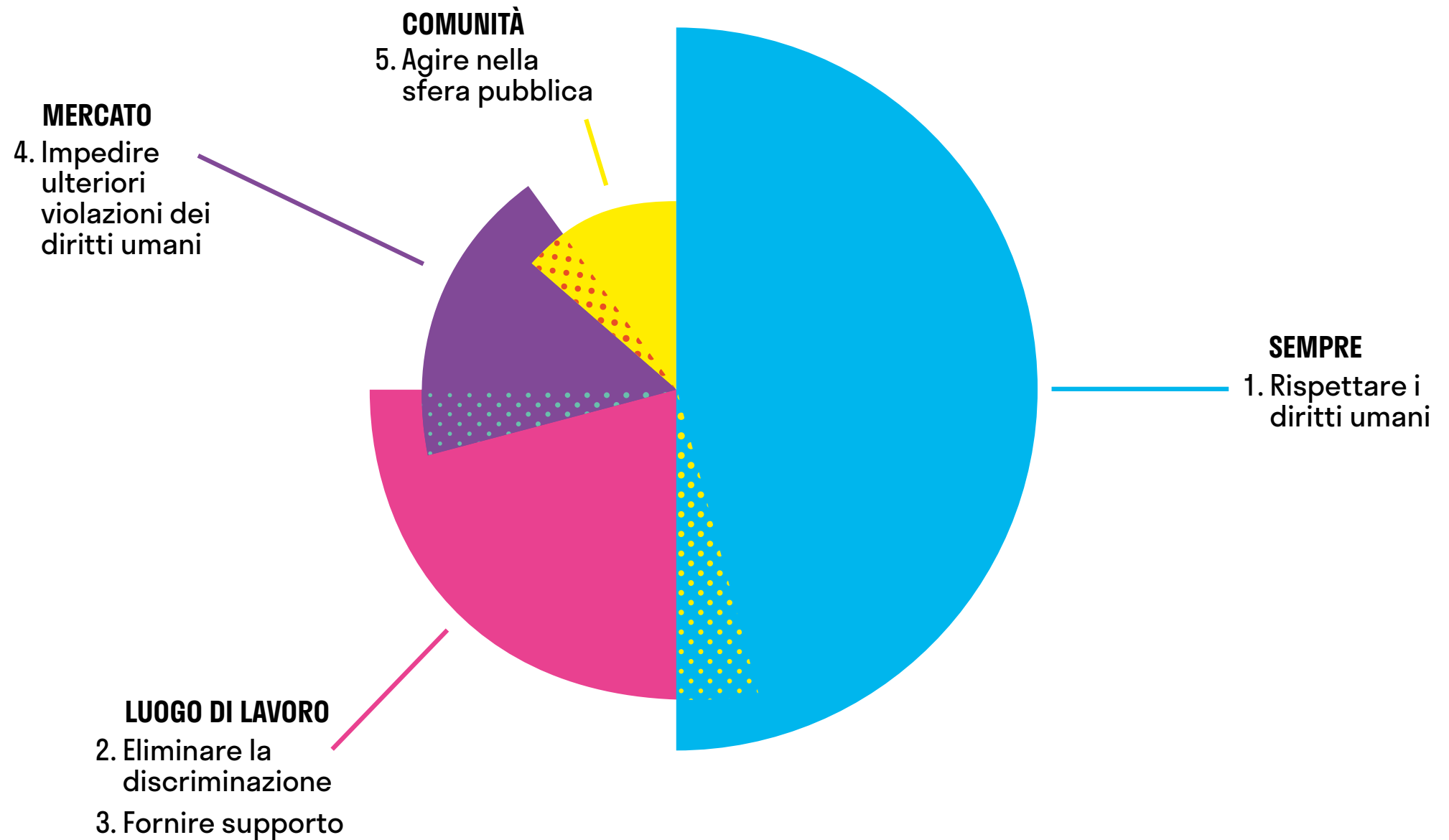
Tali iniziative possono includere il sostegno pubblico, l’azione collettiva, il dialogo sociale, il sostegno finanziario e non, alle organizzazioni che promuovono i diritti delle persone LGBTI e contestano la validità o l’attuazione di azioni governative che si traducono in abusi. Laddove siano stati documentati livelli più significativi di violazione dei diritti umani, compresi i Paesi che adottano leggi e pratiche discriminatorie, le aziende dovranno intraprendere *due diligence* più solide per garantire il rispetto dei diritti delle persone LGBTI.

**Gli Standard sopra descritti hanno lo scopo di fornire una serie di parametri di riferimento per la valutazione del ruolo delle imprese nel contrasto alle discriminazioni e alle connesse violazioni dei diritti umani che colpiscono le persone LGBTI e per promuovere le buone pratiche aziendali.**

**L’Alto Commissariato per i Diritti Umani delle Nazioni Unite incoraggia le aziende ad approvare, utilizzare e fare riferimento a questi Standard e promuoverne l’utilizzo da parte di altri. Incoraggia altresì la società civile e gli altri stakeholder a utilizzare gli Standard come strumento per la valutazione e la comunicazione degli impegni, delle politiche e delle prassi aziendali in relazione ai diritti delle persone LGBTI.**



# I cinque standard di condotta



# Standard di condotta per le imprese

Per contrastare le discriminazioni contro le persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali

## SEMPRE 1 Rispettare i diritti umani

In linea con i Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani e di concerto con i lavoratori, i loro rappresentanti e le organizzazioni LGBTI, nonché con altre parti interessate, le aziende dovrebbero porre in essere politiche e processi adeguati alle loro dimensioni e condizioni per garantire il rispetto dei diritti umani, compresi i diritti delle persone LGBTI:

### **a Impegno politico:**

Le aziende dovrebbero sviluppare politiche per far fronte alle proprie responsabilità quanto a rispetto dei diritti umani, inclusi, espressamente, i diritti delle persone LGBTI.

### **b Due Diligence:**

Le società dovrebbero intraprendere una *due diligence* per identificare, prevenire, mitigare e fornire spiegazioni per qualsiasi ripercussione negativa, reale o potenziale, che abbiano causato o contribuito a determinare o che sia direttamente collegata alle loro attività, prodotti e servizi e relazioni commerciali sul godimento dei diritti umani delle persone LGBTI. La valutazione di tali ripercussioni negative, effettive o potenziali, dovrebbe essere effettuata di concerto con gli stakeholder – comprese, in questo caso, le organizzazioni LGBTI – nei paesi in cui le aziende operano. Le aziende dovrebbero rendere conto di come affrontano qualsiasi ripercussione negativa identificata, reale o potenziale che sia.

### **c Porre rimedio:**

Le aziende dovrebbero tentare di eliminare qualsiasi ripercussione negativa sui diritti umani che possano aver determinato o contribuito a determinare, impegnandosi attivamente in interventi correttivi, anche di concerto con altre procedure legittime, ivi compresa l'istituzione e la partecipazione a procedure per la gestione dei reclami effettivi per le persone o le comunità interessate.

Tali procedure dovrebbero essere legittime, accessibili, prevedibili, eque, trasparenti, compatibili con i diritti, tali da consentire l'apprendimento continuo ed essere basate sull'impegno e sul dialogo. Non dovrebbero essere utilizzate per minare il ruolo dei legittimi sindacati nell'affrontare le controversie di lavoro, né impedire l'accesso a procedure, giudiziarie o stragiudiziali, per la gestione delle controversie.

Le aziende dovrebbero garantire che le procedure per la gestione del contenzioso affrontino questioni di specifico interesse per le persone LGBTI. Un elemento essenziale di una solida procedura di gestione delle vertenze consiste nella tutela dei cd. "whistle-blowers", ossia coloro che segnalano gli illeciti. Le aziende dovrebbero usare la propria influenza per condizionare e modificare le

politiche e le pratiche discriminatorie dei propri partner commerciali o di fornitori che discriminino le persone LGBTI. Laddove tali sforzi non soddisfacessero i relativi Standard, dovrebbero considerare e valutare l'impatto legato all'interruzione dei rapporti commerciali, salvo il caso in cui ciò possa risultare lesivo dei diritti umani.

## SUL LUOGO DI LAVORO

# 2 Eliminare la discriminazione

Le aziende non devono discriminare, in ragione dell'orientamento sessuale, dell'orientamento sessuale, dell'identità di genere, dell'espressione di genere o delle caratteristiche sessuali, tra persone o gruppi, dipendenti potenziali o attuali:

### a Occupazione:

Le aziende dovrebbero assumere personale ed estendere a ciascuno gli stessi benefit, stipendi, opportunità di formazione o promozione indipendentemente da orientamento sessuale, identità di genere, espressione di genere o caratteristiche sessuali, e includere il riferimento alla non discriminazione per tali ragioni nelle offerte di lavoro, la dove ciò sia legalmente possibile. Le aziende dovrebbero adottare misure per garantire che il personale LGBTI si senta pienamente incluso nella forza-lavoro ed evitare che sia costretto a rivelare o a nascondere la propria identità/stato all'interno della forza lavoro.<sup>1</sup> In questo senso, e fondamentale il ruolo degli altri dirigenti e di quelli intermedi nel garantire l'effettivo rispetto delle corrette pratiche di assunzione.

### b Molestie e discriminazione:\*

Le aziende devono adottare azioni concrete per prevenire, proteggere ed eliminare la discriminazione, le molestie (dall'esterno o dall'interno) e la violenza nei confronti delle persone LGBTI.

Le aziende dovrebbero garantire procedure di segnalazione per prevenire e affrontare le molestie e le discriminazioni sui luoghi di lavoro, tutelando, al contempo, da ritorsioni coloro che denunciano tali abusi. Le aziende devono adottare misure per proteggere il personale LGBTI dalle molestie esterne,

\* Alcuni passi concreti che le aziende possono prendere in considerazione includono: analisi della frequenza delle occasioni di viaggio, sviluppo di politiche sul pendolarismo e formazione dei dipendenti sui rischi per la sicurezza. In casi eccezionali, le aziende possono considerare la possibilità di organizzare scorte per accompagnare specifici dipendenti LGBTI.

identificando e affrontando i problemi di sicurezza di concerto con i dipendenti, inclusa la sicurezza del personale che viaggia da e verso il luogo di lavoro e per ragioni lavorative.

### c Consapevolezza della diversità:

Le aziende devono formare il personale – e, in particolare, i dirigenti – per sensibilizzarlo alle problematiche che le persone LGBTI devono affrontare in materia di diritti umani, e assicurarsi che siano consapevoli delle proprie responsabilità nella politica aziendale circa il rispetto e la difesa dei diritti delle persone LGBTI, inclusi i loro colleghi. In particolare, le organizzazioni devono garantire che le politiche e le prassi di ricollocazione per tutto il personale (indipendentemente dall'orientamento sessuale, dall'identità di genere o dalle caratteristiche sessuali) siano connotate dalla consapevolezza di qualsiasi rischio o delle altre possibili compressioni dei diritti delle persone LGBTI.

### d Estendere i benefit:

Le aziende devono offrire gli stessi benefit a partner, coniugi, figli o altre persone a carico dei membri del personale, indipendentemente dal loro orientamento sessuale, dalla loro identità ed espressione di genere o dalle loro caratteristiche sessuali.

### e Rispetto della privacy:

Le aziende devono rispettare e proteggere il diritto alla privacy di chiunque, anche mantenendo riservate e tutelando tutte le informazioni relative all'orientamento sessuale, all'identità di genere, all'espressione di genere o alle caratteristiche sessuali e non rivelando tali informazioni, neppure alle autorità, senza l'espressa autorizzazione dell'interessato. In tal senso, la crittografia dei dati è fondamentale.

Nell'ambito dell'impegno volto a eliminare la discriminazione sui luoghi di lavoro, le aziende devono assicurarsi di garantire i diritti specifici dei lavoratori e delle lavoratrici transessuali e intersessuali. Stati e aziende tendono a non adoperarsi sufficientemente per quanto riguarda queste due componenti della comunità LGBTI.

Le aziende dovrebbero adottare politiche per l'inclusione delle persone trans, incluso il riconoscimento dell'identità di genere del personale, dei clienti e degli altri stakeholder in base all'autoidentificazione della persona, e a prescindere dalla corrispondenza con i documenti ufficiali. Ciò include anche la definizione di politiche che richiedano al personale dell'azienda di rispettare nome, pronomi, parole e genere utilizzati dall'interessato.

Le aziende dovrebbero adottare politiche per supportare e tutelare i diritti del personale in transizione, compresi quelli relativi alla modifica dei registri aziendali e offrire formazione e orientamento a dirigenti e colleghi circa l'identità e l'espressione di genere.

Le aziende dovrebbero garantire che il trattamento chirurgico per l'affermazione di genere e il relativo percorso di sostegno siano coperti da polizze assicurative sanitarie. Altri aspetti importanti dell'inclusione delle persone trans

comprendono l'accesso sicuro e non discriminatorio ai servizi igienici e ad altri spazi suddivisi in base al genere, e codici di abbigliamento non discriminatori. Le aziende dovrebbero adottare politiche per il rispetto dei diritti delle persone intersessuali sul lavoro, anche quanto all'accesso ai servizi personali e agli spogliatoi, ai codici di abbigliamento, all'assistenza sanitaria e alle cure mediche. Altri aspetti importanti dell'inclusione delle persone trans comprendono l'accesso sicuro e non discriminatorio ai bagni e ad altre strutture non miste per persone trans, e codici di abbigliamento non discriminatori. Le aziende dovrebbero adottare politiche per il rispetto dei diritti delle persone intersessuali sul lavoro, anche con riferimento all'accesso ai servizi personali e agli spogliatoi, ai codici di abbigliamento, all'assistenza sanitaria e alle cure mediche.

\* Alcune azioni concrete che le aziende possono prendere in considerazione di compiere includono: analisi della frequenza dei viaggi, sviluppo di politiche sul pendolarismo e formazione dei dipendenti sui rischi per la sicurezza. In casi eccezionali, le aziende possono considerare la possibilità di predisporre una scorta per accompagnare alcuni dipendenti LGBTI.

## 3 Fornire supporto

Oltre alle politiche per eliminare la discriminazione e altre violazioni dei diritti umani, le aziende dovrebbero adottare misure proattive per creare un ambiente positivo e connotato da azioni volte a favorire gli appartenenti alle minoranze all'interno della propria organizzazione, così che i dipendenti LGBTI possano lavorare con dignità. Le aziende dovrebbero sostenere i dipendenti LGBTI nella creazione di propri gruppi informali interni e offrire le stesse opportunità che offrirebbero a qualsiasi altro gruppo per svolgere attività extra-curricolari. Le politiche a favore delle persone LGBTI sono fondamentali, ma perché siano efficaci, le aziende dovrebbero attivarsi a livello concreto così da attrarre e trattenerne il personale LGBTI.

### SUL MERCATO

## 4 Impedire altre violazioni dei diritti umani

Le aziende dovrebbero identificare, prevenire e mitigare altri rischi di violazione dei diritti umani delle persone LGBTI che potrebbero essere specifici di un settore, di un contesto locale o di un insieme di partner e stakeholder. Anche in tale ambito, le aziende dovrebbero fornire ai dipendenti e agli altri stakeholder la possibilità di inoltrare reclami in modo sicuro, tanto tramite un denunciante identificato, quanto in forma anonima.

Violenza, tortura e maltrattamenti nei confronti delle persone LGBTI sono stati documentati anche nelle scuole, nelle strutture sanitarie e negli ospedali, nelle carceri e nell'ambito delle forze dell'ordine o delle operazioni di sicurezza, mentre l'incitamento all'odio e alla violenza è stato documentato nel settore dei media. Tutte le società, in particolare quelle che operano nei settori sopra menzionati o quelle che interagiscono con partner e stakeholder in tali settori, dovrebbero valutare se, attraverso le loro attività o le loro relazioni commerciali, stiano causando o contribuendo a causare violenza, bullismo, intimidazioni, maltrattamenti, incitamento alla violenza o altri abusi nei confronti delle persone LGBTI, e adottare misure concrete per prevenire e mitigare tali rischi. La società dovrebbe usare la propria influenza per impedire gli abusi nei casi in cui, pur non avendoli causati o contribuiti a causare, sia coinvolto un proprio partner commerciale e ciò sia comunque connesso alle proprie attività, prodotti o servizi attraverso un rapporto aziendale. Tuttavia, l'azione appropriata da intraprendere dipenderà da un gamma di fattori tra i quali: il grado di influenza sul soggetto interessato; quanto sia significativa la relazione con l'impresa, la gravità dell'abuso e la valutazione circa le conseguenze negative che l'interruzione della relazione con tale soggetto produrrebbe sui diritti umani.

