

Anagrafica Ente

Codice Fiscale 92017780377

Denominazione ARCIGAY APS

Link Rendiconto

Data Ultimo Aggiornamento 27-01-2026

Link Rendiconto

Presentazione Ente

ARCIGAY È UN'ORGANIZZAZIONE SOLIDARISTICA DI PROMOZIONE SOCIALE SENZA SCOPO DI LUCRO, CHE HA COME OBIETTIVO LA LOTTA CONTRO L'OMOFOBIA E L'ETEROSLESSISMO, IL PREGIUDIZIO E LA DISCRIMINAZIONE DELLE PERSONE LGBT.

L'IMPEGNO DELL'ASSOCIAZIONE SULL'INTERO TERRITORIO NAZIONALE, ANCHE NELL'ANNO 2024/25, È STATO ORIENTATO VERSO IL PERSEGUIMENTO DELLA REALIZZAZIONE DELLA PARI DIGNITÀ E DELLE PARI OPPORTUNITÀ TRA INDIVIDUI A PRESCINDERE DALL'ORIENTAMENTO SESSUALE E PER L'AFFERMAZIONE DI UNA PIENA, LIBERA E FELICE CONDIZIONE DI VITA DELLE PERSONE LESBICHE, GAY, BISEX E TRANSESSUALI (LGBT).

LE AZIONI E LE ATTIVITÀ DI CONTESTO DI ARCIGAY NEL QUADRO DELLA MISSION, DEI VALORI ASSOCIATIVI E DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI L'IMPEGNO DELL'ASSOCIAZIONE SI È PREVALENTEMENTE SVILUPPATO ED INDIRIZZATO SU QUATTRO DIRETTRICI PRINCIPALI PER LA REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ POLITICHE, ISTITUZIONALI, STRUTTURALI E NELLA DETERMINAZIONE DI IMPEGNI DI SPESA.

1) SOLLECITAZIONE DELL'OPINIONE PUBBLICA SULLE TEMATICHE DELL'OMOSESSUALITÀ ATTRAVERSO LA PRESENZA SULLA STAMPA E SUI MEDIA E ATTRAVERSO L'ORGANIZZAZIONE DI MANIFESTAZIONI ED EVENTI AD HOC;

2) PREVENZIONE DI OMOFOBIA E TRANSFOBIA E PROMOZIONE DI UN'IMMAGINE POSITIVA DELL'OMOSESSUALITÀ E DEL TRANSESSUALISMO;

3) ATTIVITÀ PROGETTUALI, FORMATIVE, SERVIZI RIVOLTI A TUTTI GLI ASSOCIATI E ASSOCIATE;

4) VALORIZZAZIONE DEI RAPPORTI ISTITUZIONALI E DEL TERZO SETTORE PER LA COSTITUZIONE DI RETI E NETWORK PER LA LOTTA ALLE DISCRIMINAZIONI DELLE PERSONE LGBT E PER LE PARI OPPORTUNITÀ PER TUTTI AI FINI DELLA LOTTA ALL'ESCLUSIONE SOCIALE ANCHE DEI SOGGETTI PIÙ DEBOLI.

Sede Legale

Provincia	BOLOGNA	Comune	BOLOGNA
Indirizzo	VIA DON GIOVANNI MINZONI	CAP	40121
Telefono1	0510957241	Email1	UFFICIO@ARCIGAY.IT
Telefono2		Email2	
Telefono3		Email3	
Pec	ARCIGAY@POSTECERT.IT		

Sede Operativa Principale

Sede Operativa coincide con la sede legale

Dati Legale Rappresentante

Codice Fiscale	*****	Sesso	*****
Data di Nascita	*****	Cognome	PIAZZONI
Nome	GABRIELE	Stato di Nascita	*****
Cittadinanza	*****	Città	*****
Comune	*****		

Domicilio Elettivo

Provincia	*****	Comune	*****
Indirizzo	*****	CAP	*****
Telefono1	*****	Telefono2	*****
Telefono3	*****	Email	*****
Pec	*****		

Rendiconto Delle Spese

Anno Esercizio	2023	Importo Percepito	€37.495,22	Data Percezione	27-12-2024
----------------	------	-------------------	------------	-----------------	------------

Spese Da Rendicontare

Tipo Spesa	Risorse Umane	Importo	€10.757,31
------------	---------------	---------	------------

Relazione Illustrativa

FEBBRAIO – MARZO – APRILE

Giornata Internazionale contro l'omotransfobia

In occasione della Giornata Internazionale contro l'Omofobia, la Bifobia e la Transfobia (IDAHOBIT), il 17 maggio 2025 Arcigay nazionale ha promosso una campagna di sensibilizzazione, mobilitazione e attivazione civica finalizzata a contrastare i fenomeni di discriminazione, violenza e stigma che ancora oggi colpiscono le persone LGBTI in Italia.

