



**change.org**

**Il nostro impatto nel 2019**



<b>Su di noi</b>	<b>3</b>
<b>I nostri utenti</b>	<b>5</b>
<b>Il nostro modello d'impatto</b>	<b>7</b>
<b>Vittorie</b>	<b>9</b>
<b>Modello di finanziamento</b>	<b>25</b>
<b>Finanze</b>	<b>27</b>
<b>Sicurezza degli utenti &amp; Privacy</b>	<b>28</b>
<b>La nostra squadra</b>	<b>30</b>
<b>Il nostro Consiglio di amministrazione</b>	<b>34</b>
<b>Diversità &amp; Inclusione</b>	<b>35</b>
<b>Come lavoriamo</b>	<b>37</b>
<b>Informazioni generali</b>	<b>39</b>

# Su di noi

**La nostra missione è quella di dare a chiunque, ovunque, gli strumenti per creare il cambiamento che vuole vedere. La nostra visione è quella di un mondo in cui nessuno viene privato di questa possibilità e dove partecipare al cambiamento fa parte della vita quotidiana di ognuno.**

Change.org è la più grande piattaforma al mondo per il cambiamento sociale, con più di 329 milioni di utenti in tutto il globo (dati del 31 dicembre 2019). Ogni giorno, milioni di persone usano Change.org per lanciare, firmare e dare il loro sostegno a petizioni su tematiche che riguardano le loro vite e le loro comunità, lanciando delle campagne potenti, capaci di creare dei cambiamenti tangibili.

Change.org è composta da due organizzazioni che ci consentono di massimizzare il nostro impatto in tutto il pianeta: una Public Benefit Corporation (PBC) e una Fondazione filantropica.

La Change.org - PBC è un'organizzazione guidata dalla propria missione che realizza tutta la tecnologia necessaria alla piattaforma Change.org e ne supporta gli utenti in Nord America, Europa e Australia. L'intero fatturato della PBC proviene direttamente dai nostri utenti, i cui contributi ci consentono di offrire strumenti online gratuiti e il supporto necessario alla riuscita delle campagne lanciate dai cittadini.

La Fondazione Change.org è un'organizzazione no-profit che offre formazione gratuita su come creare movimenti dal basso, e dà supporto agli utenti della piattaforma principalmente in America Latina, Asia e Medio Oriente. La Fondazione è finanziata attraverso una combinazione di piccole donazioni e finanziamenti filantropici, inoltre detiene un comitato indipendente e una governance amministrativa e finanziaria autonoma rispetto a quella della PBC.

**Una Public Benefit Corporation (“PBC”)** è una nuova entità giuridica che negli Stati Uniti possono assumere le imprese guidate dalla propria missione sociale. Nelle aziende tradizionali, impiegati e dirigenti svolgono unicamente il compito di massimizzare i profitti, anche quando ciò risulta in contrasto con la missione dell'impresa stessa. In una PBC, invece, la missione dell'impresa è legalmente custodita nel suo atto costitutivo e i suoi dirigenti sono obbligati a tenere in considerazione nei loro processi decisionali tutte le parti interessate - tra queste sono inclusi gli utenti, lo staff, l'ambiente e la comunità circostante l'azienda.

Oltre a detenere lo status di PBC, siamo anche una **B Corporation Certificata** (una cosiddetta 'B Corp'). Le B Corp utilizzano il potere dell'imprenditoria per la risoluzione di problemi sociali e ambientali e devono superare regolari verifiche da parte dell'ente internazionale indipendente e no-profit B Lab - la BIA, acronimo inglese per “B Impact Assessment” - che misura, controlla e documenta lo stato della governance aziendale, i benefici per i dipendenti, la qualità delle relazioni tra l'azienda e la comunità circostante e la performance aziendale relativa alla tutela dell'ambiente.

Nel 2017 abbiamo completato il nostro quarto ciclo di certificazione, aumentando il nostro punteggio generale sull'impatto a 122 punti (partendo da 96,5 nel 2015). La prossima valutazione sul nostro impatto sarà effettuata nel 2020, secondo quanto stabilito dalle linee guida di B Lab. Attraverso questo report ci poniamo l'obiettivo di sviluppare i contenuti della BIA offrendo, al contempo, maggiori informazioni circa gli obiettivi, il modo di operare e l'impatto stesso realizzato dalla Change.org PBC.

**Change.org è disponibile in 12 lingue, e dispone di team locali in 18 Paesi.**



### **I team nazionali della PBC**

Australia, Canada, Francia, Italia, Russia, Spagna, Turchia, Regno Unito, Stati Uniti

### **I team nazionali della Fondazione**

Argentina, Brasile, Colombia, Germania, India, Indonesia, Giappone, Messico, Thailandia

# I nostri utenti

**Nel 2019 Change.org ha raggiunto il numero di 329.495.413 utenti, con un totale di 673.668.876 di firme da tutto il mondo.**

I nostri utenti riflettono la diversità dei Paesi in cui operiamo. Ognuno di loro possiede prospettive diverse riguardo la politica, la società e l'economia, e rappresenta ogni fascia d'età – dai teenager ai più anziani – e tra di loro vi sono sia attivisti esperti che milioni di persone completamente nuove all'attivismo civico. Il loro principale tratto in comune è la convinzione che le persone comuni dovrebbero essere ascoltate sulle questioni che influiscono sulle loro vite.

Ogni settimana, più di 1,2 milioni di persone si aggiungono alla platea globale di oltre 329 milioni di utenti su Change.org, rendendo la piattaforma un'istantanea costantemente aggiornata di ciò che i cittadini di tutto il mondo vogliono cambiare in un determinato momento.

## Utenti registrati al 31 dicembre 2019





[change.org/PasTaPotiche](https://change.org/PasTaPotiche)

**Sapere che siamo milioni di donne ad affrontare questo tipo di violenza mi ha dato la forza per emergere dal mio anonimato e portare avanti questa battaglia con determinazione.**

– Laura Jovignot,  
Autrice di petizioni (Francia)

Laura Jovignot lavora come hostess da sette anni, e ha lanciato una petizione su Change.org per porre fine al sessismo, alla discriminazione e al precariato insito nel settore delle hostess in Francia.

# Il nostro modello d'impatto

**Noi crediamo che, per creare un mondo in cui perseguire il cambiamento sia possibile per chiunque, occorranza sistemi sociali e politici che consentano alle persone in ogni luogo di farsi ascoltare sulle questioni che influiscono sulle loro vite.**

La nostra strategia per aiutare a ottenere sistemi decisionali maggiormente ricettivi è quella di creare una piattaforma maggiormente accessibile, attraverso cui sia possibile:

- 1 dare ai cittadini l'opportunità di diventare potenti mobilitatori per le questioni che stanno loro a cuore;**
- 2 mobilitare le persone affinché si uniscano e contribuiscano con la propria voce, il proprio tempo e il proprio denaro al progresso di queste campagne;**
- 3 interpellare i decisori per costringerli a rispondere a richieste di rilevanza pubblica, elaborate attraverso ogni campagna.**

Il nostro obiettivo è quello di creare un circolo virtuoso di partecipazione civica: all'aumentare del numero di persone che lanciano campagne sulla nostra piattaforma, si unisce alle campagne una rete ancora più ampia di persone, incrementando così la pressione e incentivando i decisori a rispondere alle richieste di ogni singola campagna. A sua volta, la realizzazione di un impatto concreto ispira ancora più persone a lanciare nuove campagne, accelerando così il circolo virtuoso.

Noi crediamo che questo circolo virtuoso abbia capacità trasformativa sulla realtà -- rendendo le persone più fiduciose rispetto alla forza della propria voce e più propense a partecipare all'azione civica, e i decisori sempre più ricettivi rispetto agli interessi collettivi.

Siamo ancora all'inizio del processo verso la costruzione di una piattaforma che consentirà la piena efficacia di questo circolo virtuoso, ma ne vediamo già il potenziale. Con oltre 41.000 campagne lanciate ogni mese, una rete globale di oltre 329 milioni di sostenitori e migliaia di risposte da parte di decisori di tutto il mondo, raccogliamo sempre più prove concrete sul potenziale della nostra piattaforma nel realizzare un impatto trasformativo.

## Il circolo virtuoso della partecipazione civica



### Dare voce ai

#### CITTADINI

Mettiamo a disposizione strumenti e supporto che consentono ai cittadini di lanciare petizioni in maniera semplice, consentendo a ognuno di diventare un potente mobilitatore sul tema che più gli/le sta a cuore.



### Coinvolgere i

#### DECISORI

L'ampiezza della mobilitazione incentiva i decisori a interagire direttamente col pubblico, incentivandoli ad acconsentire alla realizzazione del cambiamento desiderato.



### Mobilitare i

#### SOSTENITORI

Queste petizioni si diffondono grazie a potenti storie personali, e mobilitano gruppi variegati di persone a contribuire con la propria voce, il proprio tempo e il proprio denaro alla riuscita delle campagne.



