

AIR CAMPANIA S.p.A.

COMUNICAZIONE INCLUSIVA

Linee Guida per un Linguaggio Inclusivo

Le parole sono i mattoni con cui costruiamo la nostra percezione del mondo e le relazioni che ci legano. Riconoscere la loro forza significa adottare una responsabilità etica verso noi stessi e gli altri.

Questo è il principio cardine che anima la comunicazione consapevole.

Premessa

Le parole non sono neutrali. Le parole sono potenti.

Le parole hanno un peso e trasmettono le intenzioni di chi le usa. Con le parole diamo forma alla realtà che ci circonda, le usiamo per descrivere quello che abbiamo davanti o sentiamo dentro di noi, ci servono per far immaginare ciò che non si vede. Molti vocaboli sono soltanto descrittivi, ma molti altri evocano pregiudizi, stereotipi, una postura di rimprovero o di rifiuto. Il significato delle parole cambia poi in base al contesto, alla situazione, al momento storico. Richiedono un uso consapevole e responsabile.

In AIR Campania, questo principio ha ancora più valore: le parole che usiamo ogni giorno — nei documenti interni, nelle comunicazioni con l'utenza, negli avvisi di servizio — costruiscono la cultura aziendale e riflettono i valori che ci guidano.

Le parole contribuiscono a garantire inclusione, equità e pienezza di ruolo per ogni persona, indipendentemente dal genere, dall'orientamento politico, sessuale e religioso, dalla razza, dall'età, dalle convinzioni personali, dallo stato civile, dalle abilità cognitive e motorie,

Queste linee guida sono uno strumento concreto del Comitato Diversity & Inclusion di AIR Campania, istituito il 21 marzo 2024, e si inseriscono nell'ambito della Politica per la Parità di Genere adottata in conformità alla UNI/PdR 125:2022 e nel "Piano di Gestione delle Molestie sul Luogo di Lavoro".

Indice	Errore. Il segnalibro non è definito.
1. Introduzione: un linguaggio che cambia	4
2. Linguaggio neutrale: cosa significa?	4
3. Le politiche di AIR Campania	4
4. Tecniche redazionali: la nostra formula.....	5
4.1 Forme per esteso	5
4.2 Forme neutre (oscuramento del genere).....	5
4.3 Note applicative	5
5. Non solo parole: l'importanza delle immagini.....	6
6. Decostruire gli stereotipi: una parola alla volta	6
7. Esempi pratici: consigli utili & errori da evitare	6
Figure istituzionali e ruoli aziendali	7
Categorie di persone — nomi collettivi	7
Contesto professionale e aziendale	7
Contesto lavorativo colloquiale.....	8
Forme impersonali.....	8
Figure professionali al femminile — declinazioni corrette.....	8
8. Per concludere	9
Il Comitato Diversity & Inclusion	9

1. Introduzione: un linguaggio che cambia

La comunicazione riflette e influenza gli atteggiamenti delle persone, come una materia viva che cambia in base alle nuove necessità del mondo circostante. Tramite la parola scritta e parlata siamo in grado di veicolare e rafforzare stereotipi e pregiudizi, ma possiamo anche trasmettere inclusività.

Il linguaggio di genere nasce proprio per questo: un bisogno e un diritto di includere ogni persona nella lingua parlata e scritta. In italiano questo è particolarmente rilevante per due motivi:

- la grammatica italiana non prevede un genere neutrale e storicamente ha privilegiato il maschile come forma generica;
- il contesto storico e socioculturale ha spesso escluso l'uso del genere femminile come forma primaria, anche quando la grammatica italiana lo consente.

In AIR Campania è in corso un percorso di cambiamento culturale, in linea con gli obiettivi del Piano Strategico aziendale e con i KPI definiti dalla UNI/PdR 125:2022. Questo documento è uno degli strumenti di quel cambiamento: non cambia il mondo da solo, ma contribuisce a costruire un nuovo modo di comunicare — più consapevole, più rispettoso, più inclusivo.