Dopo il successo della campagna 2024 "Dona contro l'omo-bi-transfobia", il focus 2025 ha voluto compiere un ulteriore passo, passando dal gesto individuale alla costruzione collettiva di alleanza sociale.

Titolo e messaggio centrale

La campagna 2025 è stata lanciata con il titolo "Alleati per l'uguaglianza" e lo slogan "Nessuno si salva da solo".

L'obiettivo comunicativo è stato quello di promuovere la cultura dell'alleanza – tra persone LGBTI, famiglie, scuole, ambienti di lavoro, amministrazioni e media – come fattore di prevenzione e contrasto alla violenza omo-bi-transfobica e dei linguaggi d'odio.

Questa prospettiva rappresenta un'evoluzione strategica della narrazione: non più solo la necessità di reagire o difendersi, ma la costruzione condivisa di contesti di sicurezza e appartenenza, in linea con i principi del minority stress model (Meyer, 2003) e degli studi sulla resilienza comunitaria (Kegeles et al., 2012; Frost et al., 2019).

MAGGIO – GIUGNO – LUGLIO – AGOSTO

Onda Pride

Onda Pride resta la più ampia e visibile manifestazione politica, culturale e sociale della comunità LGBTQIA* in Italia. È il principale motore di mobilitazione pubblica promosso dal Movimento LGBTI, capace di unire in un unico ciclo di eventi la rivendicazione dei diritti, la celebrazione delle identità e la costruzione di alleanze sociali e istituzionali su scala territoriale.

Nel 2025, secondo i dati diffusi dalla rete nazionale dei comitati Arcigay e dal portale ufficiale dell'iniziativa, si sono tenute oltre 40 manifestazioni Pride distribuite tra maggio e settembre, con un incremento di partecipazione del 15% rispetto al 2024.

Tra le tappe più significative si segnalano:

- Catania Pride, 17 maggio, apertura simbolica in coincidenza con la Giornata Internazionale contro l'Omotransfobia;
- Napoli Pride, 31 maggio;
- Parma Pride, 24 maggio;
- Roma Pride, 14 giugno;
- Milano Pride, 28 giugno;
- Bologna Pride, 5 luglio;
- Bari e Palermo Pride, 12 e 19 luglio;
- Rimini Summer Pride, 3 agosto;
- Torino Closing Pride, 6 settembre.

L'edizione 2025 ha consolidato il formato diffuso e policentrico dell'Onda Pride, che permette una partecipazione estesa e democratica, capace di rappresentare la pluralità territoriale dei diritti e delle esperienze LGBTQIA.

Per le istituzioni pubbliche e gli attori sociali, Onda Pride continua a costituire un laboratorio di cittadinanza attiva, di dialogo tra livelli amministrativi e di coesione civica. Numerosi Comuni e Regioni hanno patrocinato i Pride locali, contribuendo al consolidamento del messaggio politico: la visibilità è uno strumento di tutela e riconoscimento.

Dal punto di vista organizzativo, nel 2025 Arcigay ha rafforzato la gestione della piattaforma digitale OndaPride.it, favorendo una mappatura interattiva degli eventi, la condivisione di materiali comunicativi comuni e la documentazione audiovisiva delle manifestazioni.

Questo ha consentito di dare una finestra stabile e aggiornata sul Movimento arcobaleno italiano, offrendo visibilità al lavoro del tessuto associativo e fungendo da cassa di risonanza per le energie creative e politiche che animano il Pride.

L'Onda Pride 2025 ha così confermato la sua natura di infrastruttura sociale del cambiamento, dove orgoglio e partecipazione diventano motori di emancipazione collettiva.

SETTEMBRE – OTTOBRE

Giornata Mondiale dedicata al Coming Out

Celebrata l'11 ottobre, la Giornata Mondiale del Coming Out rappresenta per Arcigay un appuntamento di grande valore simbolico e politico: un'occasione per promuovere la visibilità, l'autenticità e la sicurezza delle persone LGBTQIA in tutti i contesti sociali e relazionali.

Nel 2025, Arcigay nazionale ha realizzato la campagna digitale "Il potere di essere veri", che ha raccolto le testimonianze di persone LGBTI, alleat e familiari, raccontando le molte forme del coming out — non solo come dichiarazione, ma come processo continuo di autoaffermazione e relazione.