I dipendenti dovrebbero anche essere ritenuti responsabili nel caso in cui la loro condotta violi i diritti umani altrui. Le aziende non dovrebbero rifiutare prodotti o servizi da parte di persone o gruppi sulla base dell'orientamento sessuale, dell'identità di genere e delle caratteristiche sessuali. Le aziende dovrebbero usare la propria influenza per condizionare il comportamento di fornitori e partner le cui pratiche possano, intenzionalmente o meno, discriminare o violare in altro modo i diritti delle persone LGBTI. In alcuni casi, sarebbe opportuno che le aziende assumessero pubblicamente posizioni di advocacy. Come corollario importante, le aziende dovrebbero supportare attivamente partner e fornitori che offrono alle persone LGBTI e a coloro che le assumono, opportunità, prodotti e servizi con modalità non discriminatoria, anche negli ordinamenti in cui i tali diritti non vengono rispettati.

## NELLA COMUNITÀ

# 5 Agire nella sfera pubblica

Da sole, le aziende non possono trasformare le società in cui operano. Tuttavia, è importante che adottino misure positive e volte a favorire coloro che fanno parte di una minoranza per rispettare e – laddove vi siano le opportunità per farlo – promuovere i diritti umani, usando la loro influenza per difendere i diritti attraverso parole e azioni.



## Sostegno pubblico

Le aziende dovrebbero efficacemente comunicare le proprie politiche in contesti appropriati, di concerto con gli stakeholder locali. Dovrebbero inoltre scambiare le proprie esperienze in questo settore nei contesti appropriati, come il Forum on Business and Human Rights annuale, guidato dall'UN Working Group on Business and Human Rights, con il sostegno dell'Alto Commissariato per i Diritti Umani delle Nazioni Unite.



## Opporsi e ritardare l'implementazione di ordini ingiusti

Le aziende dovrebbero adottare tutte le misure legali disponibili per mettere in discussione, contestare, ritardare e resistere all'attuazione degli ordini del governo che potrebbero comportare violazioni dei diritti umani, comprese quelle verso le persone LGBTI.



## Azione collettiva

Le aziende, insieme ad altre, dovrebbero consultarsi sulle misure appropriate da adottarsi collettivamente per contestare le leggi e le pratiche discriminatorie con le organizzazioni locali che lavorano per promuovere i diritti delle persone LGBTI. Dovrebbero sponsorizzare e collaborare con gruppi locali LGBTI, inclusi centri giovanili, centri comunitari, gruppi di pressione e associazioni di beneficenza.



## Dialogo sociale

Le aziende e le loro organizzazioni dovrebbero impegnarsi nella negoziazione, consultazione e scambio di informazioni su questioni di interesse comune relative ai diritti dei lavoratori LGBTI, con i sindacati a livello settoriale, regionale e nazionale.

# Standard di condotta per le imprese: nota esplicativa

- 1 Questi Standard riflettono le norme internazionali sui diritti umani già esistenti. Hanno lo scopo di porsi quale guida per le aziende – grandi e piccole, pubbliche e private, che operano in uno o più paesi – su come gli standard internazionali esistenti in materia di diritti umani, compresi quelli derivati dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e rispecchiati nei Principi Guida delle Nazioni Unite sulle imprese e i diritti umani, possano essere applicati in relazione ai diritti delle persone LGBTI.
- 2 Questi Standard derivano da diritti umani riconosciuti a livello internazionale ai quali le persone LGBTI hanno diritto in virtù dei trattati internazionali sui diritti umani esistenti. Le aziende hanno la responsabilità di rispettare tutti i diritti umani di tutte le persone e in tutte le circostanze, e dovrebbero adempiere a tutte le loro responsabilità in materia di diritti umani come indicato nei Principi Guida delle Nazioni Unite. Poiché le persone LGBTI subiscono in modo sproporzionato discriminazione, violenza e relative violazioni dei diritti umani, è necessario prestare particolare attenzione al fine di garantire che siano in grado di esercitare i propri diritti.
- 3 Questi standard si applicano a tutte le imprese, indipendentemente da dimensioni, settore, posizione, proprietà e struttura. Mentre le multinazionali e altre società che operano in giurisdizioni in cui la legge è discriminatoria nei confronti delle persone LGBTI si trovano ad affrontare sfide specifiche per adempiere alle proprie responsabilità per il rispetto dei diritti, in ogni regione e in ogni paese del mondo vengono perpetrate violenze e pratiche discriminatorie nei confronti delle persone LGBTI e in tutti i casi si applicano gli standard internazionali.
- 4 Perché gli Standard siano efficaci, ciascun settore industriale dovrà valutare i rischi e le ripercussioni in contesti e in paesi specifici e adattare di conseguenza il proprio approccio all'implementazione. Gli standard descrivono in termini generali il tipo di misure che le aziende dovrebbero prendere in considerazione per allineare le proprie politiche e prassi agli standard internazionali sui diritti umani. Includono anche misure facoltative consigliate per promuovere l'uguaglianza, opportune ove le circostanze ne consentano l'adozione.
- 5 L'applicazione degli Standard dovrebbe essere guidata dagli stakeholder locali. Il rispetto e la comprensione dei parametri locali nell'applicazione di questi standard ridurrà la probabilità che le aziende intraprendano iniziative inefficaci o controproducenti. Ciò può essere ottenuto promuovendo attivamente il coinvolgimento e la titolarità degli stakeholder locali, comprese le organizzazioni LGBTI della società civile.
- 6 Nell'applicare questi Standard, le aziende dovrebbero adottare un approccio variegato e diversificato, tenendo conto delle molteplici difficoltà che le persone lesbiche, gay, bisessuali, trans e intersessuali incontrano in materia di diritti umani. Le persone LGBTI si trovano a dover affrontare problemi relativi ai diritti umani sia di tipo comune che di tipo specifico. In alcuni casi, taluni possono essere specificamente destinatari di violenza, leggi e pratiche discriminatorie. Mentre in molti Paesi tutte le persone LGBTI soffrono a causa della presenza di lacune nel quadro giuridico e dei relativi problemi in fatto di protezione, le persone transessuali e intersessuali, in particolare, si ritrovano spesso prive di tutele a causa della scarsa attenzione di norma rivolta ai loro problemi in materia di diritti umani. Man mano che le aziende elaborano e attuano politiche, dovrebbero tenere conto di queste specificità e della diversità della popolazione LGBTI, che, spesso, richiederà l'adozione di approcci diversificati per ogni segmento della stessa. Le aziende dovrebbero anche tenere conto del fatto che le persone LGBTI possono essere colpite da molteplici forme di discriminazione, tra le quali la discriminazione razziale e la discriminazione basata su sesso, età, etnia, origine indigena, religione, salute, disabilità e condizioni socio-economiche.
- 7 Sebbene le aziende siano incoraggiate a sostenere, appoggiare e fare riferimento a questi Standard nei report sulle proprie azioni volte a rispettare e promuovere i diritti umani, essi non includono un meccanismo per monitorarne l'applicazione. L'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani incoraggia le stesse aziende – nonché i sindacati, le organizzazioni della società civile, le istituzioni accademiche e gli altri stakeholder – a monitorare e valutare i risultati, stabilire parametri di riferimento, identificare e condividere le buone pratiche e a impegnarsi a dialogare sugli ulteriori passi che potrebbero essere intrapresi, in linea con questi Standard.

# Documento preparatorio

## Perché gli standard di condotta?

Questo documento esamina alcune delle sfide che le aziende debbono affrontare, cercando di assumersi le proprie responsabilità e di giocare un ruolo più solido nell'affrontare le discriminazioni contro chi fa parte della comunità LGBTI.

**Negli ultimi dieci anni, in tutto il mondo, è cresciuta la consapevolezza della gravità e dell'entità della violenza e della discriminazione nei confronti delle persone LGBTI. Mettere fine a questi abusi e sempre più al centro del dibattito in molti paesi e alle Nazioni Unite.** Più di un centinaio di Stati membri hanno accolto le raccomandazioni delle Nazioni Unite per riformare la legislazione nazionale e adottare altre misure di tutela dei diritti delle persone LGBTI e, negli ultimi anni, molti hanno varato importanti riforme: dall'abrogazione di leggi penali discriminatorie, alla modifica della legislazione anti-discriminatoria per tutelare le persone LGBTI da un trattamento ingiusto.

**Tuttavia, gli standard di protezione giuridica per i membri della comunità LGBTI variano ancora notevolmente da un paese all'altro.** 73 Stati membri delle Nazioni Unite continuano a criminalizzare le relazioni tra persone dello stesso sesso e molti criminalizzano le persone trans. Se la maggior parte degli Stati membri è priva di una protezione effettiva contro le discriminazioni in ragione dell'orientamento sessuale, ancora meno sono quelli che tutelano i diritti delle persone trans e pochissimi hanno adottato misure per proteggere le persone intersessuali. In un numero molto contenuto di paesi, i governi stanno attivamente perseguendo misure che limiterebbero ulteriormente i diritti delle persone LGBTI, incluso il contenimento dell'attivismo e il divieto di svolgere eventi culturali. Queste forti differenze a livello normativo e nelle prassi pongono particolari problemi per le aziende impegnate a rispettare e sostenere i diritti umani, indipendentemente dal fatto che tali società operino in un ordinamento, con partner internazionali o in più ordinamenti.

**Anche in paesi con quadri normativi più progressisti, uno stigma profondamente radicato e stereotipi negativi perpetuano la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI, anche sul luogo di lavoro, sul mercato e nella comunità.** Al di là delle riforme legislative, per raggiungere l'accettazione sociale e l'uguaglianza è necessario l'impegno di tutta la comunità, incluso – ed è della massima importanza – il settore delle aziende.



**Mentre i governi hanno l'obbligo primario di rispettare, proteggere e garantire i diritti umani, anche le aziende hanno una responsabilità indipendente e complementare in tal senso nell'ambito delle proprie attività e relazioni commerciali.** La Dichiarazione Universale dei Diritti Umani<sup>4</sup> afferma esplicitamente che “ogni individuo e ogni organismo della società” deve impegnarsi a promuovere il rispetto dei diritti umani. Il contrasto alla discriminazione non è competenza esclusiva dello Stato: in quanto organismi della società, le aziende hanno sia la responsabilità di rispettare i diritti umani, sia un'enorme potenza economica e capacità di influenza grazie alle quali è possibile determinare cambiamenti positivi.

In questo documento i termini lesbica, gay, bisessuale (o bi) sono usati per chi abbia un'attrazione per persone dello stesso sesso; transgender (o trans) è usato per indicare persone la cui identità di genere differisce dal sesso assegnato alla nascita e intersessuale è usato per indicare coloro le cui caratteristiche sessuali corrispondono a quanto, tipicamente e con un codice binario, viene abbinato a corpi maschili o femminili. Per quanto si tratti di termini ampiamente diffusi, in diverse regioni e/o culture possono essere utilizzate parole differenti.

### Standard di condotta per le aziende I progressi dalla Dichiarazione dei Diritti Umani

- 1948 ● Dichiarazione Universale dei Diritti Umani “Tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti”
- 2000 ● Patto Mondiale delle Nazioni Unite
- 2011 ● Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e Diritti Umani
- 2017 ● Standard di Condotta per le imprese contro la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI

La Dichiarazione Universale dei Diritti Umani è stata adottata nel 1948 e oggi costituisce un elemento-chiave del diritto internazionale concernente i diritti umani. Dall'entrata in vigore della Dichiarazione, gli Stati membri hanno adottato due importanti accordi (sui diritti civili e politici e sui diritti economici, sociali e culturali), nonché una serie di convenzioni che tutelano i diritti umani in casi e circostanze specifici.

Nel 2000, è stato reso pubblico il Patto Mondiale delle Nazioni Unite, che indicava nove principi ai quali le imprese avrebbero dovuto attenersi (successivamente è stato aggiunto un decimo principio), tra cui i diritti umani, i diritti del lavoro, la protezione dell'ambiente e il contrasto alla corruzione.

Nel 2005, John Ruggie è stato nominato UN Secretary General's Special Representative on Human Rights and Transnational Corporations and other Business Enterprises.

Nel 2011, il Consiglio per i Diritti Umani delle Nazioni Unite ha approvato i Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani. I Principi Guida hanno creato il quadro Proteggi-Rispetta-Rimedia, in base al quale lo Stato ha l'obbligo di tutelare i diritti umani; le aziende hanno la responsabilità di rispettare i diritti umani; e l'accesso al rimedio è essenziale in caso di violazione dei diritti.

## Principi guida delle Nazioni Unite sulle imprese e i diritti umani: implicazioni per le aziende

I Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani<sup>5</sup>, approvati dal Consiglio per i Diritti Umani delle Nazioni Unite nel giugno 2011, costituiscono lo standard globale per prevenire e affrontare il rischio di ripercussioni negative sui diritti umani legate all'attività economica. Offrono alle aziende un quadro per comprendere meglio le loro responsabilità in materia di diritti umani, compresa la responsabilità di prevenire e mitigare i danni ai diritti umani dovuti alle ripercussioni negative determinate dalle loro attività. La responsabilità del rispetto dei diritti umani costituisce uno standard globale di condotta previsto per tutte le imprese, ovunque operino e qualunque sia la loro dimensione, proprietà, struttura o settore industriale.

**Secondo i Principi Guida delle Nazioni Unite, la responsabilità del rispetto dei diritti comporta una serie di implicazioni. Le aziende dovrebbero:**

- Predisporre una *policy*<sup>6</sup> in materia di diritti umani basata su competenze interne ed esterne, che dovrebbe riflettersi nelle politiche e nelle procedure operative. Dovrebbe essere disponibile al pubblico, approvata al livello più alto e fare riferimento alle aspettative sui diritti umani del personale e dei partner commerciali;
- Condurre una *due diligence* sui diritti umani:
  - Per identificare le ripercussioni negative, effettive e potenziali, sui diritti umani
  - Per integrare i risultati nelle funzioni e nei processi interni in cui rilevano

- Per utilizzare la propria influenza nelle relazioni commerciali, così da ridurre i rischi cui sono soggetti i diritti umani
- Per monitorare l'efficacia delle risposte alle ripercussioni negative sui diritti umani
- Per rendere conto di come l'azienda affronta l'impatto che essa stessa genera sui diritti umani
- Per intraprendere azioni correttive al fine di mitigare o eliminare le ripercussioni negative che ha causato o alle quali ha contribuito, e
- Per dar vita a processi e procedure interni noti a tutto il personale, ivi inclusi incentivi per promuovere condotte appropriate e che disincentivano l'adozione di misure che potrebbero ledere i diritti umani;
- Adoperarsi per o collaborare alla riparazione tramite procedure legittime laddove abbiano determinato, o contribuito a determinare, ripercussioni negative sui diritti umani;
- Implementare o prendere parte a livello operativo a efficaci procedure di reclamo, così che i contenziosi possano essere affrontati anticipatamente e le parti interessate possano accedere direttamente a una forma di riparazione<sup>7</sup>;
- Sviluppare meccanismi a livello operativo basati sul coinvolgimento e sul dialogo con le parti e le comunità interessate. Le aziende che desiderassero comprendere meglio il proprio impatto potenziale sulle persone LGBTI potrebbero iniziare imparando a conoscere la loro situazione nei paesi in cui svolgono le proprie attività commerciali.

