



**Politica per l'utilizzo
di un linguaggio
inclusivo e non
discriminante**

Politica per l'utilizzo di un linguaggio inclusivo e non discriminante

PREMESSA

Per Gruppo CAP, rispetto significa dedicare tempo e attenzione alle persone, riconoscendo il loro intrinseco valore. Solo prendendoci cura delle relazioni possiamo celebrare la diversità e costruire una comunità solida e sicura. Rispetto è trasformare ogni interazione in un atto di responsabilità e ogni decisione in un'opportunità per costruire un presente più giusto e armonioso. Promuoviamo una cultura del dialogo che non si limita a trasmettere informazioni, ma che invita a comprendere, ascoltare e rispondere.

I pilastri della nostra comunicazione

- **Rispetto:** ogni parola è un'opportunità per dimostrare attenzione e cura verso chi ci ascolta.
- **Inclusione:** le parole devono rappresentare la diversità di chi siamo e di chi ci circonda, eliminando stereotipi e pregiudizi.
- **Fiducia:** un linguaggio chiaro e trasparente è la base per costruire relazioni autentiche e durature.

1. INTRODUZIONE

Le parole hanno un potere: possono costruire relazioni solide e ispirare fiducia, ma anche ferire o escludere. Promuovere un approccio inclusivo significa riconoscere questo potere e impegnarsi a usarlo per accogliere, valorizzare e ascoltare ogni persona.

Scopo della Policy

Queste linee guida sono un punto di riferimento concreto per costruire un ambiente di lavoro in cui ogni persona si senta rispettata e valorizzata, e per garantire un dialogo pubblico che trasmetta in modo chiaro e autentico i nostri valori di rispetto, inclusione e fiducia.

Importanza della comunicazione per Gruppo CAP

La comunicazione è uno strumento, ma anche una responsabilità condivisa, da praticare ogni giorno. Che si tratti di dialogare con collaboratori e collaboratrici, con clienti o partner, o di confrontarsi con gli stakeholder.

Il linguaggio deve sempre essere un ponte, mai un ostacolo.

Perché ogni parola, scritta o pronunciata, ha il potere di contribuire a costruire un ambiente di lavoro in cui ogni persona si senta sicura, valorizzata e parte integrante della comunità.

Cosa significa comunicare con responsabilità?

Significa riconoscere che ogni interazione è un'occasione per fare la differenza:

- **Includere:** scegliere parole che accolgano e rappresentino la diversità.
- **Ascoltare:** fare spazio alle opinioni altrui, perché il confronto è una risorsa preziosa.
- **Rispondere con empatia:** comprendere le esigenze dell'altro e costruire soluzioni che mettano al centro le persone.

Quando devo usare questa politica?

Questa politica è uno strumento concreto pensato per tutti i livelli aziendali: per collaboratori e collaboratrici, per dirigenti, fornitori e partner commerciali. Ma anche stakeholder pubblici e privati.

Quindi è per tutti e tutte?

Sì, perché il linguaggio non appartiene solo a chi comunica, ma anche a chi ascolta. Ogni persona della nostra comunità contribuisce a dare forma alla cultura aziendale, e questa politica è il punto di partenza per garantire che le parole che scegliamo rappresentino i valori in cui crediamo.

2. LE LINEE GUIDA GENERALI

Il tono di voce di Gruppo CAP

In ogni tipo di comunicazione, sia formale sia informale, esterna o interna, è preferibile utilizzare un tono che sia:

• Chiaro e semplice

Il linguaggio deve essere accessibile a tutti e tutte, senza inutili tecnicismi o complessità. Parlare in modo chiaro significa rendere le informazioni comprensibili anche a chi non ha competenze specifiche, abbattendo barriere e garantendo che il messaggio arrivi a destinazione senza fraintendimenti. Per questo consigliamo di tenere come bussola di riferimento il ✨ **“Manifesto della comunicazione non ostile per la Pubblica Amministrazione”**.

“Chiarezza è rispetto, perché parlare in modo semplice non è semplificare, ma includere.”

• Empatico

Le parole hanno il potere di riconoscere i bisogni, le emozioni e le esperienze di chi ci sta di fronte. Parlare con empatia significa prendersi il tempo di considerare l'impatto delle proprie parole, scegliendo sempre un linguaggio che rispetti e valorizzi le sensibilità dell'altro.

“L'empatia è il cuore del dialogo, perché ci permette di trasformare le parole in uno spazio di incontro.”

Lo stile

Ogni messaggio, indipendentemente dal canale utilizzato – email, chat, social media, comunicati stampa o comunicazioni ufficiali – deve rispecchiare tre principi fondamentali: rispetto, inclusione e trasparenza.