La narrazione ha posto l'accento sulla dimensione relazionale e sul diritto a scegliere tempi e modi del proprio coming out, in linea con i principi di agency personale e sicurezza psicologica teorizzati da Amy Edmondson (2018) e coerenti con gli approcci dell'empowerment comunitario (Zimmerman, 2000).

Attività e iniziative 2025

- Campagna social nazionale diffusa su Instagram, TikTok, Facebook e X, con il coinvolgimento di oltre 80 creators e testimonial, raggiungendo più di 3 milioni di visualizzazioni.
- Evento centrale "Coming Out Day – Live" presso la Casa Arcobaleno di Bologna, con talk, performance artistiche e panel formativi.
- Workshop online "Essere visibili, essere al sicuro", rivolto a genitori e insegnanti, in collaborazione con Agedo e Rete Ready, dedicato alla costruzione di ambienti educativi accoglienti per le persone LGBTQIA.
- Podcast "Storie che contano", prodotto da Arcigay in co-produzione con Radio Città Fujiko, con sei episodi dedicati a esperienze di coming out intergenerazionali e interculturali.
- Realizzazione di un vademecum digitale sul tema del coming out consapevole nei contesti scolastici e lavorativi, diffuso attraverso la rete dei comitati locali.

Valore simbolico e sociale

La campagna 2025 ha voluto superare la retorica del "coraggio individuale", ponendo l'attenzione sulla responsabilità collettiva nel creare spazi sicuri in cui essere se stessi non rappresenti un atto di rischio, ma un diritto riconosciuto.

Attraverso il simbolismo dei "superpoteri", ereditato dalla comunicazione 2024, è stato introdotto il concetto di "energia condivisa", a sottolineare che ogni coming out genera connessioni, costruisce fiducia e alimenta l'identità comunitaria.

Arcigay ribadisce così che ogni percorso di visibilità è anche un atto politico di cura: per sé, per la comunità e per la società.

NOVEMBRE - DICEMBRE

Giornata mondiale contro l'AIDS

Il 1° dicembre 2025, Arcigay nazionale ha coordinato una fitta rete di iniziative territoriali, campagne di sensibilizzazione e momenti di informazione pubblica promossi dai Comitati locali in tutta Italia, in occasione della Giornata Mondiale contro l'AIDS.

L'obiettivo principale è stato rafforzare la consapevolezza sulla prevenzione dell'HIV, combattere lo stigma e promuovere una cultura della salute sessuale fondata su informazione scientifica, responsabilità collettiva e inclusione sociale.

Campagna e messaggio 2025

La campagna nazionale, diffusa con lo slogan "In coppia con la prevenzione", ha voluto sottolineare l'importanza della corresponsabilità nella salute sessuale e dell'accesso universale ai servizi di diagnosi precoce e cura.

Arcigay ha affermato con forza l'idea che la prevenzione sia una pratica comunitaria, non solo individuale: un gesto di cura reciproca che tutela sé e gli altri, contro ogni forma di stigma.

La comunicazione 2025 ha integrato i linguaggi della salute pubblica con quelli della cultura pop e digitale, promuovendo contenuti informativi tramite video brevi, podcast e collaborazioni con sex educator, medici e creator LGBTI.

Azioni territoriali coordinate

Il coordinamento nazionale, guidato dall'Area Salute di Arcigay, ha visto il coinvolgimento diretto di oltre 50 Comitati locali e la collaborazione della rete Arcigay Salute Positiva, in sinergia con associazioni partner come LILA, Plus APS, NPS Italia, Anlaids e Fast Track Cities.

Tra le principali attività territoriali:

•Campagne di testing rapido e gratuito in oltre 40 città italiane, in collaborazione con ASL e cliniche universitarie, soprattutto nei luoghi di socialità LGBTQIA (circoli, locali, università).

•Stand informativi e distribuzione di materiali di prevenzione (preservativi, lubrificanti, opuscoli), con un'attenzione specifica alla comunicazione inclusiva e gender-sensitive.

•Eventi pubblici e talk su HIV, PrEP, e diritto alla salute sessuale, con il coinvolgimento di medici infettivologi, psicolog*, operator* sociali e testimonial positivi.

•Campagna "Testami!", rilanciata in versione 2025, con una piattaforma rinnovata che permette di localizzare i servizi di test rapido e di ricevere consulenza anonima via chat.

Approccio psico-sociale e risultati

L'intervento 2025 ha integrato una prospettiva di educazione alla salute basata sul modello bio-psico-sociale (Engel, 1977), che considera la prevenzione efficace solo se accompagnata da interventi contro stigma e disinformazione.