### **La responsabilità aziendale corrisponde al rispetto di un obbligo giuridico?**

I Principi Guida delle Nazioni Unite non costituiscono uno strumento internazionale che crea obblighi giuridici per le aziende. Ai sensi dei Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani, il dovere delle imprese di rispettare i diritti umani corrisponde ad una norma di condotta attesa che si basa sul diritto e sulle convenzioni internazionali esistenti. Tuttavia, ciò non significa che il dovere dell'azienda di rispettare i diritti umani non sia correlato ad obblighi giuridici. Il dovere di rispettare i diritti umani può riflettersi nel diritto nazionale che regola le attività commerciali o nelle clausole contrattuali vincolanti tra le aziende, i loro clienti – aziendali e privati – e i fornitori, che può, quindi, essere fatto valere in sede giudiziaria. In determinate circostanze, le società possono anche essere soggette a obblighi ai sensi del diritto internazionale umanitario e del diritto penale internazionale.

**Le aziende che desiderassero comprendere meglio il proprio impatto potenziale sulle persone LGBTI potrebbero iniziare imparando a conoscere la loro situazione nei paesi in cui svolgono le proprie attività commerciali.<sup>8</sup>**

Inoltre, le aziende dovrebbero controllare le proprie politiche antidiscriminatorie per verificare che le persone LGBTI siano specificamente incluse. In particolare, le società che dispongono di politiche antidiscriminatorie e che operano nell'ambito di più ordinamenti – compresi quelli in cui la legge non offre alcuna tutela alle persone LGBTI – dovrebbero estendere tale tutela a tutte le loro attività. Tali politiche dovrebbero essere globali ed estendersi a tutti le sedi e tutti i dipendenti in tutto il mondo, indipendentemente dal paese in cui viene svolta l'attività.

**In senso stretto, questo approccio richiede una rigorosa adesione al principio del “non fare del male”.** Significa garantire che la condotta della società, inclusa la gestione dei propri rapporti commerciali, non violi il godimento dei diritti umani da parte di chicchessia. Il rispetto dei diritti umani sortisce un impatto positivo significativo anche sulla vita delle persone e sulle comunità, offrendo un contributo importante al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

**Oltre ad impegnarsi a far fronte tanto alle proprie responsabilità quanto al rispetto dei diritti umani mediante un impegno politico, le imprese dovrebbero implementare una procedura per lo svolgimento di una *due diligence* in materia.** Tale procedura consentirà alle imprese di identificare, prevenire, mitigare e rendere conto di come affrontano l'effetto della propria attività sui diritti umani. Laddove vengano identificate discriminazioni e altre violazioni dei diritti umani, le imprese dovrebbero garantire l'accesso a soluzioni efficaci o cooperare nell'ambito di procedure di riparazione legali. I Principi Guida delle Nazioni Unite chiariscono<sup>9</sup> che, in qualsiasi contesto, il dovere delle imprese di rispettare i diritti umani esiste indipendentemente dalla volontà o dalla capacità degli Stati di adempiere ai propri obblighi in materia di diritti umani e non riduce tali obblighi. Le azioni che devono essere intraprese dagli Stati e dalle imprese sono distinte ma complementari.

**Oltre ad impegnarsi ad adempiere al proprio dovere di rispettare i diritti umani, le aziende dispongono anche di importanti opportunità per sostenere i diritti umani – compresi i diritti delle persone LGBTI – nei paesi in cui operano.** Il ruolo che le aziende possono svolgere e gli approcci che potrebbero essere implementati varieranno a seconda del contesto sociale e giuridico. Ma in tutte le parti del mondo, indipendentemente dalle leggi locali e dalle dinamiche politiche, ci sono azioni che le aziende possono intraprendere per promuovere l'inclusione e l'empowerment delle persone LGBTI, proteggerle da un trattamento ingiusto e contrastare le pratiche discriminatorie sul luogo di lavoro, sul mercato e nella comunità. Le aziende possono dare un contributo vitale alla riduzione dei livelli di stigmatizzazione e di pregiudizio nei confronti di dipendenti, clienti e comunità LGBTI.



# Le motivazioni economiche e commerciali per contrastare la discriminazione LGBTI

Le aziende hanno il dovere di rispettare i diritti umani, indipendentemente dai benefici o dai costi economici percepiti o effettivi che ciò comporta. Come le aziende devono conformarsi alle normative in materia di salute e sicurezza, alle norme di protezione ambientale e sui salari minimi, allo stesso modo devono aderire alle norme internazionali sui diritti umani, anche se ciò implica dei costi. Come afferma la International Labour Organization's Social Justice Declaration del 2008: "la violazione dei principi e dei diritti fondamentali sul lavoro non può essere invocata o altrimenti utilizzata come un legittimo vantaggio competitivo".<sup>12</sup>

Ma, oltre a ciò, esiste anche una ragione economica e commerciale per l'inclusione, che va a tutto sostegno dei diritti umani. La discriminazione, anche nei confronti delle persone LGBTI, influisce sulla produttività e mina lo sviluppo sociale ed economico, con conseguenze negative sia per le aziende che per le comunità. Comporta anche la perdita di quote di mercato. In numerosi studi, la diversità e l'inclusione risultano associate al successo aziendale.<sup>13</sup>

## COSTI MACRO-ECONOMICI

Ogni discriminazione nei confronti di specifici gruppi di persone comporta un costo elevato: riduce il pool dei talenti, soffoca i mercati e agisce da freno per la crescita economica. Uno studio del 2015, realizzato dalla Banca Mondiale e incentrato sull'India, ha rilevato che la discriminazione nei confronti della comunità LGBTI del paese è costata all'India fino all'1,7% del prodotto interno lordo potenziale: l'equivalente di 32 miliardi di dollari. Nel 2017, UNAIDS ha pubblicato uno studio che stima il costo a livello mondiale in 100 miliardi l'anno.<sup>14</sup> Il Williams Institute ha riscontrato una correlazione positiva tra il PIL pro capite e i diritti delle persone LGBTI.<sup>15</sup>

## COSTI SOCIETARI

- Assunzione del personale. Quando i datori di lavoro si lasciano sfuggire talenti in ragione di caratteristiche irrilevanti per il lavoro – come l'orientamento sessuale, l'identità di genere e i caratteri sessuali – le imprese si ritrovano con una forza lavoro meno ottimale, minando la propria capacità di avere successo. Un recente studio americano ha scoperto che le donne il cui curriculum faceva trapelare fossero LGBTI hanno ricevuto circa il 30% in meno di contatti.<sup>16</sup>
- Mantenimento del personale. La discriminazione costringe i dipendenti LGBTI, pur qualificati, a licenziarsi, generando così inutili costi di turnover e determinando un'emorragia di talenti. Negli Stati Uniti, i dipendenti LGBTI "non dichiarati" che si sentono isolati sul lavoro presentano il 73% di probabilità di licenziarsi in più rispetto ai dipendenti "dichiarati".<sup>17</sup>
- Prestazioni lavorative. La discriminazione e il pregiudizio sul luogo di lavoro compromettono la produttività, contribuiscono all'assenteismo e riducono la motivazione, l'imprenditorialità e la lealtà aziendale. Negli Stati Uniti, nell'ambito di uno studio, il 27% dei dipendenti LGBTI "non dichiarati" ha affermato che nascondere la propria identità sul lavoro li aveva trattenuti dal parlare o dal condividere un'idea.<sup>18</sup> Studi hanno dimostrato che il coinvolgimento completo dei dipendenti – non solo quello del personale LGBTI – migliora quando i luoghi di lavoro vengono percepiti come inclusivi.

## IL "DIVIDENDO DI DIVERSITÀ"

L'analisi condotta dalla Harvard Business Review mostra che le aziende con un elevato livello di diversità ottengono risultati migliori. Negli Stati Uniti, i dipendenti di aziende a più alto tasso di diversità avevano il 45% di probabilità in più di riferire che la quota di mercato della propria azienda era cresciuta rispetto all'anno precedente e il 70% di probabilità in più di segnalare che l'impresa era entrata in un nuovo mercato. Un recente studio del Credit Suisse ha anche dimostrato che le aziende che hanno abbracciato i dipendenti LGBTI hanno registrato prestazioni migliori in termini di rendimento medio del capitale proprio, ritorno sugli investimenti in termini di flusso di cassa, e un aumento degli utili.<sup>19</sup>

## IL POTERE D'ACQUISTO DELLA COMUNITÀ LGBTI E DEGLI ALLEATI

Nel 2015, il potere di spesa globale del segmento dei consumatori LGBTI è stato stimato in 3,7 trilioni di dollari statunitensi all'anno, escluso il potere d'acquisto di amici e famiglie di persone LGBTI che costituiscono la comunità alleata.<sup>20</sup> Nel 2007, un sondaggio nazionale condotto sugli adulti statunitensi ha rivelato che l'88% degli adulti che si auto-identificavano quali gay e lesbiche era propenso a prendere in considerazione marchi noti per l'offerta a tutti i propri dipendenti degli stessi vantaggi sul posto di lavoro; il 77% era propenso a prendere in considerazione marchi che supportano organizzazioni no profit o cause importanti per la comunità LGBTI, e il 58% era propenso ad acquistare prodotti – compresi alimenti e bevande – e servizi da aziende che vendono direttamente a loro.<sup>21</sup> La tendenza delle preferenze dei consumatori LGBTI è andata sempre aumentando e ha anche incrementato la preferenza di brand tra gli alleati LGBTI. Nel 2011, il sondaggio ha rivelato che l'87% (un aumento del 10% dal 2007) degli adulti LGBTI statunitensi era propenso a prendere in considerazione marchi che supportano organizzazioni no profit o cause importanti per la comunità LGBTI e che il 75% degli adulti eterosessuali era propenso a prendere in considerazione un marchio noto per il fatto di offrire gli stessi vantaggi sul posto di lavoro a tutti i propri dipendenti.<sup>22</sup>

# Luogo di lavoro, mercato, comunità: sfide e opportunità

Sul posto di lavoro, nel mercato e nella comunità le imprese solitamente interagiscono con una varietà di stakeholder circa i problemi delle persone LGBTI e intersessuali, tra i quali lavoratori e sindacati sul luogo di lavoro, clienti, fornitori e azionisti sul mercato, e società civile, governi e legislatori nella comunità. In questo capitolo, vengono esaminate le sfide e le opportunità legate al coinvolgimento di questi diversi stakeholder.



Il punto di partenza degli attuali Standard di Condotta e il dovere che le aziende hanno già, ai sensi dei Principi Guida delle Nazioni Unite, di non contribuire a generare impatti negativi sui diritti umani, compresi i diritti delle persone LGBTI. Questo rappresenta lo standard minimo a cui tutte le aziende devono conformarsi, che si estende al non discriminare o al non determinare in altro modo – come al non contribuire a determinare – violazioni dei diritti umani nei confronti di qualsiasi individuo sulla base del suo orientamento sessuale, della sua identità di genere e delle sue caratteristiche sessuali. Gli impegni assunti in tal senso dovrebbero essere accompagnati da azioni atte a garantire che i cambiamenti nella politica si traducano in cambiamenti nella pratica.

Il Center for Talent Innovation ha proposto tre modelli<sup>23</sup> per descrivere i modi in cui le aziende interagiscono con i diversi stakeholder al fine di proteggere i propri lavoratori e contribuire alle comunità locali LGBTI in diversi ambienti giuridici e culturali. Questi modelli si applicano allo stesso modo tanto alle aziende nazionali quanto a quelle internazionali:

### Approccio “When in Rome”

Consente a un’azienda di creare delle eccezioni a determinate politiche aziendali pro-LGBTI globali, tenendo conto delle condizioni locali. Essendo trasparenti su queste eccezioni e consentendo ai singoli dipendenti di “rinunciare” a determinati incarichi, le aziende segnalano la loro vigilanza per conto dei dipendenti.

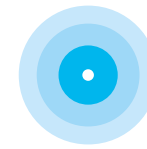
Ad esempio, una società ICT e uno studio legale internazionale consentono ai dipendenti LGBTI di rifiutare, senza ripercussioni negative sulla carriera, incarichi in determinati paesi in cui potrebbero correre dei rischi. Sebbene questo approccio possa proteggere alcuni membri del personale internazionale dal rischio di abusi, fa ben poco per i diritti del personale LGBTI locale e quelli di altre persone LGBTI sulle quali l’azienda potrebbe avere un impatto nei paesi interessati e nulla per modificare i modelli discriminatori più generali in essere in tali contesti.

In alcune situazioni, potrebbe persino contribuire a perpetuare la discriminazione e impedire di adempiere al dovere di evitare di violare i diritti umani e di gestire le ripercussioni negative sui diritti umani, dovere che esiste in capo all’azienda secondo quanto stabilito nei Principi Guida delle Nazioni Unite.

### Approccio “Embassy”

Fa rispettare le politiche aziendali indipendentemente dal contesto locale, creando spazi sicuri negli ordinamenti in cui i diritti delle persone LGBTI non vengono rispettati o tutelati, contribuendo probabilmente a promuovere una maggiore tolleranza tra il personale locale. Una grande società finanziaria, ad esempio, applica politiche anti-discriminatorie globali ovunque abbia sedi, alzando efficacemente l’asticella negli ordinamenti in cui tali tutele non sono previste dal diritto nazionale.

Va notato che, con l’approccio “Embassy”, i dipendenti sono generalmente protetti solo all’interno del luogo di lavoro.



### Approccio “Advocate”

Tenta di influenzare le normative locali sul lavoro e altre leggi locali che riguardano le persone LGBTI al fine di rafforzare le tutele legali e contribuire a creare un ambiente più accogliente per i lavoratori LGBTI nel paese interessato. Questo sostegno non deve essere necessariamente pubblico ed esibito, potendo essere portato avanti tramite interlocuzioni private e attraverso una diplomazia silenziosa. Molti governi potrebbero essere meno disposti a modificare le leggi o le prassi esistenti ove dovesse sembrare che lo stiano facendo in risposta a pressioni esterne.

Un’azienda può utilizzare tutti e tre i modelli contemporaneamente, a seconda delle condizioni locali prevalenti negli ordinamenti in cui opera, tenendo presente che, in ogni dato contesto, le attitudini giuridiche e sociali nei confronti di lesbiche, gay, bisessuali, trans e persone intersessuali non sono uniformi.<sup>24</sup> Ad esempio, una società potrebbe adottare una posizione di “Embassy” in un luogo che è giuridicamente accogliente ma culturalmente ostile alle persone LGBTI, spingendo, allo stesso tempo, più energicamente per i diritti delle persone LGBTI in un altro luogo in cui la legge e le norme sono arretrate.

La virtù di un approccio adattabile e la flessibilità.

Il rischio e l’incoerenza, che può compromettere le politiche globali e, in alcuni casi, perpetuare la discriminazione e non essere all’altezza del dovere aziendale di rispettare i diritti umani come sancito dai Principi Guida delle Nazioni Unite e dagli Standard di Condotta e, eventualmente, anche delle responsabilità legali/contrattuali, a seconda del contesto. Ad esempio, una società che ha preso una posizione forte nei confronti di una legge dello stato americano della Carolina del Nord che rifiuta di tutelare le persone LGBTI dalla discriminazione e stata tacciata di ipocrisia perché opera anche in Malesia, dove le persone omosessuali e trans sono criminalizzate. Un altro rischio è quello di nascondersi dietro una politica di “Embassy” senza alcun programma di formazione attiva, di implementazione o esecuzione. Tali rischi dovrebbero essere esaminati e analizzati nell’ambito di qualsiasi procedura di *due diligence* sui diritti umani, e dovrebbero altresì essere adottate le misure più appropriate per eliminare o mitigare il danno.

Un’azienda può avere delle buone ragioni per non optare per un modello di “Advocacy” (come la sicurezza del proprio personale) e, in alcune società, la diplomazia silenziosa e il sostegno alla diversità e all’inclusione in generale possono produrre risultati più efficaci delle dichiarazioni pubbliche.

Laddove vi si faccia ricorso, il sostegno pubblico – che dovrebbe sempre essere sviluppato di concerto con la società civile locale – non deve necessariamente essere critico nei confronti delle autorità; può semplicemente sostenere iniziative positive che migliorano la tutela e la promozione dei diritti umani, sollecitando, al contempo, ulteriori passi.

Nonostante la necessità di un certo grado di flessibilità nell’approccio che le aziende adottano nei diversi paesi, queste devono soddisfare lo standard minimo che consiste nel non violare i diritti umani e nel porre rimedio alle ripercussioni negative che loro stesse determinano sui diritti umani – e l’obiettivo dovrebbe essere quello di generare miglioramenti ovunque si operi.