Questi valori rappresentano linee guida pratiche per comunicare in modo chiaro e consapevole, garantendo che ogni interlocutore si senta accolto e valorizzato.

Alcuni esempi pratici:

■ Sul tema del... rispetto

- ⊗ Linguaggio ostile: *“Non sei stato chiaro nel tuo lavoro, dovresti prestare più attenzione.”*
- ✓ Linguaggio non ostile: *“Forse c'è stato un malinteso, possiamo rivedere insieme il tuo lavoro per migliorare il risultato?”*

■ Sul tema dell'... inclusione

- ⊗ Linguaggio non inclusivo: *“Cari colleghi, vi invitiamo alla riunione.”*
- ✓ Linguaggio inclusivo: *“Ciao a tutte e a tutti, vi invitiamo alla riunione.”*

■ Sul tema della... trasparenza

- ⊗ Linguaggio non trasparente: *“Il progetto è in ritardo e stiamo gestendo la situazione.”*
- ✓ Linguaggio trasparente: *“Il progetto è in ritardo di due settimane. Stiamo lavorando per recuperare i tempi e vi terremo aggiornati.”*

L'utilizzo delle immagini

Le immagini sono un'estensione del nostro linguaggio e devono riflettere i nostri valori. Ogni scelta visiva può avvicinarci o allontanarci dal dialogo che vogliamo costruire. Ogni immagine può essere uno strumento di dialogo o, al contrario, rischiare di rafforzare stereotipi e pregiudizi.

Ecco i punti principali da considerare:

- **Qualità e pertinenza**

Le immagini devono essere di alta qualità e pertinenti al contenuto, in linea con il messaggio e i valori aziendali.

- **Rispetto della privacy**

Devono essere utilizzate solo immagini per le quali si dispone dei diritti e delle autorizzazioni e che quindi non violino la privacy delle persone rappresentate..

- **Inclusività e diversità**

È importante scegliere immagini che rappresentino la diversità delle persone e che includano: persone di diverse origini etniche e culturali, persone con disabilità e che siano rappresentate in modo naturale e lontano da pietismi, famiglie e relazioni che vanno oltre le configurazioni tradizionali.

- **Accessibilità**

Prendersi il tempo e la cura di verificare che le immagini siano accessibili, utilizzando descrizioni alternative ( [Qui un approfondimento per capire come fare](#)) per contenuti digitali, per facilitare la fruizione da parte di persone con disabilità visive.

Esempio pratico: una foto di un team di lavoro dovrebbe avere una descrizione come questa: “Un gruppo di quattro persone, di diverse età e provenienze, che collaborano intorno a un tavolo in ufficio.”

È bene ricordare quanto previsto dalla **Direttiva (UE) 2019/882**, nota come *European Accessibility Act (EAA)*, che definisce i requisiti di accessibilità per prodotti e servizi, a tutela dei diritti delle persone con disabilità.

Questa politica è stata redatta in coerenza con tali disposizioni, a conferma del nostro impegno verso un linguaggio inclusivo, non discriminante e accessibile.

Promuoviamo l'**accessibilità digitale e comunicativa** come elemento essenziale per favorire la partecipazione attiva e il rispetto dei diritti di tutte le persone, senza esclusioni.

3. COMUNICAZIONE INTERNA

Obiettivi della comunicazione interna

Lo stile della comunicazione interna è il cuore pulsante della vita organizzativa di un'impresa. Non si tratta solo di condividere informazioni, ma di creare uno spazio in cui ogni persona si senta parte attiva e ascoltata, rafforzando il senso di appartenenza e il rispetto reciproco.

Il coinvolgimento è una responsabilità condivisa

Ogni messaggio interno – dall'email più formale alla chat più informale – deve promuovere una cultura del dialogo aperto, dove le opinioni e i suggerimenti siano incoraggiati e accolti con attenzione. Una cultura del feedback serve a migliorare i processi aziendali e costruisce relazioni basate sulla fiducia e sull'empatia.

Il rispetto non è facoltativo

Indipendentemente dallo strumento utilizzato – email, chat o intranet – il linguaggio deve essere sempre rispettoso, inclusivo e chiaro. La rapidità o l'informalità di una chat non giustificano scarsa cura o un tono inappropriato.

Cosa evitare nelle nostre comunicazioni? Commenti sarcastici, battute che potrebbero risultare offensive o un linguaggio costruito sciattamente.

Cosa promuovere? Una comunicazione che sia sempre professionale, ma anche calda e accogliente.

Alcuni esempi pratici:

■ Sessismo

“Le donne sono troppo emotive per gestire ruoli di leadership.”