I dati del monitoraggio interno Arcigay mostrano:

- oltre 20.000 test effettuati nel mese di dicembre;
- circa 80.000 persone raggiunte online con contenuti informativi;
- incremento del 25% delle richieste di counseling anonimo rispetto al 2024.

Dimensione politica e strategica

Arcigay ha inoltre rinnovato il proprio impegno nell'ambito del Tavolo Nazionale AIDS e IST e nel coordinamento con il Ministero della Salute e ISS, partecipando alla definizione delle linee della nuova Strategia Nazionale HIV 2026–2030, che mira all'obiettivo "Zero nuove infezioni entro il 2030" dell'OMS.

Con la campagna 2025, Arcigay ha riaffermato la necessità di superare il pregiudizio e la paura, sostenendo l'idea che convivere con l'HIV non è una condizione di colpa né di esclusione, ma di diritto alla salute, dignità e libertà.

Tipo Spesa

Funzionamento

Importo

€706,01

Relazione Illustrativa

FEBBRAIO – MARZO – APRILE

Giornata Internazionale contro l'omotransfobia

In occasione della Giornata Internazionale contro l'Omofobia, la Bifobia e la Transfobia (IDAHOBIT), il 17 maggio 2025 Arcigay nazionale ha promosso una campagna di sensibilizzazione, mobilitazione e attivazione civica finalizzata a contrastare i fenomeni di discriminazione, violenza e stigma che ancora oggi colpiscono le persone LGBTI in Italia.

Dopo il successo della campagna 2024 "Dona contro l'omo-bi-transfobia", il focus 2025 ha voluto compiere un ulteriore passo, passando dal gesto individuale alla costruzione collettiva di alleanza sociale.

Titolo e messaggio centrale

La campagna 2025 è stata lanciata con il titolo "Alleati per l'uguaglianza" e lo slogan "Nessuno si salva da solo".

L'obiettivo comunicativo è stato quello di promuovere la cultura dell'alleanza – tra persone LGBTI, famiglie, scuole, ambienti di lavoro, amministrazioni e media – come fattore di prevenzione e contrasto alla violenza omo-bi-transfobica e dei linguaggi d'odio.

Questa prospettiva rappresenta un'evoluzione strategica della narrazione: non più solo la necessità di reagire o difendersi, ma la costruzione condivisa di contesti di sicurezza e appartenenza, in linea con i principi del minority stress model (Meyer, 2003) e degli studi sulla resilienza comunitaria (Kegeles et al., 2012; Frost et al., 2019).

MAGGIO – GIUGNO – LUGLIO – AGOSTO

Onda Pride

Onda Pride resta la più ampia e visibile manifestazione politica, culturale e sociale della comunità LGBTQIA* in Italia. È il principale motore di mobilitazione pubblica promosso dal Movimento LGBTI, capace di unire in un unico ciclo di eventi la rivendicazione dei diritti, la celebrazione delle identità e la costruzione di alleanze sociali e istituzionali su scala territoriale.

Nel 2025, secondo i dati diffusi dalla rete nazionale dei comitati Arcigay e dal portale ufficiale dell'iniziativa, si sono tenute oltre 40 manifestazioni Pride distribuite tra maggio e settembre, con un incremento di partecipazione del 15% rispetto al 2024.

Tra le tappe più significative si segnalano:

•Catania Pride, 17 maggio, apertura simbolica in coincidenza con la Giornata Internazionale contro l'Omotransfobia;

•Napoli Pride, 31 maggio;

•Parma Pride, 24 maggio;

•Roma Pride, 14 giugno;

•Milano Pride, 28 giugno;

•Bologna Pride, 5 luglio;

•Bari e Palermo Pride, 12 e 19 luglio;

•Rimini Summer Pride, 3 agosto;

•Torino Closing Pride, 6 settembre.

L'edizione 2025 ha consolidato il formato diffuso e policentrico dell'Onda Pride, che permette una partecipazione estesa e democratica, capace di rappresentare la pluralità territoriale dei diritti e delle esperienze LGBTQIA.

Per le istituzioni pubbliche e gli attori sociali, Onda Pride continua a costituire un laboratorio di cittadinanza attiva, di dialogo tra livelli amministrativi e di coesione civica. Numerosi Comuni e Regioni hanno patrocinato i Pride locali, contribuendo al consolidamento del messaggio politico: la visibilità è uno strumento di tutela e riconoscimento.