In definitiva, i diritti umani sono universali, indivisibili, inalienabili, interdipendenti, correlati e complementari e la creazione di eccezioni per determinati diritti o gruppi di persone in contesti particolari rischia di indebolire i diritti umani e, laddove possibile, dovrebbe essere evitata. “When in Rome” può rivestire un’utilità pragmatica come ultima risorsa, ma rischia di legittimare e rafforzare l’ingiustizia e la discriminazione e, in alcuni casi, potrebbe non soddisfare gli standard internazionali e altri obblighi giuridici/contrattuali. Laddove sia applicato, la società dovrebbe, quantomeno, assicurarsi di non star causando o contribuendo a causare violazioni dei diritti umani, anche nei confronti di dipendenti LGBTI e di altre persone LGBTI e dovrebbero essere messe in atto misure di tutela/riparazione per gestire eventuali ripercussioni negative determinate dall’azienda o che questa abbia contribuito a determinare.

Nell’applicare questi tre modelli ai contesti specifici in cui operano, le aziende devono essere consapevoli delle difficoltà che riguardano ciascun stakeholder e degli approcci pratici a loro disposizione.

La sezione seguente esamina come le aziende possono adempiere ai propri doveri nei confronti delle persone LGBTI e supportarne i diritti, coinvolgendo sette categorie di stakeholder: lavoratori e loro rappresentanti, clienti, fornitori, azionisti, comunità, sindacati, governi e legislatori. Sebbene tali stakeholder siano correlati tra loro, questo documento tratta ciascuna categoria separatamente. Ogni sottosezione evidenzia le difficoltà e i potenziali benefici derivanti dal coinvolgimento di ciascuna categoria di stakeholder e alcuni approcci pratici.

# Sul luogo di lavoro



## PERSONALE

**L’ampliamento delle politiche e delle pratiche inclusive sui luoghi di lavoro e la garanzia della sicurezza dei lavoratori LGBTI e dei loro rappresentanti possono mettere le imprese dinanzi ad una serie di difficoltà di carattere giuridico, culturale e organizzativo.**

Potrebbero esserci specifiche implicazioni legali nei paesi in cui le relazioni omosessuali, le persone trans e/o il dibattito pubblico sull’orientamento sessuale o l’identità di genere sono perseguibili penalmente. Inoltre, le aziende devono muoversi all’interno di diversi ambienti culturali e aziendali e gestirli.

In molti paesi, ad esempio, i dipendenti lesbiche, gay, bisessuali che hanno una relazione omosessuale e trans possono essere esposti a un maggiore rischio di subire un’azione penale. Se ciò costituisce un rischio per qualsiasi azienda, ulteriori elementi di complessità sono per i settori fortemente regolamentati presenti. Nei servizi finanziari, ad esempio, i termini del contratto di lavoro possono prevedere che la condanna penale comporti la cessazione del rapporto di lavoro. Inoltre, la violenza sistemica e la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI possono avere ripercussioni negative sulla loro salute, sulle loro opportunità formative e in ambito professionale. Sebbene si tratti di un problema globale, le aziende potrebbero e dovrebbero svolgere un ruolo proattivo nel contribuire ad affrontare simili disparità strutturali.

Quando si adoperano per allineare le proprie pratiche e le proprie politiche operative agli standard internazionali sui diritti umani, le aziende devono considerare attentamente il contesto locale. Ciò significa prendere in considerazione anche la potenziale mancanza di tutela legale contro le discriminazioni e le molestie sul luogo di lavoro e al di fuori, la mancanza di riconoscimento giuridico dell’identità di genere delle persone trans (o le limitazioni onerose e abusive) e la mancanza del riconoscimento giuridico delle coppie omosessuali e dei loro doveri genitoriali. Altri fattori includono le restrizioni alla libertà di parola o di associazione, il rischio di violenza motivata dall’odio, il rischio del rifiuto da parte dei genitori o della famiglia e l’impatto sui dipendenti in un ambiente sociale ostile.



## Approcci pratici

**Il primo passo per affrontare le preoccupazioni relative al personale è costituito da un’efficace policy aziendale su diversità e inclusione che stabilisca gli specifici risultati desiderati e stabilisca un quadro per determinare se tali risultati siano stati raggiunti. Una policy efficace dovrebbe articolare l’impegno dell’azienda per quanto**

concerne diversità e inclusione e fare riferimento in modo chiaro e specifico all’orientamento sessuale, all’identità e all’espressione di genere e alle caratteristiche sessuali/condizione intersessuale. Dovrebbe illustrare le responsabilità dell’azienda e dei dipendenti, nonché le conseguenze previste in caso di violazione della policy.

**Il passo successivo consiste nel garantire il consenso dei principali stakeholder interni, compresi dipendenti, sindacati e management, insieme alla sponsorizzazione e all'impegno per sviluppare la strategia di diversità e inclusione.** Alcune aziende hanno persino codificato questa responsabilità nel quadro dei bonus e dei risultati dell'alta dirigenza. Un altro passo è quello di disporre di una strategia di implementazione a livello globale, tenendo presente che molte aziende si stanno espandendo in mercati in cui i concetti di parità dei diritti e trattamento equo delle persone LGBTI potrebbero non essere ben istituzionalizzati o essere percepiti come una minaccia nei confronti della cultura e delle credenze locali. È fondamentale che le aziende interagiscano con gli stakeholder, in particolare con quelli locali, per comprendere meglio il contesto.

**Si suggerisce di creare una rete di sostegno per i dipendenti LGBTI a livello globale, anche se in alcuni contesti nazionali può esistere solo come rete virtuale (a causa di legittime preoccupazioni per la privacy e la sicurezza dei lavoratori interessati e dei loro rappresentanti).**

**Il monitoraggio e la conservazione di questi sforzi a favore della diversità e l'inclusione sono cruciali.** L'alta dirigenza e/o il consiglio di amministrazione dovrebbero

ricevere relazioni periodiche sui progressi compiuti. Un funzionario di alto livello dovrebbe supervisionare e coordinare le iniziative relative alla diversità e all'inclusione e garantire che venga svolta un'attività formativa regolare sui temi della diversità e dell'inclusione. Infine, le aziende dovrebbero adottare misure proattive per promuovere un pool di candidati diversificato per posizioni dirigenziali e all'interno del consiglio di amministrazione.

Questi interventi relativi ad assunzioni e promozioni non dovrebbero limitarsi all'alta dirigenza. Per affrontare i problemi della discriminazione strutturale e della violenza nei confronti delle persone LGBTI, le aziende possono adottare misure proattive per contribuire a combattere le disuguaglianze che queste debbono affrontare, compresi interventi mirati di sensibilizzazione e programmi specifici di formazione e assunzione, in particolare per i membri più emarginati delle comunità LGBTI.

In diversi paesi, le organizzazioni LGBTI hanno prodotto alcune guide rivolte ai datori di lavoro circa le politiche e le pratiche inclusive sul luogo di lavoro. Materiali di HRC, Stonewall, Community Business, Workplace Pride o ACON forniscono strategie concrete e best practice per assumere, includere, sviluppare, conservare, coinvolgere e motivare una forza lavoro diversificata.<sup>25</sup>



## SINDACATI

**Nella loro attività di contrasto alla discriminazione, molte aziende hanno trovato degli alleati naturali nei sindacati.<sup>26</sup>**

Nell'Irlanda del Nord, ad esempio, i sindacati hanno svolto un ruolo positivo nel colmare le divisioni religiose o settarie. Analogamente, i sindacati possono dare un contributo importante alla lotta contro la discriminazione, dal momento che esiste un naturale allineamento tra il loro obiettivo di un trattamento equo dei lavoratori e dei loro rappresentanti e la conformità dell'azienda ai più elevati standard internazionali.

Già nel 1981, la Canadian Union of Postal Workers (CUPW) divenne il primo sindacato canadese a prendere parte ad un accordo collettivo che proibiva la discriminazione sulla base dell'orientamento sessuale. Seguendo l'esempio del CUPW, altri sindacati hanno presto aggiunto la non discriminazione come priorità nell'ambito della contrattazione e, nel 1985, un sindacato che rappresentava gli impiegati delle biblioteche riuscì ad ottenere benefici per i partner conviventi per i suoi membri.

Negli anni '80, le alleanze tra attivisti gay e lesbiche e i sindacati minerari britannici hanno avuto un ruolo nell'ampliamento del sostegno alla comunità gay e

lesbica nel Regno Unito. Si ricordano in particolare la partecipazione dei gruppi di lavoro dei minatori a varie marce ed eventi dell'orgoglio gay e l'adozione di una risoluzione senza precedenti in occasione della Conferenza del Partito Laburista del 1985 che impegnava il partito laburista a sostenere la parità di diritti per i membri della comunità gay e lesbica.<sup>27</sup> Gruppi di minatori erano anche tra gli alleati più espliciti della comunità gay e lesbica del Regno Unito nella campagna del 1988 contro la Section 28 del Local Government Act, che limitava la cosiddetta "promozione" dell'omosessualità da parte delle autorità locali.

Laddove i sindacati sono costituiti in modo indipendente e in grado di operare liberamente, tali alleanze possono essere utili a tutti gli interessati e creare sinergie nel contribuire al mutamento sociale nei Paesi, nelle industrie e tra i lavoratori.



## Approcci pratici

Come punto di partenza, le aziende possono supportare i sindacati e coordinarsi con i loro sforzi per sviluppare politiche sindacali specifiche al fine di combattere la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI. Le politiche sindacali possono creare un clima positivo e aumentare la visibilità delle questioni LGBTI. In quanto datori di lavoro loro stessi, i sindacati dovrebbero porsi quale modello adottando politiche esplicite volte a garantire pari diritti, benefici e programmi assistenziali per i propri lavoratori LGBTI e i loro rappresentanti. Dovrebbero inoltre sostenere gli sforzi dei membri LGBTI del sindacato per incontrarsi e organizzarsi e fornire risorse per la divulgazione, il networking e le conferenze su temi LGBTI.

I sindacati hanno anche la possibilità di interagire con l'intera comunità LGBTI. Ciò può tradursi in un impegno pubblico da parte del sindacato e in un lavoro congiunto con le organizzazioni della società civile LGBTI in occasione di eventi LGBTI. Quando il sindacato britannico UNISON sponsorizzò per la prima volta la London Pride March, incontrò una significativa opposizione per l'esborso di denaro destinato a quella che alcuni ritenevano un'attività irrilevante. Tuttavia, l'impegno visibile del sindacato venne ben accolto dai membri ed ebbe un impatto positivo su altre organizzazioni sindacali.

I datori di lavoro devono collaborare con i sindacati allo sviluppo di piani d'azione globali per la parità dei diritti. Elemento centrale dovrebbe essere la presenza di una dichiarazione sulle pari opportunità con specifico riferimento all'orientamento sessuale, all'identità di genere, all'espressione di genere e alle caratteristiche sessuali nell'ambito delle politiche aziendali.

I sindacati dovrebbero negoziare una guida sull'implementazione dei piani, lasciando il meno possibile alla mentalità e al giudizio dei singoli dirigenti. I piani devono includere campagne di informazione e monitoraggio dell'implementazione.

Un esempio di questo tipo di impegno si ritrova nel modo in cui la Confederazione Generale Italiana del Lavoro, un grande sindacato italiano, ha promosso l'introduzione nelle imprese italiane di codici di condotta che proteggono le persone dalla discriminazione e offrono loro strumenti di ricorso nei casi in cui le discriminazioni abbiano comunque luogo. In Emilia Romagna, il sindacato ha stretto un accordo con l'Arcigay, un'organizzazione LGBTI non governativa, volto a cambiare la percezione delle persone LGBTI tra i membri del sindacato e sul luogo di lavoro.



# Sul mercato



## CLIENTI

**La discriminazione può determinare ripercussioni negative sulle aziende in termini della domanda da parte dei consumatori.**

Molti consumatori oggi si aspettano che anche le aziende facciano sentire la propria voce e sostengano i diritti delle persone LGBTI in tutto il mondo. Un'azienda che opera in paesi in cui i diritti delle persone LGBTI sono sistematicamente violati può sentirsi spinta, in tali contesti, ad assumere una posizione incompatibile con i valori dei consumatori che risiedono dove ha sede l'azienda e in altri mercati. Sebbene le imprese debbano sempre valutare le ripercussioni della loro condotta sui diritti umani e agire in modo da mitigare ed eliminare i danni, molte scoprono che contrastare attivamente la discriminazione comporta anche alcuni vantaggi commerciali. In molti paesi, si assiste a una tendenza verso un consumo socialmente responsabile, con i consumatori che si identificano con le aziende impegnate a soddisfare gli standard ambientali, lavorativi, sociali e relativi ai diritti umani e le premiano. Questi segmenti di mercato variano di dimensioni ma sono influenti e, spesso, utilizzano i social media per mobilitare il supporto da un continente all'altro.

Allo stesso modo, quando le aziende discriminano o causano o contribuiscono in altro modo alle violazioni dei diritti umani, in alcuni paesi i consumatori reagiscono sempre più spesso scegliendo di rivolgersi altrove. Le aziende che trattano diamanti, cioccolata, bevande analcoliche zuccherate, alimenti con ingredienti geneticamente modificati, caffè acquistato da agricoltori che producono in modo equo e solidale, gruppi che richiedono che l'abbigliamento non sia realizzato sfruttando i lavoratori, sono tutti esempi di settori che hanno visto tale mobilitazione dei consumatori.

Questo è certamente vero per i consumatori LGBTI, che sono particolarmente sensibili alle dimostrazioni di responsabilità sociale da parte delle imprese. Ad esempio, un recente sondaggio ha mostrato che il 68% dei consumatori polacchi LGBTI preferisce scegliere marchi LGBTI-friendly e il 91% dei consumatori polacchi LGBTI smetterebbe di acquistare marchi percepiti come "omofobi" o li contesterebbe pubblicamente.<sup>28</sup> Forse non è poi così sorprendente che le aziende brand-driven abbiano maggiori probabilità di adottare politiche di ispirazione sociale e di fissare degli standard rispetto alle altre.

La pressione dei consumatori è un'arma a doppio taglio. Le organizzazioni della società civile che si oppongono ai diritti umani delle persone LGBTI possono anch'esse fare ricorso agli acquisti mirati. Alcune aziende si sono ritrovate ad affrontare campagne online di boicottaggio orchestrate ai loro danni per aver espresso la propria posizione su queste tematiche.



## Approcci pratici

Molte aziende hanno investito nella costruzione di marchi che mirano a promuovere il rispetto dei diritti umani e nell'impegno a contribuire a un cambiamento sociale positivo. Ciò avviene sfruttando il potere e l'influenza di una società per ottenerne un impatto sociale positivo, come per porre fine alla discriminazione nei confronti delle persone LGBTI. Allo stesso tempo, è necessario che le aziende si assicurino che le politiche aziendali relative al personale, ai fornitori e agli altri stakeholder rispettino i diritti umani, compresi quelli delle persone LGBTI, e siano coerenti con i messaggi di marketing.

Le aziende si appoggiano sempre di più sui Business Resource Groups (BRG) LGBTI ideati per aumentare il coinvolgimento dei dipendenti in queste operazioni. Alcune aziende li chiamano anche Employee Resource Groups (ERG) o reti associate. I BRG LGBTI sono gruppi volontari di dipendenti LGBTI che si riuniscono sul posto di lavoro e

fungono da risorsa per i membri e le organizzazioni, promuovendo un luogo di lavoro diversificato e inclusivo, in linea con gli obiettivi organizzativi. Costituiscono un mezzo consolidato per offrire il supporto di un gruppo di pari: le persone che condividono problemi simili possono offrire agli altri un supporto molto più realistico e competente. Questi gruppi, spesso sono nati come forum informali per mantenere in contatto i colleghi LGBTI. In molte società, questi gruppi hanno assunto un ruolo più formalizzato e godono del supporto dell'azienda. Le aziende attingono ai BRG per assicurarsi che i loro messaggi di marketing siano in linea con le loro comunità di clienti, per usufruire di utili informazioni sul mercato e per accedere a segmenti di mercato ai quali tradizionalmente non si sono interessate. Ciò aiuta i clienti e il marchio e fa sentire coinvolti i dipendenti.