## CAMBIAMENTO REALIZZATO DALLE PERSONE

Questo ciclo aiuta le persone a riconoscere il potere della propria voce. Le comunità si attivano in misura sempre maggiore, mentre governi e aziende sono sempre più tenuti a rispondere alle persone sulle cui vite hanno la capacità di influire.



# Vittorie

**Ogni mese vengono lanciate più di 41.000 campagne su Change.org, le quali ricoprono centinaia di aree tematiche differenti.**

Ogni ora, una di queste campagne raggiunge la vittoria – che sia cambiando una legge, una politica aziendale o la decisione di qualcuno che detiene un potere Istituzionale, impattando direttamente le vite di migliaia o milioni di persone.

Nel 2019, decine di migliaia di queste campagne hanno avuto un impatto sensibilizzando e influenzando l'opinione pubblica, costringendo così i decisori a occuparsi di questioni che avrebbero altrimenti ignorato, e cambiando al contempo la percezione di milioni di persone sulla propria capacità di cambiamento, sia a livello individuale che collettivo.

Per illustrare l'ampiezza delle campagne su Change.org, quanto segue costituisce una piccola selezione di vittorie conseguite nel 2019 in alcune delle aree tematiche più popolari sulla nostra piattaforma.

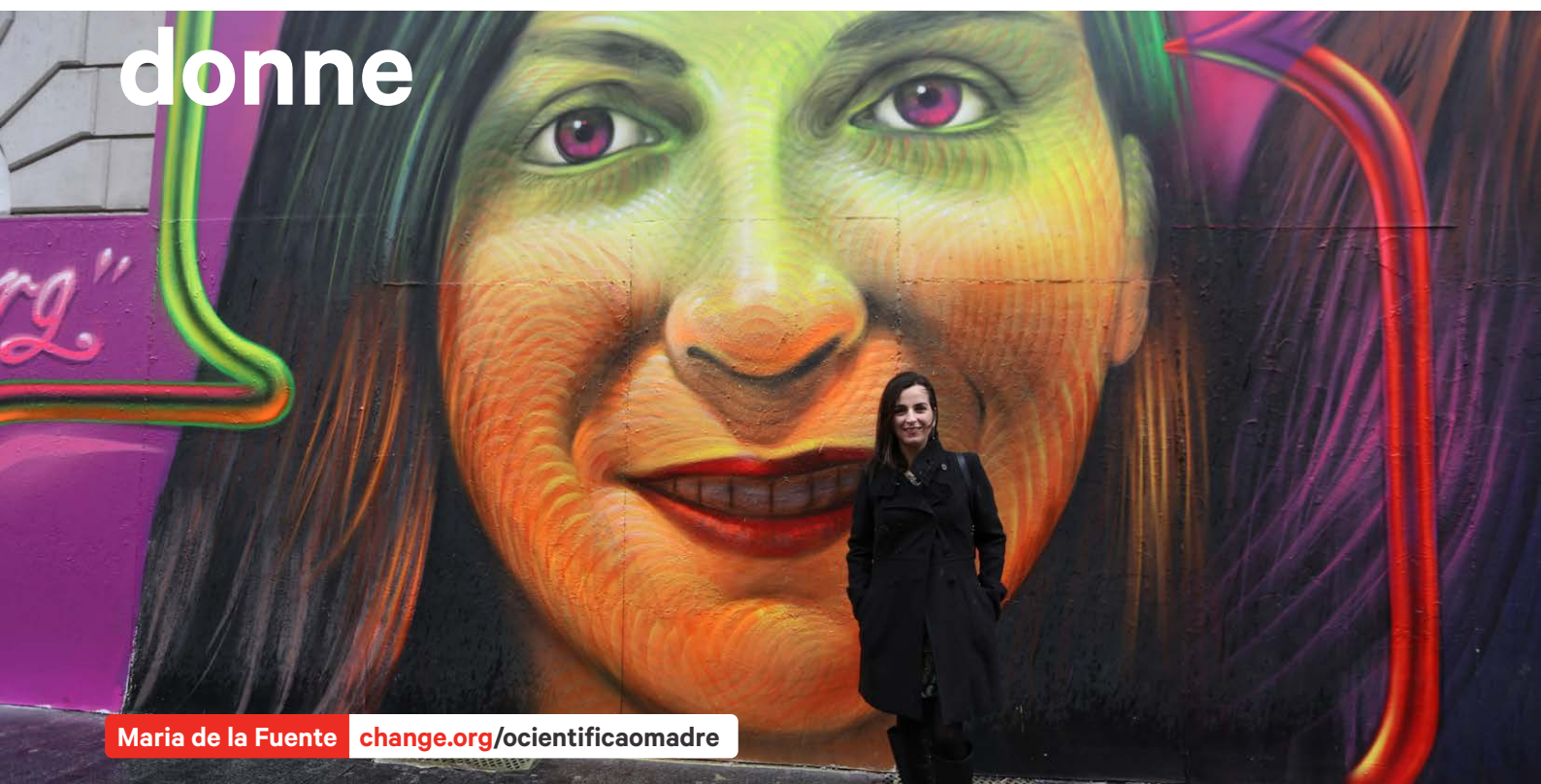
“

**Change.org si è rivelato come uno dei più influenti canali di attivismo nel Paese.**

– Washington Post



# Diritti delle donne



Maria de la Fuente [change.org/ocientificaomadre](https://change.org/ocientificaomadre)

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne per i diritti delle donne, come quella di Maria de la Fuente. Ecco la sua campagna:**

**Scienziata spagnola lancia una petizione per porre fine agli svantaggi imposti alle donne scienziate durante il periodo di maternità**

**M**aria de la Fuente, una scienziata spagnola di 39 anni, [ha lanciato una campagna](#) dopo essere stata vittima di discriminazione, durante la sua carriera di scienziata, a causa della maternità. Le donne scienziate presentano evidenti svantaggi rispetto agli altri candidati quando vengono valutate sui loro meriti durante uno specifico lasso di tempo.

Alla campagna lanciata da Maria si sono uniti 304.126 sostenitori, per mettere uno stop alla discriminazione perpetrata ai danni delle donne scienziate. Il Primo Ministro spagnolo, Pedro Sanchez, ha dato il suo sostegno alla campagna: "Perché tutte le donne hanno il diritto di esercitare la propria professione senza essere penalizzate dalla maternità. Questo governo si è impegnato verso la parità e la conciliazione su tutti i livelli e per tutte le professioni, così che nessuno debba attuare delle scelte."

Il governo ha approvato il "2019 Strategic Health Action", un piano che finalmente garantisce che le interruzioni dovute da gravidanza, custodia o maternità da parte delle ricercatrici non avranno peso nella fase di valutazione dei loro meriti.

Inoltre il Ministro della Scienza ha deciso di creare un ente di monitoraggio per la parità di genere, l'OMCI, acronimo spagnolo per Observatorio Mujeres, Ciencia e Innovación, per prevenire le molestie sessuali e/o quelle sul lavoro. L'ente promuoverà inoltre delle misure e delle iniziative per assicurarsi che il pregiudizio non porti le donne scienziate ad abbandonare le loro carriere.

► **304.126 firme**

## Alcuni altri esempi di campagne sui diritti delle donne nel 2019:



L'IVA sui prodotti sanitari mestruali, come tamponi e assorbenti intimi, è stata ridotta dal 19% al 7% dopo anni di [campagna](#) da parte di Nanna-Josephine Roloff e Yasemin Kotra.

**Nanna-Josephine Roloff e Yasemin Kotra**

**190,378 firme**



[La petizione di Lidia](#) ha vinto diventando parte del "Codice Rosso", un pacchetto di leggi approvate per porre fine alla violenza sulle donne, dopo che più di 100.000 persone hanno firmato l'appello della donna sopravvissuta a un tentato femminicidio.

**Lidia Vivoli**

**103.910 firme**



Dopo anni senza salari adeguati o assistenza sanitaria, [i diritti dei lavoratori domestici](#) in Messico sono stati finalmente riconosciuti grazie a questa campagna storica.

**Comunicación ILSB**

**35.815 firme**



Una donna di 22 anni con l'endometriosi [ha vinto una campagna per introdurre l'educazione mestruale nel curriculum scolastico.](#)

**Alice Smith**

**106.947 firme**



In Indonesia una vittima di molestie è stata incarcerata per avere registrato la telefonata del suo assalitore. [Questo appello è riuscito](#) a liberarla e a ricongiungerla con la sua famiglia.

**Erasmus Napitupulu**

**311.711 firme**



Durante un viaggio in solitaria, Kay è stata violentata dalla sua guida turistica, la quale invece godeva di ottime credenziali su TripAdvisor. [Il suo appello](#) ha convinto TripAdvisor ad assumersi maggiori responsabilità per la sicurezza dei propri utenti, implementando nuove funzioni sul sito per denunciare le violenze sessuali.