Dal punto di vista organizzativo, nel 2025 Arcigay ha rafforzato la gestione della piattaforma digitale OndaPride.it, favorendo una mappatura interattiva degli eventi, la condivisione di materiali comunicativi comuni e la documentazione audiovisiva delle manifestazioni.

Questo ha consentito di dare una finestra stabile e aggiornata sul Movimento arcobaleno italiano, offrendo visibilità al lavoro del tessuto associativo e fungendo da cassa di risonanza per le energie creative e politiche che animano il Pride.

L'Onda Pride 2025 ha così confermato la sua natura di infrastruttura sociale del cambiamento, dove orgoglio e partecipazione diventano motori di emancipazione collettiva.

SETTEMBRE – OTTOBRE

Giornata Mondiale dedicata al Coming Out

Celebrata l'11 ottobre, la Giornata Mondiale del Coming Out rappresenta per Arcigay un appuntamento di grande valore simbolico e politico: un'occasione per promuovere la visibilità, l'autenticità e la sicurezza delle persone LGBTQIA in tutti i contesti sociali e relazionali.

Nel 2025, Arcigay nazionale ha realizzato la campagna digitale "Il potere di essere veri", che ha raccolto le testimonianze di persone LGBTI, alleat e familiari, raccontando le molte forme del coming out — non solo come dichiarazione, ma come processo continuo di autoaffermazione e relazione.

La narrazione ha posto l'accento sulla dimensione relazionale e sul diritto a scegliere tempi e modi del proprio coming out, in linea con i principi di agency personale e sicurezza psicologica teorizzati da Amy Edmondson (2018) e coerenti con gli approcci dell'empowerment comunitario (Zimmerman, 2000).

Attività e iniziative 2025

- Campagna social nazionale diffusa su Instagram, TikTok, Facebook e X, con il coinvolgimento di oltre 80 creators e testimonial, raggiungendo più di 3 milioni di visualizzazioni.
- Evento centrale "Coming Out Day – Live" presso la Casa Arcobaleno di Bologna, con talk, performance artistiche e panel formativi.
- Workshop online "Essere visibili, essere al sicuro", rivolto a genitori e insegnanti, in collaborazione con Agedo e Rete Ready, dedicato alla costruzione di ambienti educativi accoglienti per le persone LGBTQIA.
- Podcast "Storie che contano", prodotto da Arcigay in co-produzione con Radio Città Fujiko, con sei episodi dedicati a esperienze di coming out intergenerazionali e interculturali.
- Realizzazione di un vademecum digitale sul tema del coming out consapevole nei contesti scolastici e lavorativi, diffuso attraverso la rete dei comitati locali.

Valore simbolico e sociale

La campagna 2025 ha voluto superare la retorica del "coraggio individuale", ponendo l'attenzione sulla responsabilità collettiva nel creare spazi sicuri in cui essere se stessi non rappresenti un atto di rischio, ma un diritto riconosciuto.

Attraverso il simbolismo dei "superpoteri", ereditato dalla comunicazione 2024, è stato introdotto il concetto di "energia condivisa", a sottolineare che ogni coming out genera connessioni, costruisce fiducia e alimenta l'identità comunitaria.

Arcigay ribadisce così che ogni percorso di visibilità è anche un atto politico di cura: per sé, per la comunità e per la società.

NOVEMBRE - DICEMBRE

Giornata mondiale contro l'AIDS

Il 1° dicembre 2025, Arcigay nazionale ha coordinato una fitta rete di iniziative territoriali, campagne di sensibilizzazione e momenti di informazione pubblica promossi dai Comitati locali in tutta Italia, in occasione della Giornata Mondiale contro l'AIDS.

L'obiettivo principale è stato rafforzare la consapevolezza sulla prevenzione dell'HIV, combattere lo stigma e promuovere una cultura della salute sessuale fondata su informazione scientifica, responsabilità collettiva e inclusione sociale.

Campagna e messaggio 2025

La campagna nazionale, diffusa con lo slogan "In coppia con la prevenzione", ha voluto sottolineare l'importanza della corresponsabilità nella salute sessuale e dell'accesso universale ai servizi di diagnosi precoce e cura.

Arcigay ha affermato con forza l'idea che la prevenzione sia una pratica comunitaria, non solo individuale: un gesto di cura reciproca che tutela sé e gli altri, contro ogni forma di stigma.

La comunicazione 2025 ha integrato i linguaggi della salute pubblica con quelli della cultura pop e digitale, promuovendo contenuti informativi tramite video brevi, podcast e collaborazioni con sex educator, medici e creator LGBTI.