## FORNITORI

**I Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti umani sottolineano che, oltre alle attività proprie di una società, è importante identificare e valutare eventuali ripercussioni negative sui diritti umani che potrebbero verificarsi a seguito delle sue relazioni commerciali con soci, fornitori, partner e filiali.**

Come stabilito nei Principi Guida delle Nazioni Unite, nell'ambito della propria *due diligence* sui diritti umani, un'azienda dovrebbe valutare le "ripercussioni negative sui diritti umani che possono essere collegati direttamente alle proprie attività, prodotti o servizi a causa dei propri rapporti commerciali".

Ciò è importante perché le aziende si affidano sempre di più a lavoratori che potrebbero non essere loro dipendenti diretti. Secondo uno studio sindacale, solo il sei per cento della forza lavoro globale delle multinazionali lavora direttamente per le multinazionali; il restante 94% lavora per i fornitori delle imprese.<sup>29</sup> Se la globalizzazione ha portato alla creazione di strutture e relazioni aziendali sempre più complesse<sup>30</sup>, tali strutture non attenuano la responsabilità aziendale al rispetto dei diritti umani. Ci si aspetta che le aziende non solo evitino di causare o di contribuire alle violazioni dei diritti umani, ma anche che utilizzino la propria influenza per gestire le ripercussioni negative sui diritti umani alle quali sono direttamente collegati tramite i loro rapporti commerciali, fornitori compresi.

Le ripercussioni negative sui diritti umani delle persone LGBTI possono manifestarsi lungo l'intera filiera. Il dovere aziendale di rispettare i diritti umani non comprende solo l'impegno a garantire il rispetto dei diritti delle persone LGBTI all'interno della propria organizzazione, ma implica che venga prestata attenzione anche al comportamento dei fornitori e dei partner commerciali.

## Approcci pratici

Un'azienda può sfruttare la propria influenza nel suo rapporto con un fornitore – influenza che include tanto l'importanza commerciale quanto quella reputazionale – per far sì che le persone LGBTI vengano trattate equamente e vengano rispettati i loro diritti, ad esempio appellandosi a diritti umani vincolanti e a clausole contrattuali anti-discriminazione. A volte, l'azienda può esercitare la propria influenza tramite il proprio potere d'acquisto: i fornitori vogliono conservare i propri rapporti commerciali e intraprenderanno le azioni richieste dai propri clienti pur di conservare quei rapporti. Integrare tali requisiti nel processo di approvvigionamento – illustrandoli ai fornitori e aiutandoli ad attuare efficacemente le politiche ad essi connesse – costituisce un passaggio fondamentale per raggiungere il risultato sperato.

Chi nelle aziende lavora sui temi della diversità collabora con il proprio dipartimento acquisti, per ampliare le possibilità di contrattualizzare imprese la cui titolarità è LGBTI. Una società di servizi finanziari, ad esempio, ha creato un database di fornitori di proprietà LGBTI e offre loro opportunità contrattuali per prodotti e servizi.

Negli Stati Uniti, il Corporate Equality Index della Human Rights Campaign Foundation valuta i programmi sulla diversità dei fornitori nella sezione Public Engagement del proprio sondaggio. Nell'Indice del 2013, il 50% dei datori di lavoro ha dichiarato di disporre di programmi sulla diversità dei fornitori. Di questi, il 57% ha riferito che i propri programmi sulla diversità includono aziende di proprietà LGBTI. La successiva serie di criteri dell'Indice si concentrerà in modo più esplicito sulla diversità dei fornitori.



### AZIONISTI

**Le aziende che non riescono a tutelare l'inclusione delle persone LGBTI possono rischiare di perdere investimenti, anche quelli provenienti da fondi socialmente responsabili.** Dalla fine degli anni '90, gli investitori sono andati sempre più riconoscendo il ruolo che le aziende svolgono nel contribuire alle società in cui operano e, potenzialmente, nel migliorarle. Sempre più spesso, le aziende si trovano ad avere a che fare con investitori attivisti che si aspettano che le aziende dimostrino il loro rispetto per i diritti umani. Lo sviluppo dei Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti Umani, da una parte, riflette questo mutamento e, dall'altra, contribuisce al suo ulteriore sviluppo.

In alcuni casi, la pressione degli azionisti può aiutare a passare dalla politica alla pratica. Laddove in passato la pressione sulle aziende a rispettare le norme sui diritti umani avrebbe potuto suscitare un impegno generico sotto forma di una dichiarazione ufficiale, oggi ci si aspetta maggiormente che le aziende mettano in atto le politiche e le tutele necessarie per rendere operativi tali impegni.

Mentre è difficile valutare la posizione collettiva che gli azionisti potrebbero assumere rispetto alla discriminazione nei confronti delle persone LGBTI o di qualsiasi altro gruppo, l'attivismo degli azionisti a favore dell'inclusione è sempre

più visibile.<sup>31</sup> Gli azionisti influenzano il processo decisionale della società su questi temi in vari modi, anche attraverso proposte o risoluzioni. Nel 2014, ad esempio, un gruppo di azionisti che possiede o gestisce collettivamente 210 miliardi di dollari in attività ha presentato risoluzioni in più di 20 società quotate negli Stati Uniti sollecitando un'estensione all'estero delle politiche anti-discriminatorie LGBTI e delle politiche di pari opportunità. Gli investitori hanno espresso preoccupazione per gli ambienti giuridici e culturali molto disomogenei e spesso ostili con cui le persone LGBTI debbono confrontarsi in alcune parti del mondo e per i rischi conseguenti che corrono le società che operano in questi ambienti. La lettera<sup>32</sup> ha anche cercato di fare chiarezza sulla preparazione delle imprese a gestire le minacce o le persecuzioni affrontate da tali lavoratori e dai loro rappresentanti. In alcune occasioni, gli azionisti hanno anche utilizzato le riunioni degli investitori per esprimere le proprie preoccupazioni in merito alle decisioni prese dalle società a sostegno dei diritti umani delle persone LGBTI e dei conseguenti appelli al boicottaggio. Tali decisioni includevano una presa di posizione pubblica sull'uguaglianza LGBTI o l'offerta di servizi igienici per le persone transgender nel rispetto della loro identità di genere. Nel 2013, l'amministratore delegato di Starbucks ha risposto alla domanda di un tale azionista affermando che: "Non tutte le decisioni sono decisioni economiche. [...] L'ottica in base alla quale stiamo prendendo quella decisione e quella delle nostre persone. In questa azienda diamo lavoro a oltre 200.000 persone e vogliamo abbracciare la diversità. Di ogni tipo".<sup>33</sup> Quando gli azionisti contestano la direzione e si oppongono alle politiche aziendali che estendono il contrasto alla discriminazione nei confronti dei dipendenti LGBTI, le aziende hanno la responsabilità di rispettare i diritti umani, il che include il dovere di ottemperare alle leggi nazionali o agli standard internazionali. Normalmente, una società non accetterebbe una risoluzione che prevedesse che le donne venissero pagate meno degli uomini; sulla base dello stesso principio, le società non dovrebbero accettare le scelte degli azionisti che dovessero limitare i diritti dei dipendenti LGBTI.

## Approcci pratici

Un numero crescente di prove dimostra che le imprese che si impegnano per la diversità e l'inclusione sono premiate dai mercati.<sup>34</sup> Gli investitori e le aziende in cerca di partner impegnati nel rispetto dei diritti umani si rivolgono sempre più spesso a società che agiscono secondo i Principi Guida delle Nazioni Unite. Tale pressione del mercato spingerà molte aziende a prendere ulteriori misure per rendere operativi i Principi Guida delle Nazioni Unite e a presentare un resoconto accurato dei loro risultati e della loro adesione agli standard internazionali nelle loro relazioni annuali. Con gli standard che compaiono nella reportistica<sup>35</sup> e un numero maggiore di società alla ricerca di parametri di riferimento<sup>36</sup> per misurare la propria performance, è probabile che gli investitori cerchino società che mettano in pratica quanto sostengono e le cui azioni siano coerenti con gli standard internazionali.

Una cultura aziendale che valorizzi la diversità e l'inclusione rafforza la reputazione di un'azienda quale datore di lavoro equo, attira un pool più ampio di candidati qualificati, aumenta il morale e la produttività dei dipendenti, stimola l'innovazione e riduce i rischi di discriminazione e molestie. Le iniziative prese a tale proposito possono essere comunicate chiaramente – sia agli azionisti che al grande pubblico – anche nel rapporto annuale di una società, nei rapporti sulla sostenibilità e nelle newsletter degli azionisti.

# Nella comunità

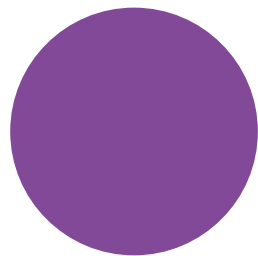


## COMUNITÀ

**Il panorama globale dei diritti umani per le persone LGBTI è molto vario e in continua evoluzione.<sup>37</sup>**

Le condizioni materiali si stanno evolvendo rapidamente: nella maggior parte dei luoghi migliorando, sebbene in alcuni casi vadano invece peggiorando. Potrebbero esserci differenze significative nel trattamento riservato alle persone LGBTI all'interno dei Paesi e persino delle stesse comunità, fra lesbiche, gay e bisessuali, persone transessuali e intersessuali, tutti soggetti a diversi tipi di violenza, discriminazione e altre violazioni dei diritti umani. Inoltre, i progressi raggiunti nelle leggi e nelle politiche potrebbero non riflettersi nella realtà della vita delle persone. Un certo livello di pregiudizio rimane presente in tutte le società per molto tempo dopo che sono state realizzate le necessarie riforme giuridiche. Le aziende devono comprendere le numerose difficoltà che molte persone LGBTI devono affrontare nell'ambito della comunità, come il rifiuto da parte della famiglia, gli abusi e le difficoltà ad accedere all'assistenza sanitaria, all'alloggio e all'istruzione, la mancanza di protezione dalla violenza e dalle molestie e i limiti alla libertà di espressione, associazione e riunione. Sono sempre più numerose le comunità LGBTI che stanno adottando la nozione di "nulla su di noi senza di noi"<sup>38</sup> che sta ad indicare l'importanza di includere i diretti interessati in ogni sforzo volto a contrastare la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI. Questo è vero per qualsiasi problema sociale: le persone che lo vivono sulla propria pelle, di solito, sono anche quelle che lo comprendono meglio e conoscono il modo migliore per affrontarlo.

## Tra 193 paesi...



**67** divieto di discriminazione sul lavoro in base all'orientamento sessuale



**20** divieto di discriminazione in base all'identità di genere



**3** divieto di discriminazione contro le persone intersessuali



## Approcci pratici

Le partnership con i gruppi LGBTI locali dimostrano un impegno a lungo termine nei confronti della comunità LGBTI e possono aiutare le aziende a comprendere meglio le difficoltà che i membri della comunità debbono affrontare. Simili collaborazioni possono informare il processo decisionale aziendale e fornire alle aziende un modo per promuovere e sostenere cambiamenti sociali positivi.

Nelle società in cui gli atteggiamenti discriminatori nei confronti delle persone LGBTI sono particolarmente diffusi, il supporto finanziario alle organizzazioni e agli eventi della comunità può costituire il modo più pratico a disposizione di un'azienda per contribuire al cambiamento. E, in alcune circostanze, potrebbe risultare più efficace che assumere una posizione pubblica visibile. In questi contesti, è ancora più importante essere guidati dagli stakeholder locali.

Le organizzazioni che possono beneficiare di tale sponsorizzazione aziendale includono i centri per la gioventù LGBTI, i centri sociali, i gruppi di pressione e le organizzazioni benefiche. Oltre a fornire supporto diretto e altre forme di assistenza, le aziende possono incoraggiare il personale a prestare volontariato in tali organizzazioni e/o contribuire a donazioni. Le aziende possono anche istituire o sovvenzionare dei premi, che possono aiutare a tutelare e legittimare il lavoro dei difensori dei diritti umani innalzando il loro profilo pubblico e offrendo loro una piattaforma d'azione. Va tenuto presente il rischio che i gruppi LGBTI nazionali che ricevono assistenza straniera vengano percepiti come "agenti stranieri", e limitare tale rischio quanto più possibile.



## GOVERNI E LEGISLATORI

**La mancanza di un'adeguata tutela legale dalla violenza e dalla discriminazione espone le persone LGBTI a gravi violazioni dei loro diritti umani nei Paesi di tutto il mondo e nega alle vittime<sup>39</sup>**

**di tali violazioni la possibilità di ricorrere per ottenere una riparazione del danno.**

Le persone LGBTI vengono spesso discriminate nel mercato del lavoro, nonché nell'accesso all'istruzione, all'assistenza sanitaria, all'alloggio e ai servizi pubblici. Corrono un rischio sproporzionato di essere vittime di crimini d'odio: tra cui aggressioni verbali e fisiche, aggressioni sessuali, torture e uccisioni, nonché maltrattamenti e abusi negli studi medici, negli ospedali e nelle cliniche.

In 73 Paesi<sup>40</sup>, la legge persegue penalmente le relazioni consensuali tra persone dello stesso sesso,<sup>41</sup> almeno otto perseguono il cosiddetto "travestimento" e, in molti, le leggi sono spesso delineate in modo vago, vengono utilizzate per punire le persone trans.<sup>42</sup>

Queste leggi hanno ripercussioni estremamente negative sulla vita delle persone LGBTI, legittimando il trattamento discriminatorio, rafforzando lo stigma e costringendo molte persone LGBTI a nascondere le loro identità e le loro relazioni. Secondo l'Agenzia per i diritti Umani dell'Unione Europea (F.R.A.), un terzo delle persone trans in cerca di lavoro nell'UE ha subito discriminazioni durante la ricerca dell'impiego, e un terzo denuncia di aver subito un trattamento ingiusto sul posto di lavoro per il fatto di essere trans.<sup>43</sup>

A inizio 2017, solo 67 Paesi su 193 vietano la discriminazione sulla base dell'orientamento sessuale, mentre solo 20 offrono una tutela espressa per quanto

concerne identità o espressione di genere. Solo tre Paesi proteggono le persone intersessuali dalla discriminazione e solo uno vieta gli interventi chirurgici inutili ai quali sono sottoposti molti bambini intersessuali.<sup>44</sup> Trentanove Stati – o il 20% dei Paesi del mondo – riconoscono legalmente le unioni tra persone dello stesso sesso, 21 dei quali riconoscono il matrimonio tra coppie omosessuali su base paritaria rispetto alle coppie eterosessuali. Un certo numero di Paesi, in particolare in Asia, America Latina ed Europa, hanno preso provvedimenti per estendere il riconoscimento e la tutela giuridica alle persone trans, sebbene spesso con condizioni che violano le norme sui diritti umani.

Le aziende potrebbero e dovrebbero sostenere le necessarie riforme di legge laddove gli stakeholder locali ritengono che ciò sarebbe utile e contribuirebbe a un cambiamento positivo. Le politiche inclusive sul luogo di lavoro non sono sufficienti, da sole, a proteggere i lavoratori LGBTI, i loro rappresentanti e altri stakeholder nei Paesi con leggi anti-LGBTI. Laddove sia utile, e ove venga loro richiesto dagli attori locali, le aziende hanno anche la possibilità di sostenere le comunità locali interagendo direttamente con governi e legislatori nei Paesi in cui operano. Il supporto aziendale a livello mondiale dei movimenti locali per l'uguaglianza LGBTI sta contribuendo a costruire un ambiente più inclusivo nell'intera società in molti paesi d'Europa, delle Americhe e dell'Asia.

## Approcci pratici

L'approccio "Advocate", descritto in precedenza, mira a promuovere e sostenere il cambiamento a livello nazionale. Tale sostegno può assumere molte forme, che vanno dal lobbismo diretto al sostegno dei gruppi di pressione locali e alle azioni simboliche che manifestano solidarietà alla comunità LGBTI locale (v. pag. 21).

