

Barilla eccellenza LGBT+ italiana

La Barilla, famosa azienda italiana produttrice di pasta, torna a far parlare di sé in relazione alle tematiche LGBT.

Alcuni anni fa, come i nostri lettori ricorderanno, il Presidente dello storico marchio **Guido Barilla** finì su tutti i giornali per aver dichiarato ai microfoni di **Radio24**: “*Non faremo pubblicità con omosessuali perché a noi piace la famiglia tradizionale. Se i gay non sono d'accordo, possono sempre mangiare la pasta di un'altra marca*”. Era il 25 settembre del 2013 e questa dichiarazione provocò una pioggia di polemiche, da parte delle associazioni gay friendly e di esponenti del mondo politico, della stampa e dello spettacolo, con minacce di non comprare più la pasta Barilla.

Nel giro di poche ore, **Guido Barilla**, triste e dispiaciuto, fece mea culpa, rilasciando la seguente intervista: “*È chiaro che ho molto da imparare sull'evoluzione della famiglia. In Barilla, abbiamo cura di tutti, senza distinzioni di razza, religione, fede, sesso o orientamento sessuale. A tutte le persone – amici, famiglie, dipendenti e partner commerciali – che si sono sentite toccate o offese, chiediamo sinceramente scusa. Nella mia vita ho avuto rispetto nei confronti di tutte le persone che ho incontrato, inclusi i gay e le loro famiglie, senza alcuna distinzione*”.

Da allora la Barilla è diventata un'azienda modello per quanto riguarda la non discriminazione nei confronti di omosessuali e persone di orientamento LGBT. Tanto da essere appena diventata la prima azienda italiana a supportare un'iniziativa dell'Onu per contrastare la discriminazione Lgbt sul posto di lavoro. Si tratta dell'adesione ad uno standard di condotta per imprese internazionali, già sottoscritto da colossi come Ikea, Google, Vodafone, Microsoft, che ha l'obiettivo di promuovere il rispetto e il supporto alla comunità Lgbt e a [eliminare la discriminazione all'interno del posto di lavoro](#).

In esso rientra la garanzia del diritto di esprimersi, del punto di vista e dell'individualità di ogni dipendente, partner e cliente. Questa adesione rientra nelle numerose iniziative avviate dalla Barilla per combattere l'omofobia, tra le quali ricordiamo la partecipazione ai pride di Milano e Chicago (<https://www.barillagroup.com/en/diversity-inclusion>).

“*Barilla è impegnata più che mai per creare un gruppo diversificato e inclusivo, che offra uguali opportunità ai suoi dipendenti e abbracci le differenze esistenti come una forza che tutti noi apportiamo al nostro modo di lavorare: buono per te, buono per il pianeta*”, ha dichiarato **Kristen Anderson**, Chief Diversity Officer di Barilla.

Che dire? Non possiamo che esprimere il nostro rammarico nel vedere un marchio storico della pasta italiana totalmente assuefatto e pronò alle campagne ideologiche Lgbt.

Tommaso Monfeli

www.osservatoriegender.it, 10 marzo 2018



Ricevi la nostra Newsletter

tutte le notizie sul "gender" ogni settimana

Il nostro **BOLLETTINO** è totalmente **GRATUITO**

Grazie per esserti iscritto !