Azioni territoriali coordinate

Il coordinamento nazionale, guidato dall'Area Salute di Arcigay, ha visto il coinvolgimento diretto di oltre 50 Comitati locali e la collaborazione della rete Arcigay Salute Positiva, in sinergia con associazioni partner come LILA, Plus APS, NPS Italia, Anlaids e Fast Track Cities.

Tra le principali attività territoriali:

•Campagne di testing rapido e gratuito in oltre 40 città italiane, in collaborazione con ASL e cliniche universitarie, soprattutto nei luoghi di socialità LGBTQIA (circoli, locali, università).

•Stand informativi e distribuzione di materiali di prevenzione (preservativi, lubrificanti, opuscoli), con un'attenzione specifica alla comunicazione inclusiva e gender-sensitive.

•Eventi pubblici e talk su HIV, PrEP, e diritto alla salute sessuale, con il coinvolgimento di medici infettivologi, psicolog*, operator* sociali e testimonial positivi.

•Campagna "Testami!", rilanciata in versione 2025, con una piattaforma rinnovata che permette di localizzare i servizi di test rapido e di ricevere consulenza anonima via chat.

Approccio psico-sociale e risultati

L'intervento 2025 ha integrato una prospettiva di educazione alla salute basata sul modello bio-psico-sociale (Engel, 1977), che considera la prevenzione efficace solo se accompagnata da interventi contro stigma e disinformazione.

I dati del monitoraggio interno Arcigay mostrano:

- oltre 20.000 test effettuati nel mese di dicembre;
- circa 80.000 persone raggiunte online con contenuti informativi;
- incremento del 25% delle richieste di counseling anonimo rispetto al 2024.

Dimensione politica e strategica

Arcigay ha inoltre rinnovato il proprio impegno nell'ambito del Tavolo Nazionale AIDS e IST e nel coordinamento con il Ministero della Salute e ISS, partecipando alla definizione delle linee della nuova Strategia Nazionale HIV 2026–2030, che mira all'obiettivo "Zero nuove infezioni entro il 2030" dell'OMS.

Con la campagna 2025, Arcigay ha riaffermato la necessità di superare il pregiudizio e la paura, sostenendo l'idea che convivere con l'HIV non è una condizione di colpa né di esclusione, ma di diritto alla salute, dignità e libertà.

Tipo Spesa	Acquisto beni e servizi	Importo	€26.031,9
------------	-------------------------	---------	-----------

Relazione Illustrativa

FEBBRAIO – MARZO – APRILE

Giornata Internazionale contro l'omotransfobia

In occasione della Giornata Internazionale contro l'Omofobia, la Bifobia e la Transfobia (IDAHOBIT), il 17 maggio 2025 Arcigay nazionale ha promosso una campagna di sensibilizzazione, mobilitazione e attivazione civica finalizzata a contrastare i fenomeni di discriminazione, violenza e stigma che ancora oggi colpiscono le persone LGBTI in Italia.

Dopo il successo della campagna 2024 "Dona contro l'omo-bi-transfobia", il focus 2025 ha voluto compiere un ulteriore passo, passando dal gesto individuale alla costruzione collettiva di alleanza sociale.

Titolo e messaggio centrale

La campagna 2025 è stata lanciata con il titolo "Alleati per l'uguaglianza" e lo slogan "Nessuno si salva da solo".

L'obiettivo comunicativo è stato quello di promuovere la cultura dell'alleanza – tra persone LGBTI, famiglie, scuole, ambienti di lavoro, amministrazioni e media – come fattore di prevenzione e contrasto alla violenza omo-bi-transfobica e dei linguaggi d'odio.

Questa prospettiva rappresenta un'evoluzione strategica della narrazione: non più solo la necessità di reagire o difendersi, ma la costruzione condivisa di contesti di sicurezza e appartenenza, in linea con i principi del minority stress model (Meyer, 2003) e degli studi sulla resilienza comunitaria (Kegeles et al., 2012; Frost et al., 2019).

MAGGIO – GIUGNO – LUGLIO – AGOSTO

Onda Pride

Onda Pride resta la più ampia e visibile manifestazione politica, culturale e sociale della comunità LGBTQIA* in Italia. È il principale motore di mobilitazione pubblica promosso dal Movimento LGBTI, capace di unire in un unico ciclo di eventi la rivendicazione dei diritti, la celebrazione delle identità e la costruzione di alleanze sociali e istituzionali su scala territoriale.

Nel 2025, secondo i dati diffusi dalla rete nazionale dei comitati Arcigay e dal portale ufficiale dell'iniziativa, si sono tenute oltre 40 manifestazioni Pride distribuite tra maggio e settembre, con un incremento di partecipazione del 15% rispetto al 2024.