In passato, le aziende hanno adottato un approccio di "Advocate" per contestare le leggi penali tanto esistenti quanto proposte, e le cosiddette leggi "anti-propaganda", nonché altre iniziative volte a limitare i diritti delle persone LGBTI. Integrare le critiche a tali proposte nell'ambito di un'azione di pressione più ampia per ottenere maggiore rispetto e tutela e un approccio che a volte si è dimostrato efficace, in particolare

in contesti difficili. Ad esempio, le aziende possono incoraggiare i governi a tutelare la libertà di parola di tutte le comunità minoritarie, compresa la comunità LGBTI, e promuovere il valore della diversità e dell'inclusione in generale. Le aziende possono anche svolgere un ruolo nella formazione delle controparti sulle questioni LGBTI.

Si incoraggiano le aziende a lavorare a stretto contatto con i gruppi della società civile locale e con le comunità interessate. Dovrebbero seguire il consiglio di tali gruppi nel decidere quando far sentire la propria voce, quando operare in modo silenzioso e come offrire supporto nel modo più efficace possibile.



# Policy di valutazione del contrasto alla discriminazione nei confronti dei lavoratori LGBTI

## STATI UNITI

Nel 2002, la **Human Rights Campaign** ha rivelato che solo il 61% delle aziende intervistate disponeva di policy che vietavano la discriminazione sulla base dell'orientamento sessuale e solo il 5% dell'identità di genere. Nel 2015, tali percentuali erano salite, rispettivamente, al 93% e all'87%. Durante quel periodo, la percentuale di compagnie che offrivano un'assicurazione sanitaria anche per le persone trans e passata dallo zero al 60%; oggi, oltre 300 grandi aziende hanno implementato linee guida per la transizione di genere. Ogni anno, vengono aggiunti nuovi criteri, rendendo la procedura di qualificazione più rigorosa. Nel febbraio 2016, la **Human Rights Campaign** ha pubblicato la prima edizione globale del proprio **Corporate Equality Index**. Il punteggio massimo corrisponde al 100% e, mentre molte aziende lo raggiungono, un certo numero di aziende facenti parti del Fortune 1000 fa ancora registrare punteggi molto bassi.

## REGNO UNITO

Stonewall ha prodotto un indice annuale delle prime 100 aziende dal 2005, che classifica le aziende in base a dieci criteri, tra i quali le policy per i dipendenti, il loro coinvolgimento, la formazione del personale, la politica dei fornitori e il coinvolgimento della comunità. Dal 2011, **Stonewall** offre anche un indice globale che misura e confronta le performance delle organizzazioni multinazionali e il loro approccio all'uguaglianza LGBTI a livello globale.

## HONG KONG, CINA

Un nuovo indice creato da **Community Business** classifica le aziende in base alle politiche e alle prassi aziendali che supportano l'integrazione LGBTI sul luogo di lavoro. Nel 2010, l'organizzazione ha effettuato un sondaggio sulla cultura del posto di lavoro tra i dipendenti e gli alleati LGBTI ad Hong Kong.

## AUSTRALIA

L'**Australian Workplace Equality Index** creato dall'**AIDS Council of New South Wales (ACON)** costituisce un punto di riferimento nazionale per l'inclusione LGBTI sul luogo di lavoro e comprende l'unica e più significativa indagine sui dipendenti ideata per valutare l'impatto complessivo delle iniziative di inclusione sulla cultura organizzativa e sui dipendenti.

## A LIVELLO MONDIALE

Il **Workplace Pride**, con sede ad Amsterdam, nel 2014 ha lanciato il **Global Benchmark**, un indice internazionale sul luogo di lavoro LGBTI, ideato per affrontare gli aspetti transnazionali dell'inclusione sul luogo di lavoro LGBTI. Nel 2016, comprendeva 30 multinazionali e oltre tre milioni di dipendenti. La **Human Rights Campaign** e **Stonewall** hanno anche introdotto una dimensione internazionale nei loro sondaggi, consentendo alle aziende di confrontare il loro impegno a livello mondiale per la parità LGBTI. Questi indici possono costituire la base di un efficace sistema di benchmarking.

# L'esperienza dei principi Sullivaniani in Sudafrica

Durante gli anni dell'apartheid in Sudafrica, molte compagnie statunitensi adottarono i Principi Sullivaniani, in base ai quali promuovevano sulla base del merito e fornivano pari retribuzione per lo stesso lavoro, a prescindere dalle leggi locali che discriminavano in base alla razza. Questi principi prevedevano:

- Rifiuto della segregazione delle razze in tutti i locali destinati all'alimentazione, al riposo e al lavoro;
- Pratiche di assunzione uguali ed eque per tutti i dipendenti;
- Parità retributiva per tutti i dipendenti che svolgono un lavoro uguale o comparabile per il medesimo periodo di tempo;
- Avvio e sviluppo di programmi di formazione che prepareranno, in numeri significativi, persone *black* e altre *non white* per lavori di supervisione, amministrazione, impiegatizi e tecnici;
- Aumentare il numero delle persone *black* e altre *non white* in posizioni di amministrazione e supervisione;

- Migliorare la qualità della vita per le persone *black* e altre *non white* al di fuori dell'ambiente di lavoro in aree come alloggi, trasporti, scuola, attività ricreative e strutture sanitarie; e
- Lavorare per eliminare leggi e usanze che ostacolano la giustizia sociale, economica e politica (aggiunto in un secondo tempo).

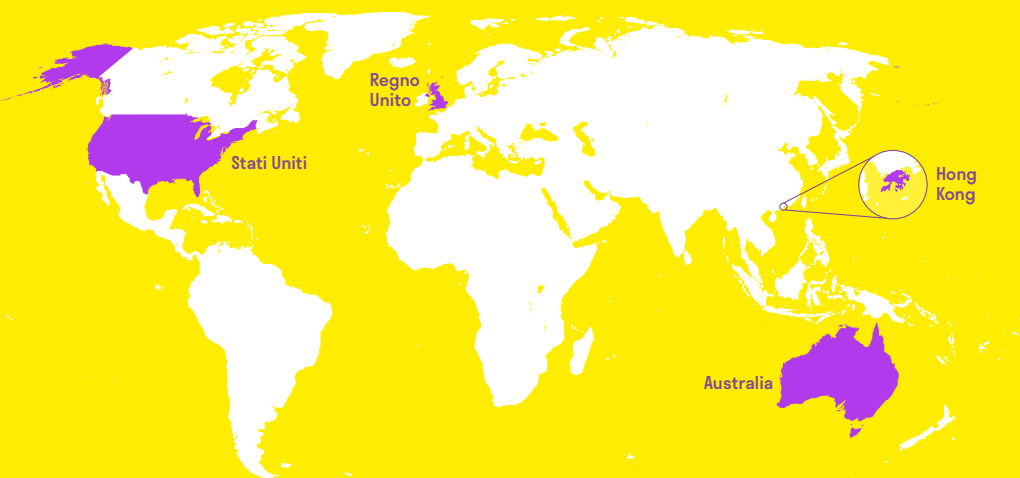
Senza volere enfatizzare la loro importanza, i Principi Sullivaniani hanno contribuito a creare un clima in cui dipendenti bianchi e non lavoravano come pari, e l'adozione dei Principi da parte delle aziende che hanno continuato a operare in Sudafrica ha contribuito a preparare una squadra di talenti manageriali dal quale il Sudafrica avrebbe attinto dopo la fine dell'apartheid nel 1991.

# Principi aziendali LGBTI esistenti

In Francia, L'**Autre Cercle** ha creato una "Charte d'engagement LGBTI" che le aziende possono firmare per dimostrare pubblicamente il loro impegno per l'uguaglianza per i dipendenti LGBTI. Le società che aderiscono alla Carta si impegnano a:

- Creare un luogo di lavoro inclusivo per il personale LGBTI;
- Garantire l'uguaglianza giuridica e di trattamento a tutto il personale, indipendentemente dal suo orientamento sessuale o dalla sua identità di genere;
- Supportare qualsiasi membro del personale che sia vittima di parole o atti discriminatori; e
- Monitorare l'avanzamento di carriera e condividere le buone prassi per garantire un'evoluzione dell'ambiente di lavoro generale.

Analogamente, nei Paesi Bassi, la Dichiarazione di Amsterdam emanata dal **Workplace Pride** nel 2011, firmata da molte grandi società, impegna le aziende a intraprendere dieci passi mirati per affrontare il trattamento iniquo delle persone LGBTI sul luogo di lavoro. Un passo esorta i datori di lavoro a identificare e supportare leader e decisori (gay ed etero, trans e cis-gender<sup>45</sup>) che si impegnano attivamente per creare ambienti di lavoro inclusivi per le persone LGBTI; un altro passo raccomanda di sostenere i gruppi di affinità dei dipendenti e i programmi di formazione, come la formazione sulla diversità LGBTI per i dirigenti.



# Appendice

## Casi di studio

Questa sezione presenta esempi concreti delle sfide affrontate dagli stakeholder aziendali nel tentativo di far fronte alle loro responsabilità e assumere un ruolo più ampio nel contrastare la discriminazione verso i membri della comunità LGBTI, nonché le strategie pratiche che hanno adottato.

### Affrontare le cosiddette leggi di propaganda antigay

Nel novembre 2013, **IKEA Group**, il rivenditore mondiale di mobili per la casa, ha rimosso dalla propria rivista russa online un articolo che ritraeva una coppia omosessuale e il loro bambino a casa.

Il pezzo era stato incluso nella pubblicazione mondiale dell'azienda che mostrava diverse famiglie intente a godersi le loro case. La decisione di non includere i genitori omosessuali nell'edizione russa è stata motivata con la cosiddetta legge russa della "propaganda anti-gay" che proibisce la promozione di relazioni "non tradizionali".

L'azienda decise di rispettare la legge al fine di proteggere i propri collaboratori e le loro famiglie e ha dovuto affrontare alcune critiche da parte dei clienti e di altri stakeholder, tra cui gruppi LGBTI e gruppi per i diritti umani all'estero.

Il caso ha dimostrato come le politiche globali delle aziende debbano confrontarsi con le realtà locali.

Questo episodio, tuttavia, ha segnato una svolta nell'approccio di IKEA all'inclusione LGBTI nei luoghi di lavoro e ha portato l'azienda a sviluppare e a lanciare un piano sistematico globale di inclusione LGBTI. Il piano, attualmente in atto, mira a creare un ambiente di lavoro pienamente inclusivo e sta contribuendo a un cambiamento positivo per i colleghi LGBTI. Tali piani, accompagnati dall'impegno ad esplorare i percorsi di pressione collettiva, hanno il potenziale per determinare cambiamenti positivi a lungo termine.

### Soluzioni ad hoc per la legislazione discriminatoria

Quando distaccati all'estero, alcuni diplomatici LGBTI e i loro partner sono stati in grado di raggiungere accordi informali con i paesi ospitanti che possono avere leggi che limitano i diritti LGBTI o criminalizzano le persone LGBTI.

I dipendenti del settore privato che desiderano portare con sé i propri partner nelle loro missioni all'estero, a volte, devono affrontare delle difficoltà.

Alcune aziende hanno sviluppato politiche tali da non penalizzare i dipendenti che decidono di non trasferirsi in luoghi in cui il quadro normativo è discriminatorio nei confronti delle persone LGBTI.

Altre hanno sviluppato soluzioni ad hoc per aggirare la difficile legislazione che spesso avvantaggia i lavoratori che non sono del luogo.

**Baker McKenzie** esplicita la sua posizione “non neutrale” sulle questioni LGBTI avendo, in ogni ufficio, un partner responsabile per l’inclusione LGBTI che si occupa di far rispettare le politiche antidiscriminazione e di dare attuazione agli impegni assunti in materia di diversità e inclusione. Un'altra società paga le spese di affitto e pulizia per un appartamento con due camere da letto per dare l'idea che i partner omosessuali vivano in stanze separate. Una multinazionale evita di stipulare accordi informali con i governi ospitanti ove questi possano essere soggetti a capovolgimenti nel caso in cui il governo, o il suo atteggiamento, dovessero cambiare. Ove le relazioni tra persone omosessuali fossero illegali in un paese e questo negasse un visto o un permesso di residenza al coniuge omosessuale di un dipendente, sarà la società stessa ad assisterlo, fornendogli un permesso aggiuntivo per tornare a casa e mantenere integro il rapporto familiare.

### Marchi mirati allo scopo

In India, aziende come **Godrej, Genpact, Intuit, ThoughtWorks, Microsoft e Google** hanno preso una posizione pubblica nei confronti della Section 377 del codice penale, che persegue le relazioni tra persone dello stesso sesso. Tra i marchi che hanno realizzato pubblicità contro la Section 377 vi sono: il marchio di gioielli Tanishq – di proprietà di **Titan**, una società del **Gruppo Tata** – che ha pubblicato un’inserzione pubblicitaria su Twitter in cui venivano mostrati un paio di orecchini di diamanti accompagnati dallo slogan “Two of a kind always make a beautiful pair! #sec 377”; **Fastrack**, un noto marchio indiano di moda giovanile, ha lanciato una campagna chiamata “Move On” a favore dell’abrogazione della Section 377; e il marchio di beni di lusso **Hidesign** ha twittato a sostegno della sua abrogazione.

Assumere una posizione pubblica può determinare un impatto positivo sull’attività di un’azienda, soprattutto presso i giovani consumatori. La recente pubblicità di **Colgate Messico** con una coppia gay nell’ambito della campagna #SmileWithPride ha avuto un riscontro positivo. Negli Stati Uniti, **Google** ha recentemente studiato due campagne di marketing LGBTI<sup>46</sup> e pubblicato i seguenti risultati:

- Negli Stati Uniti, il 47% dei minori di 24 anni ha maggiori probabilità di sostenere un marchio dopo aver visto una pubblicità sull’uguaglianza LGBTI (rispetto al 30% delle persone di età superiore ai 24 anni);
- La pubblicità “Proud Whopper” di **Burger King** ha raggiunto il 20% della popolazione americana. I millennial (nati tra l’inizio degli anni ‘80 e l’inizio degli anni 2000) sono stati raggiunti 4,8 volte più frequentemente rispetto al resto della popolazione;
- Con la loro campagna pubblicitaria a sostegno delle questioni LGBTI, **Honey Maid** ha raggiunto il proprio obiettivo di innescare il dibattito e coinvolgere le persone: durante la campagna, le ricerche del marchio su Google sono aumentate del 400%.

### Affrontare i contraccolpi

Con una presenza in 74 Paesi e con quasi 200.000 dipendenti in tutto il mondo, la banca francese **BNP Paribas** è una delle principali della zona euro e una delle più grandi al mondo. Quando ha deciso di firmare la carta di L’Autre Cercle nel 2015, ha subito un forte contraccolpo da parte di un gruppo fortemente contrario alle relazioni tra persone omosessuali e il comitato esecutivo ha ricevuto circa 12.000 e-mail di protesta.

Anche se la banca non aveva previsto una simile reazione, non ha cambiato la decisione ma ha stabilito che in futuro avrebbe adottato una policy di comunicazione interna più approfondita per coinvolgere meglio i dipendenti e facilitare una migliore comprensione dell’obiettivo del Gruppo.

### Rischio reputazionale lungo la filiera di approvvigionamento

La società francese di telecomunicazioni **Orange** ha affrontato un rischio reputazionale quando è emerso che si stava facendo pubblicità su un giornale ugandese, il Red Pepper, che aveva divulgato pubblicamente i nomi e le foto di 200 persone che riteneva fossero gay. Una petizione online che chiedeva alla società di annullare il contratto con il giornale ha raccolto 77.000 firme. La società ha successivamente annunciato che non avrebbe rinnovato il suo contratto pubblicitario con il quotidiano.

### Integrare l’uguaglianza LGBTI nelle prassi di fornitura e nella gestione della filiera

**Simmons & Simmons LLP**, uno studio legale internazionale con oltre 1.500 dipendenti e 21 uffici in Europa, Medio Oriente e Asia, dispone di un programma consolidato di impegno con i fornitori e ha incorporato proattivamente i principi di uguaglianza LGBTI nelle prassi di fornitura.

Simmons & Simmons richiede ai potenziali fornitori di rispondere a una serie predefinita di domande durante la procedura di gara. Ciò comporta il completamento di un audit sulla responsabilità aziendale, che include domande specifiche su uguaglianza e diversità. Inoltre, richiede ai potenziali fornitori di presentare una copia della loro policy su diversità e inclusione.

