

Indice

1	Di che cosa parliamo quando parliamo di inclusione (e di marketing inclusivo)	1
	Stefania è marrone	1
	Inclusione o integrazione?	2
	La rampa e il cubo di Rubik	3
	È vera gloria?	4
	A proposito di marketing inclusivo	5
	La lezione di Lorraine Twohill	6
	L'inclusione si può misurare?	9
2	Cinquanta (e più) sfumature di inclusività	11
	Beauty for all	11
	L'effetto Fenty sui brand di nicchia e sui big player	14
	La (triste) storia di Isabella Rossellini	17
	Elogio dell'imperfezione e della stranezza	18
3	No gender beauty	21
	C'era una volta David Beckham	21
	Il make-up non make-up di Chanel (e non solo)	23
	Inclusione o discriminazione?	24
	Gender neutral make-up e gender neutral cosmetics	25
	Opportunismo o convinzione?	28
	Tutto per la Generazione Z	29

4	Chi definisce i canoni della bellezza autentica?	31
	The Real Beauty campaign	31
	Come mi vedo e come mi vedono gli altri	33
	A proposito di digital distortion	35
	Un percorso in tre fasi	36
	I punti deboli di Real Beauty	38
	Donne insicure, uomini forti	39
	Che cosa c'entra il Covid-19?	39
5	Adaptive fashion	41
	Un miliardo di clienti	41
	L'idea di Tommy Hilfiger...	42
	... e quella di Marks & Spencer	43
	Camila e i capi per i non vedenti	44
	Un (altro) paio di jeans	45
	Una questione culturale	47
	La giusta strategia di comunicazione	48
	Role models, not runway models	49
	Persone migliori	50
6	L'inclusività non è un gioco	51
	La Barbie con la vitiligine	51
	Se la disabilità è un business	52
	Gender neutral dolls	53
	Lego: dalle gaffes ai Braille Bricks	54
	#ToyLikeMe	56
	Perché l'inclusione è importante per i giocattoli	57
	A proposito di videogame: l'esempio di Microsoft e quello di Nintendo	58
	Se il protagonista è cieco	60
7	La caduta degli angeli	61
	Tutto ha inizio al Plaza Hotel	61
	Un nuovo casting	63
	Plus size o non plus size?	64
	Si spengono le luci	65
	La crisi di immagine e il crollo delle vendite	66

Pink è un'altra storia	68
ThirdLove e gli altri	69
8 Rivoluzione in passerella	71
Una faccia che incute rispetto	71
Dalle mannequin alle top model, alle interpreti dello stile del brand	73
La forza di un segno distintivo	74
Non è bello ciò che è bello	76
Grey attitude	77
La paura del diverso	79
9 Effetto arcobaleno	81
I moti di Stonewall	81
Scelta etica o strategica?	83
Metti l'arcobaleno sulla t-shirt	84
Rainbow washing	85
Si può fare di più	86
2020: un Pride speciale	87
Boicotta il biscotto arcobaleno	88
Una questione complessa	89
10 Sbatti il «mostro» in copertina	91
Nessuno mi può giudicare	91
Body positivity o marketing?	92
Un'imperfezione troppo perfetta	93
E se in copertina ci fosse un uomo?	94
I'm the whole damn meal	95
Diversity da cover	96
Svolta queer	99
11 Black (e non solo) Lives Matter	101
Il colore della pelle	101
Non è un'auto per neri	102
Wagner con gli occhi a mandorla	104
Chi è la scimmia più cool della giungla?	105
Navigare italiano	106

Don't do it	107
La solidarietà passa da Instagram	109
12 Quando il prodotto è razzista	111
Faccia nera, mani bianche	111
Quella foto di Gino Sorbillo	112
Otto e Sambo: trova le differenze	113
Come scusarsi: prendere lezioni da Prada	115
Il maglione di Gucci...	116
... e la felpa di Zara	117
Il dolce è razzista	118
Un mercato da 50 miliardi di dollari	119
13 Verso uno shopping più accessibile	121
Percorso a ostacoli	121
Piccoli segnali	122
Un negozio senza spigoli	123
Focus sui senior	125
Chiedilo a Google Maps	127
E-commerce senza barriere	128
14 L'inclusione entra in azienda	131
Diversity è una bella parola	131
Tutto comincia con il recruitment	132
Quale strada scegliere?	133
È il momento del diversity manager	134
I piani di Gucci	135
15 Perché ha (ancora) senso parlare di quote rosa	137
L'annosa questione del gender gap	137
Peggio della Norvegia, meglio della Germania	138
Che cosa succede nelle società non quotate...	139
... e fuori dai consigli di amministrazione	140
«Shecession»	141
Carriere intermittenti	142
Il più grande furto della storia	144
Tutto comincia a scuola	145

16	Quanto vale l'inclusione?	147
	Famiglie moderne	147
	Meglio di Francia e Germania	148
	Più percezione di inclusione, più shopping	150
	L'inclusione (reale) migliora i conti	151
	I diversity award	152
	Tutti i limiti delle classifiche	155
	Multinazionali e PMI	156
	L'inclusione è (solo) un business?	157
	L'inclusione è (solo) comunicazione?	160
	L'inclusione è (solo) una parola?	161
	Ringraziamenti	165