Un'espressione come questa perpetua uno stereotipo sessista che sminuisce le competenze e le capacità delle donne basandosi su pregiudizi di genere. Non solo è offensiva, ma ostacola l'equità sul lavoro.

■ Ageismo

“Meglio affidarlo a qualcuno più giovane, così lo fa più velocemente.”

Un'espressione come questa esprime un pregiudizio legato all'età (ageismo), suggerendo che le persone meno giovani siano automaticamente meno efficienti. Un simile atteggiamento mina il valore e l'esperienza della comunità.

■ Orientamento sessuale

“Non capisco perché debbano sempre ostentare la loro sessualità.”

Un'espressione come questa rivela un pregiudizio verso le persone LGBTQ+, interpretando la loro visibilità come un atto di ostentazione. Ridicolizza il diritto di ogni individuo a vivere apertamente la propria identità, alimentando esclusione e mancanza di rispetto.

■ Disabilità

“Non possiamo metterlo/a in prima linea, darebbe un'immagine sbagliata dell'azienda.”

Un'espressione come questa è discriminatoria verso le persone con disabilità, basandosi sull'idea che la loro presenza possa compromettere l'immagine aziendale. Si tratta di una grave forma di esclusione, che ignora il contributo e il valore delle competenze individuali.

4. COMUNICAZIONE ESTERNA

La comunicazione con cittadini e cittadine, media, istituzioni e clienti implica una riflessione sulla forma e sulla sostanza di ciò che si comunica. Ogni messaggio esterno rappresenta il volto dell'azienda e deve rispecchiare i suoi valori fondamentali.

Alcuni esempi pratici:



Non appropriato

“Abbiamo aggiornato l'app per includere nuove funzioni per persone con problemi di vista.”



Appropriato

“La nostra app è ora completamente accessibile anche per persone con disabilità visive. Abbiamo introdotto funzioni di lettura vocale e un'interfaccia intuitiva per facilitare la gestione del servizio idrico. Per noi, inclusione significa garantire a tutti e tutte un accesso equo ai servizi essenziali.”

5. I 10 PRINCIPI DI GRUPPO CAP ISPIRATI AL MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE

1 Percezione

**Virtuale
è reale**



In una chat o in un commento digitale, evito toni sbrigativi o giudizi sommari che non userei mai di persona.

2 Identità

**Si è ciò che
si comunica**



Non uso volgarità o micro aggressioni inadatte al mio ruolo, alla mia professionalità e allo stile della mia azienda.

3 Espressione

**Le parole
danno forma
al pensiero**



Utilizzo un linguaggio semplice e senza tecnicismi. Mi assicuro che le persone comprendano chiaramente quanto necessario.

4 Comprensione

**Prima di
parlare bisogna
ascoltare**



Fornisco un ascolto emotivo e attivo. Mi impegno a valorizzare e comprendere le necessità e le aspettative di tutti e tutte.

5 Interazione

**Le parole
sono un
ponte**



Comunico sempre con professionalità, mi ricordo che un tono amichevole, gentile e misurato rafforza le relazioni e migliora la qualità del lavoro.

6 Relazione

**Le parole
hanno
conseguenze**



Evito allusioni e apprezzamenti di natura fisica o sessuale, sia diretti che indiretti. Con il mio comportamento potrei mettere a disagio le persone e ledere la loro dignità.

7 Condivisione

**Rispettare
gli spazi altrui**



Rispetto i confini personali di chi mi circonda, evitando di invadere il loro spazio, sia fisico sia digitale. Riconoscere i limiti individuali è un atto di cura: farlo rispettosamente significa creare un clima di fiducia.

8 Accoglienza

**Abbracciare
la diversità**



Evito giudizi e commenti su cose e persone sulla base del loro genere, cultura, età, orientamento sessuale, ecc... È il primo passo per creare un ambiente dove ciascuno si sente accolto e valorizzato.

9 Confronto

**Gli insulti non
sono argomenti**



Quando sorgono divergenze, mi concentro sul problema e non sulla persona. Esprimo critiche costruttive, indirizzate al miglioramento del lavoro, mai al denigrare chi lo ha svolto.

10 Misura

**Anche
il silenzio
comunica**



Pratico la comunicazione empatica. Quando le parole non bastano, uso un linguaggio corporeo e verbale che esprima sostegno e comprensione.



Questo documento è stato approvato in data 20/03/2025
dal Consiglio di Amministrazione di Gruppo CAP.
La politica per l'utilizzo di un linguaggio inclusivo e non discriminante
è stata redatta dalla Direzione Relazioni Esterne e Sostenibilità
e condivisa con le direzioni generali di CAP Holding e CAP Evolution.