Nell’ambito dell’audit annuale dei fornitori, l’impresa chiede ai fornitori di fornire prove di come i loro dipendenti vengano resi consapevoli della policy su diversità e inclusione della propria azienda che, per rispettare quella dello studio, deve includere tutte le caratteristiche tutelate. Questo audit viene inviato ogni anno ai migliori fornitori dell’azienda e tutti i nuovi fornitori sono tenuti a completarlo.

L’azienda continua a lavorare con fornitori che non tengono proprie sessioni di formazione su diversità e inclusione e li supporta attraverso sessioni di briefing e condividendo con loro le proprie best practice. Ha sviluppato una guida pratica,<sup>47</sup> fornendo strumenti per le aziende che desiderino adottare un approccio simile, inclusi esempi di questionari di audit e programmi di eventi, suggerimenti sulla misurazione dell’impatto e altre risorse utili.

### Lavorare con le comunità interessate

**IBM** dispone di un team di dipendenti dedicato alla realizzazione di partnership con organizzazioni no profit LGBTI in molti dei 170 Paesi in cui opera. Nell'ultimo decennio, IBM ha effettuato donazioni a un'ampia varietà di organizzazioni, comprese le organizzazioni LGBTI.

Allo stesso modo, nel Regno Unito, un'agenzia pubblicitaria ha donato spazi pubblicitari su cartelloni pubblicitari, pensiline degli autobus e banchine ferroviarie all'organizzazione di patrocinio LGBTI Stonewall per la sua iconica campagna del 2007 "Some people are gay. Get Over It!". Stonewall riceve inoltre consulenza legale e politica pro bono da parte di vari partner aziendali.

A Singapore, le grandi aziende sponsorizzano il Pink Dot, un raduno di una giornata di migliaia di individui e alleati LGBTI che si tiene in città, nell'Hong Lim Park, dove sono consentiti discorsi pubblici.<sup>48</sup> Dopo che Singapore ha chiesto alle multinazionali di non sostenere le celebrazioni del Pink Dot nel 2016, due società multinazionali hanno fatto domanda al governo affinché gli eventi di orgoglio gay possano aver luogo nell'Hong Lim Park nel 2017. Le aziende locali a maggioranza singaporiana hanno già fatto un passo avanti per colmare il vuoto lasciato dagli sponsor multinazionali.

Nel 2013, un'istituzione globale ha annunciato di essere in procinto di ritardare a tempo indefinito un grande progetto in Uganda per il miglioramento dell'assistenza sanitaria, in risposta all'approvazione della legge discriminatoria contro l'omosessualità. La mossa è stata criticata da alcuni attivisti che hanno ritenuto che, così facendo, abbia finito col dare una spinta politica allo sponsor del disegno di legge, contrapponendo le persone LGBTI al resto della popolazione e dando credito all'idea che l'uguaglianza LGBTI faccia parte di un'agenda sponsorizzata dall'occidente. Hanno espresso il desiderio di essere consultati su tali decisioni in futuro.

### Usare l'influenza collettiva con governi e legislatori

In Uganda, alcune società hanno scoraggiato attivamente i legislatori dall'adottare nuove leggi discriminatorie e restrizioni alla libertà di espressione, associazione e riunione evidenziando potenziali ripercussioni negative, anche per le imprese. Altri lo hanno fatto sotto la pressione di clienti internazionali. Nell'Irlanda del Nord, diversi sindacati e aziende hanno collaborato per contrastare la discriminazione per motivi religiosi durante il periodo delle violente tensioni settarie. In altri casi, le aziende hanno fatto sentire la propria voce o esercitato pressioni in privato per sostenere i difensori dei diritti umani o per affrontare le sfide legate all'affermazione dei diritti sociali o umani. A Singapore, a settembre 2015, una dozzina di società multinazionali ha dato vita ad una coalizione per promuovere l'uguaglianza LGBTI sul luogo di lavoro a livello mondiale.

### Quando i titolari di piccole imprese si uniscono per opporsi alla legislazione anti-LGBTI

Nel 2016, in Texas, negli Stati Uniti, diverse centinaia di piccoli imprenditori, che vanno dalle caffetterie ai negozi di biciclette, hanno firmato una lettera aperta opponendosi a qualsiasi tentativo di approvare leggi statali che avrebbero riservato un trattamento discriminatorio specificamente alla comunità LGBTI a seguito dell'approvazione della legislazione anti-LGBTI nella Carolina del Nord. Attraverso il loro sito Web "Texas Equality" e tramite diverse altre azioni congiunte, queste piccole imprese, disseminate in ogni regione dello Stato, si sono riunite attorno a un unico messaggio: "Keep Texas Open for Business" e contro la legislazione anti-LGBTI da presentare nella legislatura 2017, definendola "un attacco alle piccole imprese e un attacco all'economia del Texas".

### Quando una società ritira un piano di espansione a causa della legge sulla discriminazione

**PayPal**, uno dei maggiori fornitori di servizi di pagamento a livello mondiale, con oltre 180 milioni di titolari di conti, aveva programmato di aprire un nuovo centro servizi a Charlotte, nello stato americano della Carolina del Nord, nell'aprile del 2016. Appena un mese dopo l'annuncio della decisione, la nuova legislazione, nota come HB2, è stata approvata invalidando le tutele dei diritti dei cittadini LGBTI e negando loro pari diritti di fronte alla legge.

Nonostante molte grandi società, come PayPal, si opponessero, la nuova legge è stata confermata. Di conseguenza, PayPal ha ritirato il suo piano di espansione che prevedeva l'individuazione di una nuova struttura a Charlotte. PayPal aveva intenzione di cominciare assumendo tra i 400 e i 600 dipendenti, con la possibilità di aumentarne il numero. Anche la **Deutsche Bank** ha deciso di non espandersi nella Carolina del Nord.

Si stima<sup>49</sup> che la discriminazione perpetrata nei confronti dei membri della comunità LGBTI sia costata all'economia della Carolina del Nord circa 5 miliardi di dollari all'anno, e la legge HB2 ha già comportato la perdita di oltre 40 milioni di dollari di investimenti delle imprese, nonché la perdita di oltre 1.250 posti di lavoro. All'epoca, l'amministratore delegato di PayPal, Dan Schulman, ebbe a scrivere: "Questa decisione riflette i valori più profondi di PayPal e la nostra forte convinzione che ogni persona abbia il diritto di essere trattata allo stesso modo, con dignità e rispetto. Questi principi di equità, inclusione e uguaglianza sono al centro di tutto ciò che cerchiamo di ottenere e di rappresentare come azienda. E ci obbligano ad agire per contrastare la discriminazione". All'inizio del 2017, l'assemblea legislativa della Carolina del Nord ha approvato una nuova legge che ribalta gli elementi della legge HB2, in gran parte a causa del contraccolpo aziendale e delle sue ripercussioni sull'economia.

In questa occasione, il Governatore ha condiviso la propria opinione secondo cui l'HB2 era stata "una nuvola scura che incombeva sul nostro grande Stato... Ha macchiato la nostra reputazione, ha discriminato la nostra gente e ha causato gravi danni economici in molte delle nostre comunità".



# Note conclusive

- 1 Secondo uno studio condotto negli Stati Uniti dalla Human Rights Campaign, circa il 62% dei neo laureati lesbiche, gay e bisessuali tornano a dover celare la propria identità sessuale quando iniziano il loro primo lavoro. Un altro sondaggio mostra che 23 Paesi europei richiedono che le persone trans siano sterilizzate come condizione preliminare per ottenere il riconoscimento legale del genere di loro scelta, mentre 8 Paesi non forniscono alcun mezzo con cui le persone trans possano ottenere documenti di identità che riflettano il loro nome e il genere scelto.
- 2 Nel 2009, in India, l'Alta Corte di Delhi ha depenalizzato le relazioni tra persone dello stesso sesso. Nel 2013, tale sentenza è stata annullata dalla Corte Suprema. Molte aziende indiane pubblicarono inserzioni pubblicitarie critiche nei confronti di quest'ultima decisione, che è ora in fase di revisione.  
  
Tanseem Nashrulla, "15 Heartening Ways Indian Brands and Bollywood Are Fighting," BuzzFeed, dicembre 2013, <http://www.buzzfeed.com/regajha/heartbreaking-responses-to-indias-ban-on-same-sex-interco>.
- 3 Deutsche Bank è stata una tra le varie organizzazioni che hanno deciso di congelare i loro piani volti alla creazione di 250 nuovi posti di lavoro in Carolina del Nord dopo il varo di una legge statale che ha eliminato le protezioni contro la discriminazione basata sull'orientamento sessuale. [https://www.db.com/newsroom\\_news/2016/medien/deutsche-bank-freezes-job-espansione-piani-nel-nord-carolina-it-11535.htm](https://www.db.com/newsroom_news/2016/medien/deutsche-bank-freezes-job-espansione-piani-nel-nord-carolina-it-11535.htm).
- 4 Adottato il 10 dicembre 1948, Ris. UNGA 217 (A/RES/3/217A).
- 5 I Principi Guida delle Nazioni Unite richiedono allo Stato di *proteggere* i diritti umani e alle aziende di *rispettare* i diritti umani nell'ambito delle loro attività commerciali e, laddove esistano tutele e altre lacune, di fornire i *rimedi*. Ufficio dell'Alto Commissario per i Diritti Umani, *Principi Guida delle Nazioni Unite sulle Imprese e i Diritti umani* (Ginevra: Nazioni Unite, gennaio 2012), [http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_EN.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf).
- 6 Lucy Amis, *A Guide for Business: How to develop a human rights Policy*, (New York City: The UN Global Compact Office, giugno, 2011), 1-26, [http://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy\\_en.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy_en.pdf).
- 7 Corporate Social Responsibility (CSR) Europe, *Assessing the Effectiveness of Company Grievance Mechanisms* (Bruxelles: CSR Europe, dicembre 2013), <https://www.csreurope.org/sites/default/files/Report%20Summary-%20Management%20of%20Complaints%20assessment-%20final%20Dec%202013.pdf>.
- 8 Le aziende in cerca di informazioni sulle condizioni specifiche di un Paese dovrebbero consultare le risorse, comprese le organizzazioni LGBTI locali, nonché le risorse online come i briefing nazionali dello Stonewall.  
  
"Global Workplace Briefings," Stonewall, consultato il 7 agosto 2017, <https://www.stonewall.org.uk/global-workplace-briefings>; "Maps: Sexual Orientation Laws", ILGA, consultato il 7 agosto 2017, <http://ilga.org/what-we-do/maps-sexual-orientation-laws/>; "Comparative Data on 190 Countries Worldwide," TGEU, consultato il 7 agosto 2017, <http://transrespect.org/en/>; "Employers Guide to Intersex Inclusion," OII, 8 ottobre 2014, <https://oii.org.au/employer/>.

- 9 L'Ufficio dell'Alto Commissario per i Diritti Umani ha pubblicato anche una guida interpretativa sul dovere delle imprese di rispettare i diritti umani, come stabilito nei Principi Guida delle Nazioni Unite: L'Ufficio dell'Alto Commissario per i Diritti Umani (OHCHR), *The corporate responsibility to respect human rights: an interpretive Guide*, (Ginevra: Nazioni Unite, giugno 2012), <http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/RtRInterpretativeGuide.pdf>.
- 10 Per un riassunto della giurisprudenza e delle raccomandazioni sui meccanismi dei diritti umani delle Nazioni Unite su questo tema, consultare la pubblicazione dell'Ufficio dei Diritti Umani delle Nazioni Unite "Born Free and Equal": The Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, *Born Free and Equal*, (New York: Nazioni Unite, giugno 2012), <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/BornFreeAndEqualLowRes.pdf>. Per ulteriori punti di riferimento sugli standard internazionali applicabili in materia di diritti umani, consultare i Principi di Yogyakarta:  
  
The International Commission of Jurists and the International Service for Human Rights, "The Yogyakarta Principles", The international panel of experts in international human rights law and on sexual orientation and gender identity, marzo 2007, [http://www.yogyakartaprinciples.org/wp/wp-content/uploads/2016/08/principles\\_en.pdf](http://www.yogyakartaprinciples.org/wp/wp-content/uploads/2016/08/principles_en.pdf).
- 11 "United Nations Reports", Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, consultato il 2 agosto 2017, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LGBTUNReports.aspx>.
- 12 International Labor Organization, *ILO Declaration on Social Justice* (Ginevra: International Labor Organization, giugno 2008), Documento 3 [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabi-net/documents/genericdocument/wcms\\_371208.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabi-net/documents/genericdocument/wcms_371208.pdf).
- 13 David Rock e Heidi Grant, "Why Diverse Teams Are Smarter," *Harvard Business Review*, novembre 2016, <https://hbr.org/2016/11/why-diverse-teams-are-smarter>.
- 14 Charlie Ensor, "Homophobia Costs Countries \$100 billion a Year, Economist Argues," *Humanosphere*, febbraio 2017, <http://www.humanosphere.org/human-rights/2017/02/homophobia-has-an-economic-cost-for-countries-economist-argues/>.
- 15 M.V. Lee Badgett e al., *The Relationship between LGBT Inclusion and Economic Development: An Analysis of Emerging Economies* (Los Angeles: The Williams Institute, 2014), <http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/lgbt-inclusion-and-development-november-2014.pdf>.
- 16 Emma Mishel, "Discrimination against Queer Women in the US Workforce," *SOCIOUS: Sociological Research for a Dynamic World*, gennaio 2016, doi:10.1177/2378023115621316.
- 17 Sylvia Ann Hewlett e Karen Sumberg, "For LGBT Workers, Being "out" Brings Advantages," *Harvard Business Review*, agosto, 2011, <https://hbr.org/2011/07/for-lgbt-workers-being-out-brings-advantages>.
- 18 Sylvia Ann Hewlett e Kenji Yoshino, *Out in the World: Securing LGBT Rights in the Global Marketplace* (New York: Center for Talent Innovation, 2016), <http://www.talentinnovation.org/publication.cfm?publication=1510>.
- 19 Eric Berger e Nicole Douillet, "What's the effect of pro- LGBT policies on stock price?," *Harvard Business Review*, luglio 2014, <https://hbr.org/2014/07/whats-the-effect-of-pro-lgbt-policies-on-stock-price>.
- 20 LGBT Capital, *Global LGBT ("Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender") annual spending power (LGBT-GDP) estimated to be US\$3.7 trillion in new data from LGBT Capital* (Hong Kong and London: August 3, 2015), LGBT Capital, [http://www.lgbt-capital.com/docs/LGBTGDP\\_2015\\_Press\\_Release.pdf](http://www.lgbt-capital.com/docs/LGBTGDP_2015_Press_Release.pdf).
- 21 Harris Poll e Witeck Communications, "E probabile che un'ampia maggioranza di eterosessuali e gay prenda in considerazione un marchio aziendale che offra pari vantaggi sul posto di lavoro a tutti i dipendenti, compresi i dipendenti gay e lesbiche", (Rochester: precedentemente Harris Interactive e Witeck-Combs Communications, febbraio 2007).
- 22 Harris Poll e Witeck Communications, *Gli adulti LGBT preferiscono fortemente i marchi che supportano cause importanti per loro e che offrono anche uguali vantaggi sul posto di lavoro*, (New York e Washington DC: precedentemente Harris Interactive e Witeck-Combs Communications, luglio 2011), <http://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/>.
- 23 Hewlett e Yoshino, *Out in the World* (vedi nota 18).