**Kay K.**

**695.010 firme**

# Salute e disabilità



Liliana Haas [change.org/KeepMakingVincristine](https://change.org/KeepMakingVincristine)

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne sul tema della salute e delle disabilità, come quella di Liliana Haas. Ecco la sua campagna:**

**Infermiera oncologica, sopravvissuta al cancro da bambina, lancia una campagna per garantire fornitura di medicinale salvavita**

**L**iliana Haas è un'infermiera oncologica presso l'ospedale pediatrico di Savannah, in Georgia. Tutti i giorni vede giovani pazienti combattere per la propria vita contro il cancro. È una lotta che Liliana conosce bene, perché anche lei è sopravvissuta alla leucemia da bambina.

Da bambina, Liliana è stata aiutata da un farmaco chiamato "vincristina", e ogni giorno, da infermiera, ha visto la vincristina aiutare moltissimi altri bambini. Così Liliana è rimasta incredula nell'apprendere che l'azienda farmaceutica che produceva il medicinale, la Teva Pharmaceuticals, ne avrebbe interrotto la produzione.

Liliana ha lanciato una petizione per mobilitare gli ex-pazienti oncologici e le loro famiglie negli Stati Uniti.

**"La vincristina è utilizzata in moltissime terapie di cancro infantile, la maggior parte dei miei pazienti impegnati in questa lotta l'ha ricevuta e dipende da essa per la cura. In qualità di infermiera, il mio compito è quello di dare una voce ai miei pazienti, perché non possono parlare a nome proprio. È per questo che ho lanciato l'appello," ha dichiarato Liliana a Yahoo!News.**

L'adesione popolare raccolta dalla petizione di Liliana ha catturato l'attenzione dei dirigenti della Teva Pharmaceuticals, [i quali hanno risposto direttamente ai firmatari della petizione](#) e hanno annunciato la reintroduzione del farmaco sul mercato.

► **215.244 firme**

## Alcuni altri esempi di campagne sui temi della salute e delle disabilità nel 2019:



Una studentessa di ingegneria impegnata a tempo pieno a prestare assistenza alla madre, vittima di un aneurisma cerebrale, **ha vinto una campagna** affinché, nel suo Ateneo, lo status degli studenti caregiver fosse equiparato a quello degli studenti lavoratori.

**Erika Borellini**

**113.929 firme**



La ventiquattrenne Veronika Maier è vincolata all'uso di una sedia a rotelle elettrica, ma la sua assicurazione sanitaria non voleva concedergliene una nuova finché non ha lanciato una **petizione su [Change.org](https://www.change.org)**.

**Veronika Maier**

**102.884 firme**



Kinley è affetto da disabilità, e per questo motivo il governo australiano era intenzionato a rimpatriare lui e tutta la sua famiglia in Bhutan. Il suo maestro d'infanzia **ha lanciato una petizione** aiutando così a salvare Kinley e la sua famiglia.

**David Randall**

**50.984 firme**



Meli, **specializzando in medicina a Buenos Aires, è riuscito a fermare una legge che avrebbe ridotto i diritti sul lavoro per gli specializzandi** nella città di Buenos Aires.

**Meli S.**

**112.072 firme**



**In seguito a questa campagna**, gli studenti e le studentesse delle scuole statali nella città indiana di Chandigarh avranno accesso a programmi di sensibilizzazione sulla salute adolescenziale e quella mestruale, attraverso lezioni guidate dalle scuole stesse.

**Iqbal Judge**

**28.755 firme**



Quando la dentista Romi non è stata ammessa come impiegata statale a causa della sua disabilità, LBH Padang **ha lanciato una petizione** per aiutarla a essere assunta presso il South Solok Hospital.

**LBH Padang**

**59.523 firme**

# Diritti degli animali



Sydney Helfand [change.org/PACTAct](https://change.org/PACTAct)

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne sui diritti degli animali, come quella della sedicenne Sydney Helfand. Ecco la sua campagna:**

## Teenager mobilita sostegno nazionale per la prima legge contro la crudeltà sugli animali di livello federale in America

Una liceale di sedici anni ha dato vita a un movimento nazionale per introdurre la primissima legislazione federale negli USA per affrontare i temi della crudeltà sugli animali e la tortura.

Sydney Helfand è un'amante degli animali, e si sentiva frustrata dal fatto che un pezzo chiave della legislazione continuasse a scontrarsi con dei limiti burocratici nel Congresso USA. [Un giorno, dopo la scuola, ha lanciato una petizione](#) facendo pressione sui legislatori affinché cominciassero a consultarsi su un disegno di legge noto come il "PACT Act" (sigla per "Preventing Animal Cruelty and Torture Act").

La petizione ha avuto enorme successo a livello di visibilità. Sydney è stata invitata da un gruppo bipartisan di legislatori davanti alla sede del Congresso per parlare del disegno di legge, e a nome dei suoi firmatari. Dopo più di 866.000 firme, sia la Camera che il Senato hanno approvato il disegno di legge con notevole sostegno bipartisan.

Nel novembre 2019 il presidente Donald Trump ha promulgato il disegno in legge. È così diventata la legge di prevenzione contro la crudeltà sugli animali più significativa della storia americana.

► **866.851 firme**

## Alcuni altri esempi di campagne sui diritti degli animali del 2019:



Il Canada era il più grande importatore di pinne di squalo fuori dall'Asia, fino a che la Oceana Canada ha condotto una campagna vittoriosa per [proibire il commercio di pinne di squalo in Canada](#).

Oceana Canada

313.038 firme



La superstar di fama mondiale Taylor Swift avrebbe dovuto esibirsi nella più grande corsa ippica in Australia, ma non dopo che gli animalisti e i suoi fan [l'hanno convinta ad annullare l'esibizione](#).

Coalition for the Protection of Racehorses

6.698 firme



Un'organizzazione per la protezione animali [ha lanciato una petizione](#) chiedendo alle forze dell'ordine e ai procuratori di creare dei gruppi di lavoro specializzati internamente alle loro istituzioni, per far rispettare in modo efficace la legge contro la violenza sugli animali del 2017.

OPAAC Proteccion Animal

31.025 firme



Florencia [ha lanciato una petizione chiedendo alla città di Buenos Aires](#) di trasportare gli animali dallo zoo cittadino verso riserve naturali per animali. Si è concentrata in particolare su Sandra, una orango divenuta famosa in seguito alla decisione di chiudere lo zoo. Sandra adesso è libera.

Florencia Asensos

84.150 firme



[Grazie alla petizione](#) lanciata da Aleyna Gökmen sono state vietate le carrozze trainate da cavalli ad Antalya, la quinta città più grande della Turchia.

Aleyna Gökmen

391.563 firme



I supermercati Carrefour [hanno accettato di terminare la vendita di foie gras in Italia](#) in seguito a una protesta dell'opinione pubblica.

Essere Animali

12.176 firme

# Crisi climatica e ambiente



**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne sulla tutela dell'ambiente, come quella di Zorikto Matanov. Ecco la sua campagna:**

## **Enorme campagna blocca la costruzione di un'azienda di imbottigliamento sulle rive del lago Bajkal**

Il lago Bajkal in Russia è un luogo unico, con un microclima e una biodiversità speciali. Dopo essere venuto a conoscenza del progetto per la costruzione di un impianto di imbottigliamento sulle rive del lago, Zorikto Matanov [ha lanciato una petizione](#) rivolta al governatore della regione di Irkutsk e al Ministro delle Risorse Naturali russo per fermarne la costruzione, evitando così un danno ambientale per il lago Bajkal.

L'appello è stato firmato da più di 1,2 milioni di persone e ha avuto grande copertura mediatica, oltre al sostegno di personaggi pubblici come Sergey Zverev, le presentatrici TV Victoria Bonya e Elena Letuchaya, l'attrice Maria Kozhevnikova e l'atleta Vyacheslav Vasilevsky.

**Al traguardo del milione di firme, è intervenuto il primo ministro Medvedev, ordinando l'ispezione della costruzione. In seguito, una corte ha dichiarato la costruzione illegale, di fatto bloccandola.**

**► 1.264.100 firme**



## Alcuni altri esempi di campagne sulle questioni ambientali del 2019:



Il parlamento britannico ha creato un precedente dichiarando lo stato di Emergenza Climatica nazionale. [La petizione è stata lanciata da Ariana, membro di Extinction Rebellion.](#)

**Ariana Jordão**

**235.458 firme**



Dalla sua casa di campagna in Francia, il ventisettenne Alexandre [ha fatto sì che Amazon si impegnasse a non distruggere la merce nuova e invenduta](#), e ha fatto pressione sul parlamento per portare ai voti una legge che ne vieti la pratica.

**Alexandre Briolais**

**211.385 firme**



I progetti per l'estrazione di oro e argento nelle miniere delle montagne Murat sono stati bloccati grazie a questo [vittorioso appello](#) lanciato da un locale. Le montagne ospitano alcune importanti specie animali, oltre a essere una vitale risorsa idrica per la regione.

**Yavuz Alniak**

**143.690 firme**



In seguito alla decisione dello stato dell'Ontario di bloccare i finanziamenti per piantare 50 milioni di alberi, [la petizione di Sambath](#) ha raccolto consensi da tutta la provincia, convincendo il governo federale a riprendere a finanziare il progetto.