Perché se per molte persone l'utilizzo di una determinata parola rispetto a un'altra può sembrare insignificante, per altre simboleggia una conquista e comunica rispetto e inclusione.

2. Linguaggio neutrale: cosa significa?

Un linguaggio neutrale è un linguaggio che non esclude, che non limita, ma che pone ogni persona al centro senza discriminare per via del genere, dell'etnia o delle abilità.

Secondo le linee guida del Parlamento Europeo: «Un linguaggio neutro sotto il profilo del genere indica, in termini generali, l'uso di un linguaggio non sessista, inclusivo e rispettoso del genere. La finalità di un linguaggio neutro dal punto di vista del genere è quella di evitare formulazioni che possano essere interpretate come di parte, discriminatorie o degradanti, perché basate sul presupposto implicito che maschi e femmine siano destinati a ruoli sociali diversi.»

In AIR Campania, adottare un linguaggio neutrale significa:

- riconoscere e valorizzare la presenza di lavoratrici e lavoratori di ogni genere;
- evitare formule che trasmettano involontariamente stereotipi o esclusioni;
- contribuire a costruire una cultura aziendale coerente con i principi del Codice Etico e della Politica per la Parità di Genere.

3. Le politiche di AIR Campania

Questo documento si inserisce in un percorso più ampio di AIR Campania verso l'inclusione e la parità di genere, avviato con la costituzione del Comitato Diversity & Inclusion (Determinazione n. 107 del 21

marzo 2024) e formalizzato nella Politica per la Parità di Genere, aggiornata alla Rev. 02 del 15 aprile 2026.

Le iniziative principali in questo ambito includono:

- adozione della UNI/PdR 125:2022 con definizione di KPI specifici per la parità di genere;
- programmi di formazione e coaching per lo sviluppo della managerialità al femminile;
- politiche retributive basate su equità e performance;
- canale di segnalazione (paritadigenere@aircampania.it) per episodi di discriminazione o molestia;
- monitoraggio annuale tramite sondaggio anonimo a tutte le persone dipendenti.

Le presenti linee guida si aggiungono a questi strumenti, educando le persone a un utilizzo più consapevole del linguaggio nella comunicazione aziendale quotidiana.

4. Tecniche redazionali: la nostra formula

Esistono diversi metodi per comunicare in modo neutrale rispetto al genere: l'uso dell'asterisco (professionist*), lo sdoppiamento contratto (professionisti/e). Ognuno ha pregi e limiti.

In AIR Campania abbiamo scelto due strategie principali, che privilegiano la leggibilità e l'accessibilità dei testi:

4.1 Forme per esteso

Si nominano esplicitamente entrambi i generi: «lavoratrici e lavoratori», «le colleghe e i colleghi», «la candidata o il candidato».

Quando possibile, si inserisce prima il riferimento femminile: «*le operatrici e gli operatori*» anziché «*gli operatori e le operatrici*».

4.2 Forme neutre (oscuramento del genere)

Si sostituisce il riferimento di genere con un termine neutro: «il personale» invece di «i dipendenti»; «i colleghi e le colleghe»; «chi lavora in AIR Campania».

4.3 Note applicative

- Il linguaggio neutrale si applica ai testi originali: comunicati, circolari, documenti interni, modulistica, contenuti del sito e dei canali social.
- Le citazioni da fonti esterne (leggi, decreti, atti istituzionali) vanno riportate nella forma originale.
- Quando ci si riferisce a una persona fisica specifica, si usa il genere corretto per quella persona.
- Lo sdoppiamento contratto (il/la) è adatto alla modulistica; nei testi correnti si preferiscono le forme per esteso o le forme neutre.

I simboli (asterisco) possono creare difficoltà di lettura per le persone con disabilità o che utilizzano software di sintesi vocale. Le forme per esteso e le forme neutre sono la scelta più accessibile e inclusiva.

5. Non solo parole: l'importanza delle immagini

Anche le immagini contribuiscono a rafforzare o decostruire stereotipi. In AIR Campania prestiamo attenzione alla scelta delle fotografie e delle illustrazioni utilizzate in tutti i materiali di comunicazione interna ed esterna.

