

PDR05

1. Scopo e Obiettivi

La presente policy definisce i principi, le linee guida e le responsabilità per garantire che tutte le comunicazioni interne ed esterne, incluse le attività di marketing e pubblicità, riflettano un approccio rispettoso della parità di genere, libero da stereotipi e discriminazioni.

2. Ambito di Applicazione

Questa policy si applica a:

- Comunicazioni interne (e-mail, newsletter, documentazione aziendale, formazione, presentazioni).
- Comunicazioni esterne (sito web, social media, comunicati stampa, materiali promozionali, campagne marketing e pubblicitarie).
- Eventi, conferenze e qualsiasi contenuto diffuso a nome dell'azienda.

3. Principi Guida

3.1 Linguaggio inclusivo

- Utilizzare formulazioni neutre o che includano esplicitamente entrambi i generi.
- Evitare espressioni o costruzioni linguistiche che attribuiscono ruoli tradizionali sulla base del genere.
- Preferire termini collettivi inclusivi (es. "il personale", "le persone", "il team") quando appropriato.

3.2 Rappresentazione equilibrata

- Garantire la presenza equilibrata di donne, uomini e, ove rilevante, persone non binarie nei materiali visivi.
- Evitare rappresentazioni stereotipate dei generi (ruoli domestici, professionali, emotivi, di leadership, ecc.).
- Promuovere modelli positivi, diversificati e realistici.

3.3 Contenuti rispettosi e non discriminatori

- Evitare contenuti che oggettificano, ridicolizzano o marginalizzano qualsiasi genere.
- Assicurare che i messaggi siano coerenti con i valori aziendali di inclusione, equità e rispetto.
- Non utilizzare metafore o messaggi che sfruttano dinamiche di potere basate sul genere.

4. Linee Guida per Marketing e Pubblicità

4.1 Sviluppo del concept

- Valutare ogni proposta creativa attraverso una "prospettiva di genere" per identificare bias o stereotipi.
- Includere nei briefing l'obiettivo esplicito di comunicare in modo inclusivo.

4.2 Selezione di immagini e contenuti visuali

- Rappresentare generi diversi in contesti professionali, sociali e familiari senza ruoli prestabiliti.
- Evitare ipersessualizzazione o uso del corpo come elemento decorativo privo di contesto.

PDR05

4.3 Test dei materiali

- Prevedere una revisione interna, coinvolgendo figure con competenze in inclusione e comunicazione responsabile.
- Quando possibile, realizzare test con gruppi eterogenei per verificare la percezione del messaggio.

5. Formazione e Sensibilizzazione

- Organizzare sessioni periodiche di formazione sul linguaggio inclusivo e sulla rappresentazione rispettosa dei generi.
- Fornire linee guida e materiali di riferimento aggiornati ai team di comunicazione, marketing e risorse umane.

6. Ruoli e Responsabilità

- Direzione: garantire il sostegno strategico e l'integrazione della policy nei processi aziendali.
- Team Marketing e Comunicazione: applicare la policy in tutte le fasi delle attività di comunicazione.
- Ufficio Qualità/D&I: monitorare la corretta applicazione della policy, fornire supporto e aggiornare le linee guida.

7. Segnalazioni e Revisione

- È possibile segnalare contenuti non conformi alla policy tramite il canale interno dedicato.
- La policy è soggetta a revisione periodica, almeno annuale, per garantirne aggiornamento e coerenza con le migliori pratiche.

8. Entrata in Vigore

La presente policy entra in vigore dalla data della sua approvazione ed è vincolante per tutto il personale e per collaboratori esterni coinvolti nelle attività di comunicazione.

Data: 15/12/2025

Firma Direttore Generale

Ing. Emanuele Fresa