**Sambath Kumar**

**100.080 firme**



[La pressione di 1,1 milioni di persone ha lasciato l'asta](#) promossa dalla ANP (National Petroleum Agency) senza alcune offerte per lo sfruttamento del bacino presso il parco nazionale Marinheiros dos Abrolhos.

**Tamires Felipe Alcântara**

**1.2 milioni di firme**



Il congresso colombiano [ha varato il divieto della plastica monouso nell'arcipelago di San Andres](#) grazie alla petizione di Natalia e al sostegno di più di 148.000 firmatari.

**Natalia Parra Osorio**

**148.793 firme**

# Protesta globale per l'Amazzonia



Photo by a satellite of © 2019 Planet Labs, Inc on August 20, 2019 shows smoke and fires in Brazil's state Para.

[amazonia-change.org](http://amazonia-change.org)

**A**d agosto 2019, alle tre del pomeriggio è scesa la notte sulla città di San Paolo. Il motivo: la fitta coltre di fumo causata dagli incendi nella foresta amazzonica. Secondo l'agenzia spaziale brasiliana, ad agosto 2019 il numero di incendi nella foresta amazzonica è aumentato dell'84% rispetto allo stesso periodo nel 2018.

Gli incendi non solo uccidono gli ecosistemi e la biodiversità, ma recano anche danni alla salute di milioni di persone, specialmente anziani e bambini, i quali hanno sofferto di complicazioni respiratorie dovute al fumo.

Gabriel Santos, un avvocato di Rio Branco, località nel cuore dell'Amazzonia, ha lanciato una petizione su Change.org chiedendo al governo di istituire una commissione di inchiesta indipendente per indagare le ragioni dell'aumento degli incendi nella regione e responsabilizzare i colpevoli.

La sua petizione è diventata virale in tutto il mondo. In poche settimane è stata firmata in più di 20 Paesi, raggiungendo la cifra impressionante di 4,8 milioni di firme.

Insieme agli attivisti di due organizzazioni ambientaliste, Gabriel ha scritto un articolo per uno dei maggiori quotidiani brasiliani. A inizio settembre si è recato a Brasilia per consegnare la petizione al congresso nazionale. Si è incontrato con senatori, deputati e persino con l'ex Ministro dell'Ambiente. Alla fine, anche il Presidente della Camera dei deputati, Rodrigo Maia,

ha ricevuto le firme e ha creato una Commissione esterna per valutare e monitorare le politiche ambientali. La Commissione esterna si comporrà di 13 deputati e seguirà l'operato di vari Ministeri (Ambiente, Sviluppo Economico e Politiche Agricole) per meglio comprendere l'impatto delle politiche socio-ambientali.

Finalmente, ad ottobre 2019 è stata costituita una commissione di inchiesta indipendente per indagare sugli incendi che hanno colpito la regione per mesi. Più di 5 milioni di persone provenienti da oltre otto Paesi hanno avuto prova del potere della loro firma!

## #AmazonDefenders:

Al deteriorarsi della situazione degli incendi in Amazzonia, utenti da tutto il mondo si sono rivolti a Change.org per lanciare delle petizioni. La Fondazione ha perciò creato la pagina per il movimento „[Amazon Defenders](#)“, raccogliendo 50 petizioni per un totale di oltre 14 milioni di firme in difesa dell'Amazzonia. Le campagne provenivano da oltre 15 Paesi, tra cui: Brasile, Germania, Inghilterra, Colombia, Bolivia, Italia, Spagna, Perù, Francia e India.

# Equità del sistema economico



Rena Eda [change.org/vaccine\\_kitaku](https://change.org/vaccine_kitaku)

Fotografo: Nanami MIYAMOTO

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne sulla giustizia economica, come quella di Rena Eda. Ecco la sua campagna:**

**Madre giapponese lancia una campagna per ottenere sussidi per i vaccini dei bambini colpiti dal cancro**

I pazienti oncologici pediatrici necessitano di farmaci che prevenano le infezioni anche dopo essere stati dimessi dall'ospedale. Il loro fisico e il loro sistema immunitario sono infatti indeboliti, e gli anticorpi acquisiti attraverso i vaccini possono essere distrutti dalla chemio. Ne risulta che la vita sociale dei bambini malati di cancro possa essere molto limitata.

Rena, mamma di un bambino sotto chemioterapia, [ha iniziato una campagna per ricevere dei sussidi per i vaccini](#) e test degli anticorpi per tutti i pazienti oncologici pediatrici.

Con l'aiuto di oltre 100.000 sostenitori, la campagna ha portato a una nuova normativa che prevede il sostegno economico per la reimmunizzazione dei bambini che hanno perso l'immunità in circostanze eccezionali, come quella del cancro in età d'infanzia.

► **10.236 firme**

## Alcuni altri esempi di campagne sulla giustizia economica del 2019:



Jeremy, che lavora come rider per Deliveroo, ha fatto sì che l'azienda si impegnasse a garantire condizioni di lavoro migliori per i rider dopo avere percorso 1.000 km in bici da Bordeaux a Parigi.

**Jeremy Wick**

**67.413 firme**



Carolina è riuscita a salvare l'unica biblioteca dell'isola di Stromboli, dando così nuova vita a un centro di educazione e attività per moltissimi giovani.

**Carolina Barnao**

**56.774 firme**



Julia, una bambina di sei anni affetta da una malattia rara, e centinaia famiglie come la sua, trarranno beneficio dalla campagna lanciata dai genitori di Julia -- in sostegno dei genitori che devono ridurre gli orari di lavoro per prendersi cura dei figli malati.

**Sílvia Márquez**

**128.027 firme**



Ruben, capo dei vigili del fuoco di Baja California Sur, ha dato vita a un movimento nazionale per chiedere condizioni di lavoro migliori per tutti i vigili del fuoco nello Stato, ed è riuscito a ottenere un incremento dei loro salari.

**Bomberos de los Cabos**

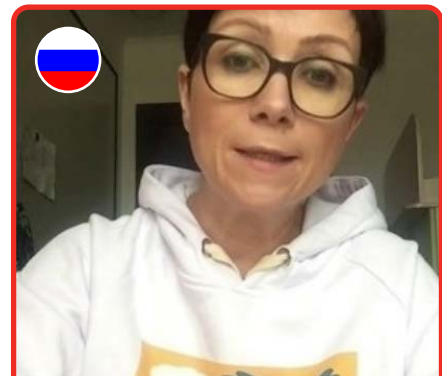
**13.115 firme**



Quando i dirigenti di Walmart decisero di eliminare l'accoglienza clienti in circa 1.000 punti vendita, un ruolo spesso ricoperto da persone con disabilità, varie petizioni li hanno convinti a non licenziare gli impiegati che ricoprivano questo ruolo.

**Jose (129,825), Meghan (11,754) e Scott (168,341 firme)**

**In totale 309.920 firme**



La madre di un bambino con bisogni speciali è riuscita in una campagna per alzare le indennità di sostegno per i genitori come lei, raggiungendo così il livello di salario minimo.

**Svetlana Shtarkova**

**770.000 firme**

# Diritti dei bambini



Raphaël Glucksmann [change.org/PourSamira](https://change.org/PourSamira)

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne per i diritti dei bambini, come quella di Raphaël Glucksmann. Ecco la sua campagna:**

**Una campagna nazionale rivendica il diritto di una bambina di 10 anni a rischio espulsione di rimanere in Francia**

Verso la fine del 2019, Samira, una bimba di 10 anni sfuggita all'escissione in Costa d'Avorio attraverso una terribile traversata in Libia, ha commosso l'intero Paese, poiché era a rischio di essere espulsa.

L'eurodeputato Raphaël Glucksmann [ha lanciato una petizione](#) che ha subito raccolto sostegno da parte dell'intera nazione. La campagna ha suscitato inoltre l'interesse di svariati personaggi pubblici, tra cui Omar Sy, Rachida Brakni, Smaïl Bouabdellah e Lucie Lucas.

La mobilitazione ha dato i suoi frutti, infatti le autorità hanno disdetto l'espulsione di Samira -- e adesso potrà rimanere in Francia con suo padre.

► **170.185 firme**

## Alcuni altri esempi di campagne per i diritti dei bambini del 2019:



Angélica [è riuscita a riportare in Spagna il suo bambino di sei mesi, Lucas](#), dopo che era stato detenuto in Bolivia per ragioni di tipo amministrativo.

**Angelica Villagomez**

**103.191 firme**



A settembre 2019, un adolescente sopravvissuto ad anni di povertà infantile [ha lanciato una petizione](#) che ha fatto sì che, durante un dibattito, i candidati alle presidenziali rispondessero ad alcune domande inerenti ai loro progetti per combattere la povertà infantile.

**Israel Glenn**

**79.022 firme**



Un'organizzazione civile [ha vinto una campagna per far sì che le autorità ristrutturassero](#) una scuola elementare in condizioni molto precarie.

**Alessandra Begalli**

**129.381 firme**



I farmaci per l'atrofia muscolare spinale (nota anche come SMA) di tipo 2 e 3 saranno adesso passati dal sistema sanitario nazionale, dopo che 1,3 milioni di persone hanno firmato 96 petizioni diverse, gran parte delle quali lanciate da famiglie con figli affetti da SMA.