- 24 Per chiarire: in alcuni paesi è consentito il matrimonio tra persone omosessuali, ma perché le persone trans possano ottenere il riconoscimento della loro identità di genere e richiama la sterilizzazione. In altri paesi, le persone trans hanno ottenuto una maggiore tutela. In molti Paesi, compresi quelli in cui i diritti delle persone lesbiche, gay, bisessuali e trans sono tutelati, le persone intersessuali continuano a dover affrontare pratiche mediche dannose.
- 25 Ad esempio: "Workplace Resources," Stonewall, consultato il 7 agosto 2017, <http://www.stonewall.org.uk/our-work/workplace-resources>; "Trans Toolkit for Employers," Human Rights Campaign, consultato il 7 agosto 2017, <http://www.hrc.org/campaigns/trans-toolkit>; "Workplace Climate Resources," Human Rights Campaign, consultato il 7 agosto 2017, <http://www.hrc.org/resources/workplace-climate-resources>; "Transgender Law Center Model Employer Policy," Transgender Law Center, consultato il 7 agosto 2017, <https://transgenderlawcenter.org/resources/employment>; "Intersex Australia and Pride in Diversity Guide to Intersex Inclusion for Employers," OII Australia, ottobre 2014, <https://oii.org.au/employer/>;
- 26 International Trade Union Confederation, *Building Workers' Power* (Berlino: ITUC, maggio 2014), <http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/ituc-3co-e-5-congressstatement-en-210x297-01-140819.pdf>.
- Inoltre, il Trades Union Congress ha adottato la "Carta sulla solidarietà tra lesbiche, gay, bisessuali e transessuali":
- Trades Union Congress, "International LGBT solidarity, a trade union Charter", Trade Unions Congress, marzo 2015, <https://www.tuc.org.uk/sites/default/files/LGBTUCharter.pdf>.
- 27 *Pride*, diretto da Matthew Warchus (2013; Londra: Pathé International).
- 28 Claire House, "A6: Community Engagement across Your Global Footprint," Stonewall, aprile 2016, [https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session\\_a6\\_community\\_engagement\\_across\\_your\\_global\\_footprint.pdf](https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session_a6_community_engagement_across_your_global_footprint.pdf).
- 29 International Trade Union Confederation, *Scandal inside the Global Supply Chains of 50 Top Companies* (Bruxelles: International Trade Union Confederation, 2016) [http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdf-frontlines\\_scandal\\_en-2.pdf](http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdf-frontlines_scandal_en-2.pdf).
- 30 Il Rapporto ILO sulla natura mutevole dei posti di lavoro sottolinea che le stime dei lavori relativi alla catena di approvvigionamento globale dovrebbero essere interpretate come stime calcolate per eccesso del numero reale dei posti di lavoro collegati alle catene di approvvigionamento globali nelle economie analizzate, ovvero 40 Paesi che rappresentano l'85% del PIL mondiale e che coprono i due terzi della forza lavoro mondiale. *International Labour Office, World Employment and Social Outlook: The Changing Nature of Jobs* (Geneva: International Labour Office, 2015), 133, [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dgreports/-/dcomm/-/publ/documents/publication/wcms\\_368626.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dgreports/-/dcomm/-/publ/documents/publication/wcms_368626.pdf).
- 31 Nel 2015, nella sua decima relazione *Proxy Preview*, l'organizzazione di patrocinio degli azionisti As You Sow ha rilevato che 17 risoluzioni hanno richiesto tutele formali per i dipendenti LGBT e meta delle aziende obiettivo hanno già accettato tali richieste, tra queste la ExxonMobil, a lungo contraria, che ha cambiato la propria politica dopo più di un decennio di proposte. <http://www.proxypreview.org/wp-content/themes/nanica/download/download-attachment-2016.php>.
- 32 Clean Yield Asset Management, "Copy of Letter for CY Website," Clean Yield Asset Management, novembre 2014, <http://cleanyield.com/assets/Copy-of-Letter-for-CY-web-site-2.pdf>.
- 33 Il CEO di Starbucks Howard Schultz, meeting annuale di Starbucks, Seattle, maggio 2013 [https://www.bizjournals.com/seattle/video/c1eDjYT o4LXS3l oL7s\\_pSdNy0Nv0FwF?autoplay=1](https://www.bizjournals.com/seattle/video/c1eDjYT o4LXS3l oL7s_pSdNy0Nv0FwF?autoplay=1).
- 34 Lisa Van Beek, Alessandra Cancedda e Carlien Scheele, *The Business Case for Diversity in the Workplace: Sexual Orientation & Gender Identity* (Bruxelles: Commissione Europea, 26 settembre 2016), [http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/report\\_companies\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/report_companies_final_en.pdf); Vivian Hunt, Dennis Layton e Sara Prince, "Why Diversity Matters," McKinsey and Company, gennaio 2015, <http://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/why-diversity-matters>; Tim Smedley, "The Evidence Is Growing - There Really is a Business Case for Diversity," Financial Times, 14 maggio 2014, <https://www.ft.com/content/4f4b3c8e-d521-11e3-9187-00144feabdc0>.
- 35 "Human Rights Reporting Assurance Frameworks Initiative," Shift Project, novembre 2012, <https://www.shiftproject.org/resources/collaborations/human-rights-reporting-assurance-frameworks-initiative/>.
- 36 "Corporate Human Rights Benchmark", Business & Human Rights Resource Center, marzo 2017, <https://business-humanrights.org/en/chrp>.
- 37 Ufficio dell'Alto Commissario per i Diritti Umani, *Rapporto dell'Alto Commissario per i Diritti Umani: Discrimination and Violence against Individuals Based on Sexual Orientation and Gender Identity* (A/HRC/29/23) (New York: Consiglio delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, maggio 2015) [http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A\\_HRC\\_29\\_23\\_en.doc](http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc).
- 38 James I. Charlton, *Nothing about Us without Us: Disability Oppression and Empowerment* (Berkeley: University of California Press, agosto 2000). [http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A\\_HRC\\_29\\_23\\_en.doc](http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc).
- 39 In un caso, in Africa, una dirigente è stata licenziata dal proprio datore di lavoro dopo che l'orientamento sessuale del suo partner, una famosa celebrità, era stato rivelato dai media locali. L'ex manager, ora attivista, è stata invitata a dimettersi il giorno stesso e ha scoperto di non avere basi legali per potersi opporre al proprio licenziamento. Sebbene la compagnia disponga di policy anti-discriminazione di stampo progressista, le è stato detto "Il tipo di persona che lei è nuoce all'immagine pubblica dell'azienda". (Consultazioni OHCHR sugli Standard di Condotta, 2016).
- 40 ILGA, "Sexual Orientation Laws in the World- Criminalisation", International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, and Intersex Association (ILGA), maggio 2017, [http://ilga.org/downloads/2017/ILGA\\_WorldMap\\_ENGLISH\\_Criminalisation\\_2017.pdf](http://ilga.org/downloads/2017/ILGA_WorldMap_ENGLISH_Criminalisation_2017.pdf).
- 41 Il gruppo di patrocinio Stonewall pubblica il Global Workplace Equality Index, che divide le giurisdizioni in zone che indicano le diverse sfide che le organizzazioni devono affrontare nelle loro attività a livello mondiale. Nei Paesi della Zona 1, i rapporti tra persone omosessuali sono legali ed esistono chiare tutele nazionali per l'occupazione sulla base sull'orientamento sessuale. Nei paesi della Zona 2, le relazioni tra persone omosessuali sono legali ma non esistono chiare protezioni nazionali per quanto riguarda l'occupazione, mentre nei Paesi della Zona 3 le relazioni tra persone omosessuali sono illegali. <http://www.stonewall.org.uk/global-workplace-equality-index>.
- 42 OHCHR, "Living Free and Equal: What States Are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People," Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, novembre 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>; Zhan Chiam, Sandra Duffy, and Matilda González Gil, "Trans Legal Mapping Report: Recognition before the Law," ILGA, novembre 2016, <http://ilga.org/what-we-do/gender-identity-and-gender-expression-program/trans-legal-mapping-report/>; "Comparative Research Data on 190 Countries Worldwide," Trans Respect versus Transphobia Worldwide (TGEU), 2017, <http://transrespect.org/en/>.
- 43 European Agency for Fundamental Rights, *Being Trans in the European Union: Comparative analysis of EU LGBT Survey Data* (Lussemburgo: Publications Office of the European Union, 2014), <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/being-trans-eu-comparative-analysis-eu-lgbt-survey-data>.
- 44 OHCHR, "Living Free and Equal: What States are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People," Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani, novembre 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>.
- 45 Cisgender è un'aparola che indica una persona che non è transgender.
- 46 Brendan Snyder, "LGBT Advertising: How Brands are Taking a Stance on Issues," Think with Google, marzo 2015, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-advertising-brands-taking-stance-on-issues/>.
- 47 Stonewall e Simmons & Simmons, "Embedding LGBT Equality into Procurement Practices and Supply Chain Management," Stonewall, 2016, [https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/simmons\\_simmons\\_-\\_embedding\\_lgbt\\_equality\\_into\\_procurement\\_practices\\_and\\_supply\\_chain\\_management.pdf](https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/simmons_simmons_-_embedding_lgbt_equality_into_procurement_practices_and_supply_chain_management.pdf).
- 48 La Sezione 377A del Codice Penale di Singapore è il principale atto legislativo rimasto che persegue le pratiche tra uomini adulti consenzienti. Il primo ministro di Singapore, Lee Hsien Loong, una volta ebbe a dire che "c'è spazio per la comunità gay [a Singapore], ma non dovrebbero cercare di imprimere un'accelerazione, perché, se lo faranno, ci sarà una forte opposizione..." <http://www.straitstimes.com/singapore/singapore-not-ready-for-same-sex-marriage-as-society-is-still-conservative-pm-lee>.
- 49 Christy Mallory e Brad Sears, "Discrimination, Diversity, and Development: the Legal and Economic Implications of North Carolina's HB2," The Williams Institute e Out Leadership, maggio 2016, <http://williamsinstitute.lawucla.edu/wp-content/uploads/Discrimination-Diversity-and-Development-The-Legal-and-Economic-Implications-of-North-Carolina-HB2.pdf>;

# Mini glossario

**COMING OUT:** processo attraverso cui gli individui rivelano e affermano la propria identità di genere o il proprio orientamento sessuale.

**ESPRESSIONE DI GENERE:** il modo di presentarsi di un individuo ad esempio abbigliamento, comportamento e altri fattori che riflettono aspetti dell'identità di genere o del ruolo di genere.

**ETEROSESSUALE:** aggettivo usato per indicare una persona attratta emotivamente e/o sessualmente da persone del sesso opposto.

**FEMALE-TO-MALE (FtM):** persona a cui è stato assegnato alla nascita il sesso femminile e che ha cambiato, sta cambiando o desidera cambiare il proprio corpo e/o la propria identità di genere in direzione maschile. Il termine più appropriato per indicare la persona **ftm** è uomo transgender.

**GAY:** aggettivo che indica un uomo con orientamento sessuale di tipo omosessuale.

**IDENTITÀ DI GENERE:** senso intimo e profondo di appartenere ad un genere e non a un altro, maschile, femminile o uno alternativo. L'identità di genere può o meno corrispondere al sesso assegnato alla nascita o alle caratteristiche sessuali primarie o secondarie.

**IDENTITÀ SESSUALE:** espressione che indica una dimensione soggettiva e personale dell'essere sessuato che si costruisce nel tempo attraverso un processo dove si intrecciano fattori biologici, psichici, educativi e socioculturali. L'identità sessuale è costituita infatti da quattro fattori ovvero sesso biologico, identità di genere, ruolo di genere e orientamento sessuale che si possono combinare in modi diversi.

**INTERSESSUALITÀ:** condizioni che si manifestano alla nascita (condizioni congenite) nelle quali le caratteristiche sessuali (per esempio cromosomi sessuali, testicoli o ovaie e/o genitali) non sono definibili come esclusivamente maschili o femminili.

**LESBICA:** aggettivo che indica una donna con orientamento sessuale di tipo omosessuale.

**LGBT+:** acronimo di origine anglosassone usato per indicare le persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender. Il simbolo + viene aggiunto per comprendere altri gruppi di popolazione come intersessuali, genderqueer, genderfluid, asessuali ecc.

**MALE-TO-FEMALE (MtF):** persona a cui è stato assegnato alla nascita il sesso maschile e che ha cambiato, sta cambiando o desidera cambiare il proprio corpo e/o la propria identità di genere in direzione femminile. Il termine più appropriato per indicare la persona **mtf** è donna transgender.

**MINORITY STRESS:** termine che fa riferimento al profondo disagio, dovuto al fatto di appartenere a una minoranza, che impedisce di vivere serenamente la propria condizione omosessuale o transgender.

**OMOFOBIA:** paura dell'omosessualità, sia come timore ossessivo di essere o di scoprirsi omosessuale, sia come atteggiamento di condanna dell'omosessualità.

**OMOSESSUALE:** una persona attratta emotivamente e/o sessualmente da persone dello stesso sesso.

**ORIENTAMENTO SESSUALE:** indica l'attrazione fisica, emozionale, romantica e/o sessuale di una persona per un'altra. L'orientamento sessuale è cosa distinta dal sesso biologico, dall'identità di genere e dal ruolo di genere.

**PERCORSO DI AFFERMAZIONE DI GENERE:** percorso che porta una persona ad appartenere al genere in linea con l'identità di genere percepita. Questo percorso può includere: coming out verso la propria famiglia, amici e/o colleghi di lavoro; cambio del nome sui documenti; terapia ormonale e/o chirurgica (in quest'ultimo caso parliamo di "percorso medico di affermazione di genere").

**RUOLO DI GENERE:** insieme di comportamenti e attitudini che sono riconosciuti socialmente e culturalmente come propri dei maschi o delle femmine.

**TRANSESSUALE:** il termine transessuale, oggi meno utilizzato, sta a indicare quelle persone transgender che decidono di modificare il proprio corpo attraverso trattamenti ormonali e/o chirurgici.

**TRANSFOBIA:** termine che si riferisce alla repulsione, all'odio, alla discriminazione e all'aggressione fisica e verbale nei confronti di individui di genere non conforme.

**TRANSGENDER:** transgender è un aggettivo, non un sostantivo. Questo termine sta ad indicare quelle persone la cui identità di genere e/o ruolo di genere non si allineano al sesso assegnato alla nascita. Il termine transgender non indica attrazione o orientamento sessuale.

# Ringraziamenti

L'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani desidera riconoscere il ruolo dell'Institute for Human Rights and Business nello sviluppo del presente rapporto e delle consultazioni che hanno preceduto la sua preparazione. Si ringraziano, Dan Bross per il suo supporto e la sua guida, Microsoft, Godrej Industries, Baker McKenzie, EY, Stonewall, ACON e Out Leadership per avere co-presentato riunioni consultive e/o eventi di lancio, e le oltre 100 aziende e organizzazioni non governative che hanno partecipato a riunioni consultive a livello regionale e/o fornito input per via elettronica. Si ringrazia anche il Governo norvegese, Microsoft e la Fondazione Rafto per il supporto finanziario e/o in natura riservato a questa iniziativa.

## Ufficio dell'Alto Commissario per i Diritti Umani

Palais des Nations  
CH 1211 Ginevra 10 – Svizzera

La campagna dell'Ufficio dei Diritti Umani dell'ONU UN Free & Equal sta lavorando per combattere lo stigma e la discriminazione nei confronti delle persone LGBTI a livello mondiale. Per ulteriori informazioni e per iscriversi, visitare [unfe.org](http://unfe.org).

Le indicazioni utilizzate e la presentazione del materiale nella presente relazione non comportano l'espressione di qualsivoglia opinione da parte dell'Alto Commissario per i Diritti Umani in merito allo status giuridico di qualsiasi Paese, territorio, città o area, o delle sue autorità, o concernente la delimitazione delle sue frontiere e dei suoi confini.

Prodotto dall'Alto Commissariato per i Diritti Umani  
Direzione creativa, grafica e illustrazioni: L0studio  
Foto: Palazzo delle Nazioni Unite/Rick Bajornas; Zeid Ra'ad Al Hussein/Justin Lane Stampato da International Training Centre of the International Labour Organization (ILO/ITC)

New York, 2017  
© 2017 Nazioni Unite  
Tutti i diritti internazionali riservati.





# I cinque standard di condotta per le aziende

1. Rispettare i diritti umani
2. Eliminare la discriminazione
3. Fornire supporto
4. Impedire altre violazioni dei diritti umani
5. Agire nella sfera pubblica

Prodotto realizzato con il cofinanziamento dell'Unione Europea - FSE - PON Inclusionione 2014/2020



UNIONE EUROPEA  
Fondo Sociale Europeo

PON  
INCLUSIONE

M

MINISTERO del LAVORO  
e delle POLITICHE SOCIALI

Unar  
Unione Nazionale Antidiscriminatori Italiani  
o difesa delle differenze