Tra le tappe più significative si segnalano:

- Catania Pride, 17 maggio, apertura simbolica in coincidenza con la Giornata Internazionale contro l'Omotransfobia;
- Napoli Pride, 31 maggio;
- Parma Pride, 24 maggio;
- Roma Pride, 14 giugno;
- Milano Pride, 28 giugno;
- Bologna Pride, 5 luglio;
- Bari e Palermo Pride, 12 e 19 luglio;
- Rimini Summer Pride, 3 agosto;
- Torino Closing Pride, 6 settembre.

L'edizione 2025 ha consolidato il formato diffuso e policentrico dell'Onda Pride, che permette una partecipazione estesa e democratica, capace di rappresentare la pluralità territoriale dei diritti e delle esperienze LGBTQIA.

Per le istituzioni pubbliche e gli attori sociali, Onda Pride continua a costituire un laboratorio di cittadinanza attiva, di dialogo tra livelli amministrativi e di coesione civica. Numerosi Comuni e Regioni hanno patrocinato i Pride locali, contribuendo al consolidamento del messaggio politico: la visibilità è uno strumento di tutela e riconoscimento.

Dal punto di vista organizzativo, nel 2025 Arcigay ha rafforzato la gestione della piattaforma digitale OndaPride.it, favorendo una mappatura interattiva degli eventi, la condivisione di materiali comunicativi comuni e la documentazione audiovisiva delle manifestazioni.

Questo ha consentito di dare una finestra stabile e aggiornata sul Movimento arcobaleno italiano, offrendo visibilità al lavoro del tessuto associativo e fungendo da cassa di risonanza per le energie creative e politiche che animano il Pride.

L'Onda Pride 2025 ha così confermato la sua natura di infrastruttura sociale del cambiamento, dove orgoglio e partecipazione diventano motori di emancipazione collettiva.

SETTEMBRE – OTTOBRE

Giornata Mondiale dedicata al Coming Out

Celebrata l'11 ottobre, la Giornata Mondiale del Coming Out rappresenta per Arcigay un appuntamento di grande valore simbolico e politico: un'occasione per promuovere la visibilità, l'autenticità e la sicurezza delle persone LGBTQIA in tutti i contesti sociali e relazionali.

Nel 2025, Arcigay nazionale ha realizzato la campagna digitale "Il potere di essere veri", che ha raccolto le testimonianze di persone LGBTI, alleat e familiari, raccontando le molte forme del coming out — non solo come dichiarazione, ma come processo continuo di autoaffermazione e relazione.

La narrazione ha posto l'accento sulla dimensione relazionale e sul diritto a scegliere tempi e modi del proprio coming out, in linea con i principi di agency personale e sicurezza psicologica teorizzati da Amy Edmondson (2018) e coerenti con gli approcci dell'empowerment comunitario (Zimmerman, 2000).

Attività e iniziative 2025

- Campagna social nazionale diffusa su Instagram, TikTok, Facebook e X, con il coinvolgimento di oltre 80 creators e testimonial, raggiungendo più di 3 milioni di visualizzazioni.
- Evento centrale "Coming Out Day – Live" presso la Casa Arcobaleno di Bologna, con talk, performance artistiche e panel formativi.
- Workshop online "Essere visibili, essere al sicuro", rivolto a genitori e insegnanti, in collaborazione con Agedo e Rete Ready, dedicato alla costruzione di ambienti educativi accoglienti per le persone LGBTQIA.
- Podcast "Storie che contano", prodotto da Arcigay in co-produzione con Radio Città Fujiko, con sei episodi dedicati a esperienze di coming out intergenerazionali e interculturali.
- Realizzazione di un vademecum digitale sul tema del coming out consapevole nei contesti scolastici e lavorativi, diffuso attraverso la rete dei comitati locali.

Valore simbolico e sociale

La campagna 2025 ha voluto superare la retorica del "coraggio individuale", ponendo l'attenzione sulla responsabilità collettiva nel creare spazi sicuri in cui essere se stessi non rappresenti un atto di rischio, ma un diritto riconosciuto.

Attraverso il simbolismo dei "superpoteri", ereditato dalla comunicazione 2024, è stato introdotto il concetto di "energia condivisa", a sottolineare che ogni coming out genera connessioni, costruisce fiducia e alimenta l'identità comunitaria.

Arcigay ribadisce così che ogni percorso di visibilità è anche un atto politico di cura: per sé, per la comunità e per la società.