**Sevilay Toker, Şeyma Biçen e altri**

**1,3 milioni di firme**



Il prete Pierre Vignon ha reso pubblico il caso del cardinale Barbarin, accusato di avere occultato dei casi di molestie su minore avvenute in alcune parrocchie francesi, spingendo così il Papa ad accettare le dimissioni del cardinale.

**Pierre Vignon**

**110.580 firme**



Una madre [ha lanciato una petizione](#) per garantire che l'unico reparto di trapianto di reni per bambini sottopeso continuasse a rimanere in attività.

**Marina Desyatskaya**

**550.027 firme**

# Diritti umani / Immigrazione



Kate e Harris [change.org/RemoveAnning](https://change.org/RemoveAnning) [change.org/ResignAnning](https://change.org/ResignAnning)

**Nel 2019 sono state lanciate numerose campagne per promuovere i diritti umani, come quella di Kate e Harris. Ecco la loro campagna:**

**Due australiani hanno lanciato la più grande petizione nazionale di Change.org di sempre, in solidarietà con la comunità musulmana**

In seguito alle dichiarazioni islamofóbiche di un senatore australiano dopo il massacro di Christchurch di marzo, i due australiani [Kate e Harris hanno lanciato delle petizioni](#) di solidarietà verso i musulmani, invitando inoltre il governo a richiedere le dimissioni del senatore.

Grazie al sostegno di quasi 1,5 milioni di firmatari, in aprile l'appello è arrivato in parlamento. In seguito vi è stata una mozione di sfiducia verso Fraser Anning, appoggiata da tutti i maggiori partiti.

Alla fine, il senatore Fraser Anning non è stato rieletto e il partito da lui istituito, il Conservative Nationals, non ha ottenuto seggi in parlamento.

► **1,49 milioni di firme**

## Alcuni altri esempi di campagne per i diritti umani del 2019:



Gabriel, un adolescente trans, e sua madre Pilar, [sono riusciti a modificare una legge](#) che negava ai minori trans il diritto di cambiare nome sui documenti d'identità.

**Pilar Suárez**

**202.647 firme**



Quando il sultano del Brunei ha annunciato una nuova legge che metteva la comunità LGBTQ+ del Paese a rischio fustigazione e persino omicidio, [gli studenti di Oxford hanno lanciato una campagna](#) per richiedere all'Università di revocare la laurea ad honorem che era stata assegnata al sultano.

**L E Dee**

**118.505 firme**



I membri della famiglia Bakare sono giunti in Canada in qualità di profughi, ma temevano per le loro vite dal momento che erano a rischio espulsione. La loro comunità locale e molte persone da tutto il Paese si sono unite per [bloccare la loro espulsione](#).

**Adam Schlichther**

**45.981 firme**



[Una petizione ha portato la Samsung ad assumersi l'impegno di indagare su delle azioni discriminatorie](#) condotte ai danni di una persona transgender durante il suo processo di candidatura. Inoltre la compagnia lavorerà con dei gruppi LGBT per promuovere la diversità di genere sul posto di lavoro.

**Nada Chaiyajit**

**7.275 firme**



In seguito alle minacce del governo federale di espellere Isabel, [una petizione lanciata da sua madre, unita a una mobilitazione di livello nazionale](#) hanno fatto sì che a Isabel fosse concesso di rimanere e ricevere le cure mediche necessarie per sopravvivere.

**Karla Bueso**

**196.669 firme**



Mody, un ragazzo di 16 anni del Mali che aveva perso il suo unico parente attraversando il Mediterraneo, non è stato spostato in un altro centro per minori richiedenti asilo dopo avere ricevuto [enorme sostegno da parte della comunità con la quale aveva instaurato un forte legame](#).

**Helene Soubise**

**29.314 firme**



# Modello di finanziamento

Siamo orgogliosamente finanziati grazie ai ricavi che provengono direttamente dai nostri utenti, i cui contributi permettono alla nostra piattaforma di rimanere libera, indipendente e accessibile a tutti. Ci sono due modalità attraverso cui viene finanziato il nostro lavoro:

## SOSTENENDO LA NOSTRA PIATTAFORMA

### ATTRAVERSO IL PROGRAMMA DI

### SOTTOSCRIZIONE

Il nostro programma di sottoscrizione consente alle persone di contribuire al nostro lavoro su base mensile, col 100% dei contributi che viene utilizzato per finanziare il supporto gratuito e gli strumenti per aiutare le persone comuni a vincere le loro campagne quotidianamente. Si tratta di contributi piccoli e regolari provenienti dalle sottoscrizioni e da un'incredibile comunità di persone che credono che ognuno debba avere una voce, e che la partecipazione civica è essenziale per creare istituzioni ricettive e responsabili di fronte ai cittadini.

Attraverso l'invio di contenuti esclusivi, teniamo i nostri sottoscrittori regolarmente aggiornati sull'impatto e sui risultati ottenuti grazie al loro contributo.

Alla fine del 2019, più di

**139.000 sottoscrittori**

hanno aderito al programma di sottoscrizione con contributi mensili.



**Change.org è il luogo che dà voce ai cittadini e alle campagne che non avrebbero altro modo di esistere. Per me, Change.org è il nuovo quarto potere.**

– José Luis, sottoscrittore di Change.org in Spagna



## ALIMENTANDO CAMPAGNE SPECIFICHE ATTRAVERSO

### LE PETIZIONI SPONSORIZZATE

Lo strumento delle Petizioni Sponsorizzate su Change.org consente ai sostenitori delle campagne di contribuire non solo con la propria voce, ma anche col proprio denaro alla crescita e alla riuscita delle campagne alle quali decidono di unirsi. Dopo aver firmato una petizione, gli utenti possono versare del denaro per promuoverla rendendola visibile a un maggior numero di utenti su Change.org, oppure per promuoverla sui manifesti pubblicitari o gli annunci online.

Con oltre 329 milioni di utenti, Change.org rappresenta la più grande platea di persone che si attivano su tematiche e problematiche di rilevanza sociale in tutto il mondo. Gli utenti che promuovono le petizioni sulla nostra piattaforma riescono a incrementare immediatamente il livello di sensibilizzazione della campagna che sostengono.

Nel 2019,

**1,8 milioni di persone**  
hanno promosso le petizioni su Change.org

Non accettiamo pubblicità e inserzioni da parte delle aziende: ciò mantiene Change.org interamente finanziata e incentrata sui nostri utenti.



Abbiamo **un modello di finanziamento che è profondamente allineato alla nostra missione**, attraverso la creazione di un circolo virtuoso nel quale via via che campagne sempre più forti vengono lanciate sulla piattaforma, aumentano i ricavi prodotti grazie alle persone che si uniscono e vogliono sostenere le petizioni e la piattaforma stessa. Ciò ci fornisce maggiori risorse da investire in strumenti gratuiti e nel supporto agli utenti, aumentando a nostra volta il numero di campagne forti.

# Finanze

## Change.org finanze

2019

Ricavi del 2019:

**\$40,1 milioni**

Costi complessivi del 2019:

**\$45,6 milioni**

## In cosa abbiamo investito i fondi:

2019

**\$24,8 milioni**

**in spese per il personale**, di cui

**11,6 milioni** verso ingegneri, programmatori e responsabili di prodotto, i quali creano gli strumenti per abbassare le barriere di accesso ai cittadini campaigners e per connettere gli autori di petizioni a grandi platee di sostegno.

**5,3 milioni** verso personale esperto di sostegno alle campagne, che aiuta i cittadini comuni a mobilitare i sostenitori nel firmare le loro petizioni, diffondono il loro messaggio attraverso influencers e media, e si confrontano direttamente con chi ha potere decisionale.

**\$20,8 milioni**

**in altre spese**, di cui

- Costi della piattaforma
- Hosting
- Affitto
- Tasse
- Software

Le differenze tra i nostri ricavi e i costi complessivi del 2019 è stata coperta da fondi provenienti dal nostro ultimo giro di investimenti del 2017. Questo giro di investimenti da più di \$30 milioni è stato guidato da Reid Hoffman, fondatore di LinkedIn, cui si sono uniti anche Bill Gates, Evan Williams e Sam Altman, già finanziatori in passato.

# Sicurezza degli utenti & Privacy

## SICUREZZA ONLINE

Abbiamo una responsabilità, in quanto più grande piattaforma per il cambiamento sociale al mondo, di creare un ambiente sicuro nel quale una pluralità di punti di vista possano essere condivisi in maniera sicura, e dove anche le persone che sono in disaccordo su alcuni temi possano trovare un terreno comune di confronto con gli altri. Per questo adottiamo posizioni forti contro l'odio, le discriminazioni e altri atteggiamenti violenti, e abbiamo messo in atto alcune policy e procedure dettagliate per far sì che Change.org sia un luogo sicuro per tutti i nostri utenti. La piattaforma di Chang.org è destinata a persone che abbiano compiuto almeno 16 anni. Tuttavia, incoraggiamo i ragazzi di età inferiore ai 16 anni a farsi guidare da un genitore o da un tutore legale per creare campagne che siano di loro interesse.

Abbiamo prodotto delle [Linee guida della comunità](#) che specificano in maniera chiara il comportamento che ci aspettiamo dai nostri utenti.

### Incoraggiamo i nostri utenti a:

- Pronunciarsi sulle questioni che vogliono cambiare
- Mobilitare gli altri a sostegno della propria causa
- Sollecitare i decisori competenti a interessarsi al problema
- Partecipare a dibattiti sani all'interno della comunità più ampia di Change.org

### Allo stesso tempo, siamo molto chiari sul fatto che non tolleremo:

- L'incitamento all'odio
- L'incitamento alla violenza né la glorificazione/esaltazione della stessa
- Il furto dell'identità di altre persone
- La violazione della privacy di altre persone
- Il bullismo
- Contenuti eccessivamente ed ingiustificatamente espliciti a livello grafico
- Contenuti che possano essere dannosi per i bambini
- Spam
- Contenuti illegali

Per poter identificare e gestire qualsiasi violazione delle nostre Linee guida, permettiamo ai nostri utenti di segnalare i contenuti inappropriati tramite specifiche icone per la segnalazione delle violazioni delle policy commesse attraverso la creazione di petizioni o commenti non conformi alle Linee guida. Abbiamo **una squadra dedicata alla Sicurezza degli utenti** che agisce velocemente per rispondere alle violazioni delle linee guida a noi segnalate. Tutti i nostri utenti acconsentono, prima di accedere alla piattaforma, alla possibilità che venga loro richiesto di rimuovere dei contenuti non conformi alle Linee guida.

Il nostro team per la Sicurezza degli utenti si impegna in un dialogo diretto con gli autori di petizioni i cui contenuti sono stati segnalati da altri utenti, per aiutarli a comprendere le proprie responsabilità sotto le Linee guida della comunità. Allo stesso tempo, però, ci riserviamo il diritto di rimuovere noi stessi i contenuti e, in caso di gravi violazioni, limitare l'accesso alla piattaforma da parte di un utente.

Aggiorniamo le nostre policy regolarmente per assicurarci che siano adeguate a un ambiente esterno in costante mutamento e che il lavoro del nostro team per la Sicurezza degli utenti rifletta le migliori pratiche esistenti.

Contemporaneamente ad assicurare la conformità dei contenuti alle Linee guida della comunità, il nostro team per la Sicurezza degli utenti fa da tramite, ove necessario, con altri servizi di supporto su tematiche quali la violenza domestica e la prevenzione al suicidio.



## DISINFORMAZIONE



Vogliamo ridurre al minimo la diffusione di informazioni manifestamente false che vengono presentate come vere e fattuali. Quando queste problematiche ci vengono segnalate, verificiamo la veridicità di qualunque rivendicazione o richiesta, e rimuoviamo i contenuti dimostrati come ingannevoli per altri utenti. Utilizziamo anche un sistema di banner che segnala agli utenti la presenza di contenuti relativi a teorie della cospirazione largamente diffuse o difficili da smentire, ma che sono ampiamente discutibili.

## PRIVACY DEGLI UTENTI



I nostri utenti ci affidano i loro dati e noi prendiamo molto seriamente il compito di proteggerli. Incorporiamo la protezione di dati personali all'interno della progettazione di ogni funzione della nostra piattaforma e siamo completamente conformi alle leggi in materia di protezione dei dati e sulla privacy di tutti i Paesi nei quali operiamo. **Non vendiamo i dati dei nostri utenti a terzi.**

Abbiamo pubblicato un insieme articolato di [policy](#) sulla nostra piattaforma per assicurarci che i nostri utenti siano ben informati su come usiamo e proteggiamo i loro dati. Queste policy spiegano:

- Le informazioni che raccogliamo
- Come le usiamo
- Per quanto tempo le conserviamo
- Con chi vengono condivise (es. sotto obbligo legale)
- In che modo i nostri utenti possono cambiare le loro impostazioni sulla privacy, chiedere il resoconto di tutti i dati che possediamo su di loro o chiedere che tutti i dati su di loro vengano cancellati dalla piattaforma.

Potete visitare il link <https://www.change.org/policies/privacy#3> per maggiori informazioni.

Gli utenti possono rivedere le loro opzioni sulla privacy in qualunque momento sulla nostra Dashbord sulla Privacy. Ciò consente ai singoli utenti di scegliere quando Change.org comunicherà con loro e di essere esclusi completamente dai destinatari delle email. Onoriamo ogni richiesta di accesso ai dati e di cancellazione degli stessi da parte dei nostri utenti.

In aggiunta ci assicuriamo che i nostri utenti vengano informati dell'[utilizzo di cookies](#) sulla piattaforma. Forniamo agli utenti informazioni circa:

- Cos'è un cookie
- Il tipo di cookies che utilizziamo
- Qual è il loro scopo
- Quando scadono i cookies
- In che modo ogni utente può gestire le proprie impostazioni sui cookies

Il nostro scopo è quello di mantenere la piattaforma aperta, sicura e capace di dare una voce a tutti. Per fare ciò abbiamo stabilito e siamo impegnati a onorare diritti e responsabilità che siano sufficientemente solidi da garantire che i nostri utenti possano operare in uno spazio sicuro, ma che siano anche sufficientemente flessibili da poter evolvere assieme a comportamenti online in costante evoluzione.



**Il team della Change.org - PBC è composto da più di 170 tecnici, promotori del movimento e imprenditori sociali sparsi in otto Paesi, tra America del Nord ed Europa, mentre il team della Fondazione Change.org si compone di più di 75 persone che aiutano a portare avanti le campagne dei cittadini in 10 Paesi, tra America Latina, Medio Oriente e Asia.**



# La nostra squadra<sup>1</sup>

## Direzione e leadership



**Ben Rattray**

**Chief Executive Officer (CEO) e fondatore**

Ben è il fondatore e CEO di Change.org. È stato nominato dal Time come una delle 100 persone più influenti al mondo, e da Fortune come uno dei '40 Under 40' giovani imprenditori in ascesa, e si è laureato alla Stanford University

**Benjamin Joffe-Walt**

**Chief Operating Officer (COO)**

Benjamin Joffe-Walt è il responsabile per le operazioni e per i mercati globali. In passato è stato vicepresidente del reparto Comunicazione per Change.org, contribuendo all'espansione della piattaforma in 18 mercati. Giornalista ed editore pluripremiato, il lavoro di Benjamin è apparso su numerose testate, tra cui Bloomberg, The Economist, The Atlantic, The Telegraph e la BBC.



**Portia Kersten**

**Chief Financial Officer (CFO)**

Portia Kersten è il direttore finanziario di Change.org, oltre a essere partner e cofondatrice di Attivo, dove sta concretamente aiutando le start-up e le giovani aziende a raccogliere fondi, massimizzare i potenziali di crescita, implementare le operazioni di ridimensionamento e ottenere exit di successo. Precedentemente alla creazione di Attivo, Portia ha trascorso 15 anni come direttore finanziario per alcune start-up e imprese ad alta crescita.



**Paula Peters**

**Chief Global Officer, Europa**

Paula Peters è la responsabile per la buona riuscita dei team di campaigner esperti, i quali lavorano per portare avanti le campagne dei cittadini in Europa, Russia e Australia. Ha fondato la piattaforma di Change.org in Germania, portandone la base di utenti da 60.000 a quasi 2,5 milioni in appena un anno. Prima di unirsi a Change.org, Paula è stata a capo dei Social Media e delle campagne online presso la World Wildlife Foundation.



<sup>1</sup> Direzione e Consiglio di amministrazione aggiornati al 31 luglio 2020.

## Bec Wilson

### Chief Global Officer, Nord America

Bec Wilson è responsabile delle operazioni di Change.org negli Stati Uniti e nel Canada, guidando il team delle campagne nella sua missione di sostegno ai movimenti sociali lanciati dal basso e supportati dalla tecnologia. Precedentemente, Bec è stata Deputy Executive Director presso il Centre for Australian Progress, e ha lavorato come consulente senior nel Consiglio del sindaco di Sydney.



## Nick Allardice

### Responsabile di prodotto

Nick Allardice è a capo del team di prodotto di Change.org. Precedentemente è stato a capo delle operazioni di mobilitazione globale di Change.org, e ne ha supervisionato l'espansione in 18 mercati in Europa, Asia e Sud America. Prima di entrare a Change.org, Nick ha fondato Live Below the Line, una campagna online internazionale che ha raccolto 20 milioni di dollari per combattere l'estrema povertà, e ha ricoperto ruoli dirigenziali presso Make Poverty History e The Oaktree Foundation.



## Elana Lopez

### Chief People Officer

Elana Lopez è a capo delle Risorse Umane, che si occupa di recruiting, sostegno alle persone, cultura e diversità, formazione e sviluppo. Prima di unirsi al team di Change.org, Elana è stata Director of HR presso Avaaz.