NOVEMBRE - DICEMBRE

Giornata mondiale contro l'AIDS

Il 1° dicembre 2025, Arcigay nazionale ha coordinato una fitta rete di iniziative territoriali, campagne di sensibilizzazione e momenti di informazione pubblica promossi dai Comitati locali in tutta Italia, in occasione della Giornata Mondiale contro l'AIDS.

L'obiettivo principale è stato rafforzare la consapevolezza sulla prevenzione dell'HIV, combattere lo stigma e promuovere una cultura della salute sessuale fondata su informazione scientifica, responsabilità collettiva e inclusione sociale.

Campagna e messaggio 2025

La campagna nazionale, diffusa con lo slogan "In coppia con la prevenzione", ha voluto sottolineare l'importanza della corresponsabilità nella salute sessuale e dell'accesso universale ai servizi di diagnosi precoce e cura.

Arcigay ha affermato con forza l'idea che la prevenzione sia una pratica comunitaria, non solo individuale: un gesto di cura reciproca che tutela sé e gli altri, contro ogni forma di stigma.

La comunicazione 2025 ha integrato i linguaggi della salute pubblica con quelli della cultura pop e digitale, promuovendo contenuti informativi tramite video brevi, podcast e collaborazioni con sex educator, medici e creator LGBTI.

Azioni territoriali coordinate

Il coordinamento nazionale, guidato dall'Area Salute di Arcigay, ha visto il coinvolgimento diretto di oltre 50 Comitati locali e la collaborazione della rete Arcigay Salute Positiva, in sinergia con associazioni partner come LILA, Plus APS, NPS Italia, Anlaids e Fast Track Cities.

Tra le principali attività territoriali:

•Campagne di testing rapido e gratuito in oltre 40 città italiane, in collaborazione con ASL e cliniche universitarie, soprattutto nei luoghi di socialità LGBTQIA (circoli, locali, università).

•Stand informativi e distribuzione di materiali di prevenzione (preservativi, lubrificanti, opuscoli), con un'attenzione specifica alla comunicazione inclusiva e gender-sensitive.

•Eventi pubblici e talk su HIV, PrEP, e diritto alla salute sessuale, con il coinvolgimento di medici infettivologi, psicolog*, operator* sociali e testimonial positivi.

•Campagna "Testami!", rilanciata in versione 2025, con una piattaforma rinnovata che permette di localizzare i servizi di test rapido e di ricevere consulenza anonima via chat.

Approccio psico-sociale e risultati

L'intervento 2025 ha integrato una prospettiva di educazione alla salute basata sul modello bio-psico-sociale (Engel, 1977), che considera la prevenzione efficace solo se accompagnata da interventi contro stigma e disinformazione.

I dati del monitoraggio interno Arcigay mostrano:

- oltre 20.000 test effettuati nel mese di dicembre;
- circa 80.000 persone raggiunte online con contenuti informativi;
- incremento del 25% delle richieste di counseling anonimo rispetto al 2024.

Dimensione politica e strategica

Arcigay ha inoltre rinnovato il proprio impegno nell'ambito del Tavolo Nazionale AIDS e IST e nel coordinamento con il Ministero della Salute e ISS, partecipando alla definizione delle linee della nuova Strategia Nazionale HIV 2026–2030, che mira all'obiettivo "Zero nuove infezioni entro il 2030" dell'OMS.

Con la campagna 2025, Arcigay ha riaffermato la necessità di superare il pregiudizio e la paura, sostenendo l'idea che convivere con l'HIV non è una condizione di colpa né di esclusione, ma di diritto alla salute, dignità e libertà.

Accantonamento

Niente da Accantonare

Restituzione Spontanea

Niente da Restituire

Allegati

File allegato

Elenco Giustificativi di spesa (1).pdf

Dichiarazioni

Il rappresentante legale, con la sottoscrizione del presente rendiconto:

Dichiara che le spese inserite non siano già state imputate ad altri contributi pubblici o privati (c.d. divieto di doppio finanziamento a valere sulla stessa spesa), se non per la parte residua.

Attesta l'autenticità delle informazioni contenute nel presente documento e la loro integrale rispondenza con quanto riportato nelle scritture contabili dell'organizzazione, consapevole che, ai sensi degli articoli 47 e 76 del d.P.R. n. 445/2000, chiunque rilasci dichiarazioni mendaci, formi atti falsi ovvero ne faccia uso è punito ai sensi del codice penale e dalle leggi speciali in materia.

Dichiara di aver letto e compreso l'informativa sulla privacy

Totale

Totale €37.495,22

Dati Invio

Identificativo RND479516028084355070

Data Invio 27-01-2026

Stato

Inviato