## Preethi Herman

### Direttore esecutivo globale della fondazione Change.org

Preethi è uno dei 20 membri della Obama Foundation del 2018, ed è stata scelta dal governo indiano come una delle 25 donne che stanno cambiando l'India nell'iniziativa #WomenTransform. Ha guidato l'espansione della piattaforma Change.org in India, ed è stata nominata da Impact Media come una delle 50 donne più influenti nei media indiani.



## Elaine Zhou

### Chief Technology Officer

Elaine è il nostro Direttore tecnico. Ha lavorato per aziende guidate dalla propria missione durante tutta la sua carriera, svolgendo il ruolo di Direttore tecnico per il social network ed editore media LGBT PlanetOut, ed è stata Senior Vice President (SVP) per il reparto di Sviluppo del prodotto presso un mercato di finanza sostenibile. Elaine parla regolarmente in pubblico di tematiche legate alle donne e alla diversità nella tecnologia. Prima di unirsi a Change.org, Elaine ha guidato team di più di 150 persone presso startup mature, facendone aumentare il numero da 12 a 50 durante le fasi iniziali di startup.





## Direttori nazionali:



**Jamie Biggar**

Direttore, Canada



**Stephanie Brancaforte**

Direttrice, Italia



**Sarah Durieux**

Direttrice, Francia



**Kajal Odedra**

Direttrice, Regno Unito



**Uygur Özesmi**

Direttore, Turchia



**Luis Aguado**

Direttore nazionale, Spagna



**Sally Rugg**

Direttrice, Australia



**Mitya Savelau**

Direttore, Russia



**Bec Wilson**

Chief Global Officer, Nord America

# Il nostro Consiglio di amministrazione



**Allen Blue**  
– co-presidente  
del Consiglio di  
amministrazione

Vicepresidente del Product Management e cofondatore di LinkedIn, e membro del CdA di Hope Street Group.



**Aria Finger**

CEO presso DoSomething.org, professoressa alla NYU e Direttrice del Consiglio presso Care for the Homeless.



**Joe Greenstein**

Cofondatore di InnerSpace & Leaders in Tech. Precedentemente cofondatore e CEO di Flixster.



**Preethi Herman**  
– osservatrice

Global Executive Director presso la Fondazione Change.org e observer del Consiglio di amministrazione della Change.org - PBC.



**Sarah Imbach**  
– co-presidente  
del Consiglio di  
amministrazione

Investitrice, consulente e imprenditrice. Ex Direttrice generale di 23andMe, VP of Revenue & Chief of Staff presso LinkedIn e SVP di PayPal.



**Ben Rattray**

CEO e fondatore di Change.org.



**Tabreez Verjee**

Co-Founder & Partner di Uprising. Precedentemente fondatore di Seed, e Board Director di Kiva.org.

# Diversità & Inclusione (D&I)

Il nostro impegno nel promuovere la diversità e l'inclusione è intimamente connesso alla nostra missione. Per meglio avanzare nella ricerca di empowerment, ci stiamo adoperando facendo sì che la nostra organizzazione sia più qualificata per conciliare le ingiustizie sociali e svolgere un ruolo nella lotta alle disuguaglianze.

Siamo coscienti del fatto che le dinamiche di potere abbiano radici profonde nella nostra società, perciò il nostro lavoro si focalizza sull'affrontare le disuguaglianze insite nelle nostre operazioni, nel nostro team e nelle nostre comunità, di modo da creare un mondo più equo. Questo lavoro è motivato dalla nostra responsabilità sociale in quanto piattaforma digitale di portata globale, che ha il potere di influire sull'elaborazione di soluzioni e sugli altri, affinché le adottino a loro volta.

Ogni anno conduciamo un sondaggio sulla Diversità & l'Inclusione per fare il punto della situazione dei progressi e dei punti dove invece dobbiamo continuare a intervenire per creare un luogo di lavoro e un mondo che siano in linea con la nostra visione.

Siamo orgogliosi di avere avuto dei progressi nell'aver aumentato la rappresentanza di donne (da 39% nel 2018 a 48% nel 2019) e di persone di colore (da 30% nel 2018 a 37% nel 2019). Questi sono i dati più precisi che abbiamo sulla formazione del team, tenendo conto del fatto che i dati sono incompleti perché non possiamo visionare tutti i gruppi (per ragioni di anonimato) e perché sono esclusi dall'analisi tutti quelli che hanno barrato "Preferisco non rispondere".

## MISSIONE D&I

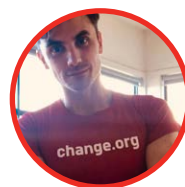
A Change.org, crediamo nel potere della connessione. Lavoriamo per buttare giù quelle barriere sistemiche che dividono le persone tra loro attraverso la creazione e il sostegno di un team che rappresenti in modo autentico le diversità di chiunque si rivolga alla nostra piattaforma, oggi come nel futuro.

## VISIONE D&I

Obiettivo immediato di Change.org è quello di far sì che l'organizzazione rispecchi la bellezza e la diversità del mondo che abitiamo. Stiamo attivamente mettendo in discussione e lavorando per abbattere quei sistemi che portano all'oppressione. Vediamo questo nostro lavoro di promozione di pratiche inclusive come un costante processo di miglioramento di noi stessi, degli ambienti dove lavoriamo e del mondo che ci circonda, così che tutti possano prosperare. E lo facciamo con rispetto, onestà e umiltà in tutte le fasi che costituiscono questo viaggio.

## D&I LEADERSHIP COUNCIL

A inizio 2019 è stato istituito il Diversity and Inclusion (D&I) Leadership Council per fornire una guida più efficace all'organizzazione. Questo Consiglio composto dal nostro staff lavora a stretto contatto con i dirigenti e su altri livelli dell'organizzazione, dando consigli e raccomandazioni su quelli che sono gli interventi necessari per accelerare i nostri processi di diversità, inclusione ed equità.

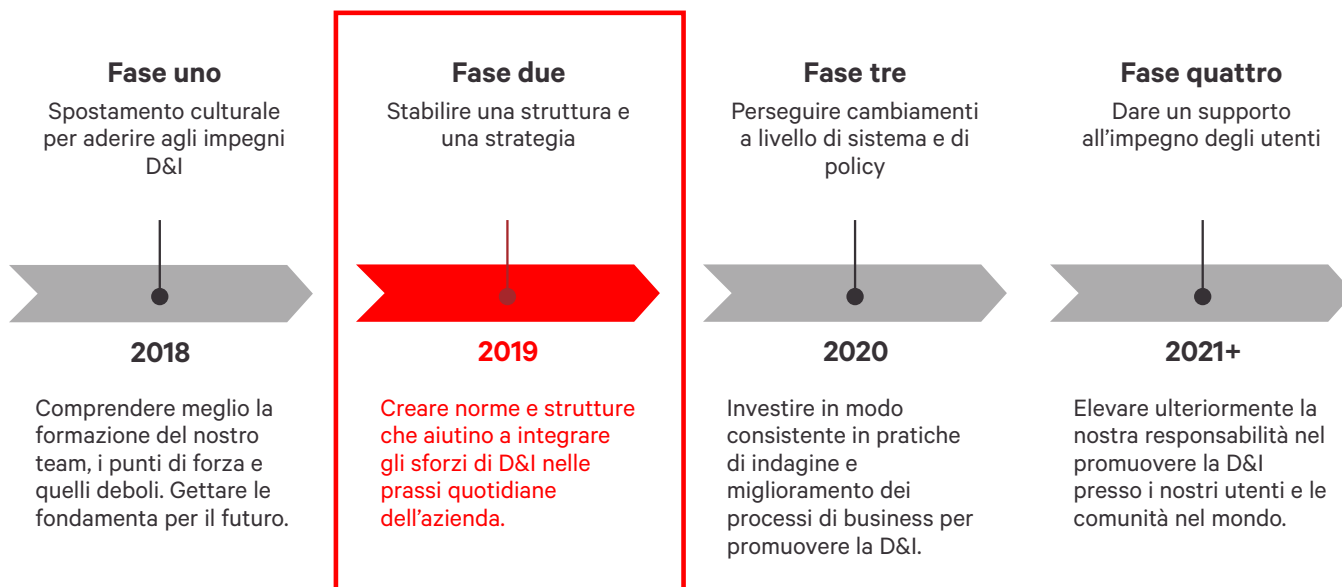


Da sinistra a destra: **Lindsay Stuiber**, Senior Director of Talent - San Francisco (USA); **Eric Steinle**, Director of Product - San Francisco (USA); **Amanda Mustafic**, Senior Communications Manager - Washington, D.C. (USA); **Nic Holas**, Campaigns Director - Melbourne (Australia); **Richard Phan**, Engineering Lead, Fondazione Change.org - Victoria (Canada); **Justin Lyons**, Senior Director, People & Inclusion - Charlotte (USA)

## IL NOSTRO FOCUS D&I

Nel 2019, il D&I Leadership Council ha intrapreso un percorso per gettare delle basi solide per la nostra organizzazione, sulle quali poter costruire anche negli anni a venire. Il Council ha elaborato una strategia aziendale, completa di visione, missione e priorità D&I, insieme a una strategia di comunicazione per poter aumentare la rappresentanza e l'inclusione, sia internamente che esternamente. Il Council ha condotto il sondaggio D&I annuale dell'organizzazione e ne ha presentato gli esiti all'intero team, oltre ad avere condotto alcune sessioni di formazione per lo staff per condividere informazioni sul code-switching, sulla discriminazione in base all'età, sui diritti delle persone trans e molto altro ancora. Per promuovere l'inclusione, il Consiglio ha svolto un importante ruolo nel coordinare alcune celebrazioni di tipo culturale all'interno dell'organizzazione, e ha lavorato per organizzare e dare un senso di empowerment alle varie identità dei gruppi in crescita all'interno del nostro staff. Il Council ha inoltre fornito consulenze regolari ai dirigenti su questioni interne e decisioni di tipo strategico.

In più, la nostra organizzazione ha implementato maggiormente i principi di D&I nei processi di selezione, il che ha portato a diversificare i canali di accesso, a migliorare le descrizioni delle offerte di lavoro e a essere percepiti come più coerenti e trasparenti secondo l'esperienza degli stessi candidati. Queste attività hanno aiutato il nostro team ad avvicinarsi all'assemblaggio di una squadra che rifletta in generale il vissuto dei nostri utenti, visto che il 70% delle nostre assunzioni nel 2019 è stato costituito da gruppi non-dominanti (definiti come individui storicamente emarginati o poco rappresentati nella società).



# Come lavoriamo

**Il nostro obiettivo è quello di avere un impatto positivo nel mondo, non solo in quello che facciamo — perseguendo la nostra missione di empowerment globale — ma anche nel modo in cui governiamo la nostra organizzazione.**

“

Crediamo che ogni organizzazione abbia l'opportunità di giocare un ruolo importante nell'influenzare positivamente le vite del proprio staff, e che abbia l'opportunità di adottare prassi aziendali che contribuiscono a rendere la società più giusta, inclusiva ed equa.

– Ben Rattray, CEO e fondatore di Change.org

We are proud of the culture and organization we have created – one committed to a workplace infused with purpose, growth, and connection. While it's difficult to capture the nature of this culture in writing, listed below is an outline of some of the programs that reflect and reinforce how we work together.

**Staff Board.** Oltre al CdA, abbiamo uno Staff Board che è stato creato per incrementare la trasparenza e per fornire un canale ai vari input dello staff per le decisioni strategiche all'interno dell'organizzazione. Il nostro Staff Board viene eletto su base annua dallo staff, e lavora regolarmente a stretto contatto con il team dirigenziale.

**Congedo parentale.** Offriamo 18 settimane di congedo parentale con stipendio pieno a tutti i neo-genitori, indipendentemente dal sesso. Siamo orgogliosi di annunciare che il congedo parentale pieno è stato usufruito dal 100% dello staff, uomini e donne, da quando abbiamo lanciato questo programma nel 2013.

**Parità salariale.** Abbiamo istituito dei chiari e consistenti percorsi di crescita e fasce salariali per i ruoli interni all'organizzazione, di modo da garantire trasparenza e ridurre ogni tipo di bias. Inoltre stiliamo un report annuale per assicurarci che le persone siano pagate in modo giusto e proporzionalmente alle loro performance e al loro livello. Crediamo che la persistente disparità salariale dovuta al genere nel mondo sia un problema serio nell'ottica della giustizia e del progresso sociale, per cui siamo orgogliosi di affermare che le donne sono pagate in maniera uguale per uguali mansioni a Change.org.

**Ferie illimitate.** Riteniamo che la quantità di ferie concessa ai lavoratori in molti Paesi - specialmente negli Stati Uniti, dove la media è di due settimane - non sia sana, e per questo ci adoperiamo affinché tutto lo staff abbia tempo a sufficienza durante l'anno per riposarsi e rinvigorirsi. Oltre ad avere adottato questa policy delle ferie illimitate, incoraggiamo attivamente le persone a beneficiare di questi giorni di riposo; stimiamo che in media i membri dello staff si prendono più di quattro settimane di riposo all'anno.

**Diversity & Inclusion Council.** Ci siamo presi l'impegno di creare un team che rispecchi le comunità che serviamo, oltre all'impegno di creare un ambiente di lavoro sicuro e incoraggiante, dove tutti abbiano pari opportunità. Per garantire una visione e una strategia che siano di ampio respiro a livello di organizzazione, aumentando la diversità e migliorando l'inclusione a Change.org, alla fine del 2018 abbiamo istituito il Diversity & Inclusion Council, con una struttura affine a quella del nostro Staff Board. Il Council è diretto dal nostro Senior Director of People & Inclusion.

**Women Helping Others Achieve.** Il gruppo più popolare a Change.org è quello di Women Helping Others Achieve (WHOA), un gruppo di mentorship e di formazione per le skills legate alla leadership; il gruppo utilizza una combinazione di condivisione delle competenze, di networking e di altri supporti per coadiuvare la crescita professionale delle donne all'interno dell'organizzazione.

**Change.org Fellowship.** Lanciata nel 2018, la Change.org Fellowship è stata creata per aumentare le opportunità per aspiranti product manager e ingegneri dediti a fare la differenza attraverso la tecnologia, i quali provengano o abbiano forti legami con comunità discriminate o marginalizzate nel settore tech. Scopo del programma è quello di creare un punto di accesso a quelle persone che altrimenti potrebbero non avere pari opportunità professionali nel settore tech.

**Values Ambassadors.** Ogni semestre il nostro team premia i membri dello staff che abbiano meglio esemplificato uno (o più) dei sette valori dell'organizzazione - elencati secondo la dicitura inglese: *Embrace Openness, Think Big, Demand Excellence, Serve With Passion, Offer Solutions, Love and Understand, and Take Fun Seriously*. Ciascuna delle persone premiate riceve dei fondi per la formazione professionale, oppure un viaggio interamente pagato verso uno dei 18 Paesi dove l'organizzazione ha sede.

**Change.university.** Recentemente abbiamo lanciato un programma di istruzione peer-to-peer intitolato Change.university, che crea delle opportunità per lo staff per apprendere nuove competenze e per calarsi nel ruolo di insegnanti aiutando altri nella loro crescita professionale. Alcuni esempi di moduli di formazione: Time Management, Managing up & Stepping Up e un corso introduttivo alla meditazione.

# Informazioni generali

<b>Nome dell'organizzazione</b>	<b>Change.org, PBC</b>
<b>Sede</b>	San Francisco, CA 94104 (USA)
<b>Informazioni legali</b>	<p><b>Public Benefit Corporation (PBC)</b></p> <p>Change.org, PBC is registered in the State of Delaware, and the "file number" from the Delaware Secretary of State is 4215439.</p> <p>Entity founded: Sep 8, 2006</p> <p>Converted to PBC: Aug 24, 2017</p>
<b>Contatti</b>	<p><b>Change.org, PBC</b></p> <p>548 Market Street #29993, San Francisco, CA 94104 e-mail: help@change.org sito web: www.change.org</p>
<b>Scopo della PBC secondo l'atto costitutivo</b>	La Corporation ha scopo specifico nel servizio del bene pubblico, promuovendo il cambiamento sociale attraverso la mobilitazione di persone di ogni parte per creare il cambiamento che vogliono vedere.
<b>Numero totale dello staff al 31 dicembre 2019</b>	Full-time: 171
<b>Organizzazioni associate</b>	<p>Messico, Colombia, Brasile, Argentina, Germania, India, Tailandia, Indonesia e Giappone rientrano tra i Paesi della Fondazione Change.org. Hanno una struttura organizzativa indipendente dalla Change.org-PBC, nella quale rientrano board, strumenti di governance, finanze, amministrazione e consigli indipendenti. Tuttavia, tutti i Paesi e i team annessi usano l'infrastruttura di campaigning globale, disponibile sulla piattaforma Change.org.</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%;"> <p>Change.org Foundation (USA)</p> <p>Change.org Servicios Promocionales España S.L. (ES)</p> <p>Change.org Global Limited (UK)</p> <p>Change.org Worldwide Limited (UK, FR, IT, DE, NL)</p> <p>Change.org International Holdings, Inc. (USA)</p> <p>Change.org India Private Limited (India)</p> <p>Change.org Development &amp; Promotion Services Canada Inc. (Canada)</p> <p>Change.org Australia Pty Ltd. (Australia)</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>Change.org Pazarlama ve Satis Destek Limited Şirketi (Turchia)</p> <p>Change.org, Brasil (Brasile)</p> <p>Change.org e.V. (Germania)</p> <p>Create Change Foundation (India)</p> <p>Ek Anek Social Impact Solutions Pvt Ltd (India)</p> <p>Perkumpulan Gerakan Digital Bangsa (Indonesia)</p> <p>General Association, Change.org Japan (Giappone)</p> <p>Change.org Latinoamerica A.C. (Messico)</p> </div> </div>

**change.org**