Le linee guida per la comunicazione visiva prevedono:

- diversificare i soggetti rappresentati, evitando l'associazione automatica donna=lavori di cura, uomo=lavori tecnici;
- promuovere immagini «non convenzionali»: una donna autista, un uomo che svolge lavori amministrativi, persone di diverse età ed etnie in ruoli di responsabilità;
- evitare il dualismo cromatico azzurro/rosa nei materiali grafici legati al genere;
- scegliere immagini che valorizzino la diversità presente in azienda, anche in termini di abilità e età.

Il Comitato Diversity & Inclusion supporta i team di comunicazione nella scelta di immagini coerenti con i valori aziendali.

6. Decostruire gli stereotipi: una parola alla volta

Il linguaggio è uno strumento potente per contrastare i pregiudizi legati al genere. Piccoli accorgimenti nella scrittura quotidiana producono un cambiamento culturale reale.

Alcune indicazioni pratiche:

- Usare le declinazioni femminili corrette dei titoli professionali: «l'ingegnera», «l'architetta», «la dirigente», «la ministra».
- Evitare l'articolo determinativo davanti ai cognomi femminili («la Rossi»): preferire nome e cognome completi.
- Nei testi di esempio, variare i ruoli attribuiti alle figure citate: «la responsabile tecnica Maria Rossi» e «il collaboratore amministrativo Mario Rossi».
- Inserire prima il genere femminile quando la presenza delle donne è sottorappresentata in quel contesto («ile conducenti e i conducenti», «ile manutentrici e i manutentori»).

7. Esempi pratici: consigli utili & errori da evitare

Di seguito alcune tabelle di riferimento per la comunicazione quotidiana in AIR Campania.

Figure istituzionali e ruoli aziendali

Maschile	Femminile
Il direttore generale	La direttrice generale
Il dirigente	La dirigente
Il responsabile	La responsabile
Il dipendente	La dipendente
Il conducente	La conducente
Il manutentore	La manutentrice
Il tecnico	La tecnica
Il delegato	La delegata
Il presidente	La presidente
Il segretario	La segretaria

Categorie di persone — nomi collettivi

Invece di...	...meglio usare
Uomo, uomini	Persona, persone
...dell'uomo / degli uomini	...della persona / delle persone
I dipendenti	Il personale / Le persone dipendenti
I lavoratori	Lavoratrici e lavoratori
I conducenti	Le conducenti e i conducenti
I colleghi	Le colleghe e i colleghi
I dirigenti affermano che...	La dirigenza afferma che...
Gli interessati possono...	Le persone interessate possono...
Bambini	Bambine e bambini
Fratellanza	Solidarietà

Contesto professionale e aziendale

Invece di...	...meglio usare
Il candidato	La persona candidata
Il dipendente / i dipendenti	Ogni dipendente / Il personale
Chi si certifica	Chi sceglie di certificarsi
Il beneficiario	La persona che beneficia
Il delegato	La persona delegata
Gentilissimo utente	Gentile utente (senza specifica di genere)

Invece di...	...meglio usare
Il Direttore Generale	La Direzione Generale
Il Presidente	La Presidenza
La segretaria	La segreteria
Il corpo dell'uomo	Il corpo umano

Contesto lavorativo colloquiale

Invece di...	...meglio usare
Cari colleghi	Care colleghe e cari colleghi (o viceversa)
Benvenuti a tutti	Vi do il benvenuto / Diamo il benvenuto
Grazie per esserti iscritto	Grazie per aver completato la registrazione
Ti sei ricordato di inviare...?	Ricorda di inviare...

Forme impersonali

Invece di...	...meglio usare
I dipendenti possono inviare...	È possibile inviare...
I conducenti sono invitati a...	Si invita a...
Gli interessati possono partecipare...	Le persone interessate possono partecipare...
I destinatari della circolare...	La circolare è destinata a... / si rivolge a...

Figure professionali al femminile — declinazioni corrette

Invece di...	...meglio usare
Ingegnere (donna)	Ingegnera
Architetto (donna)	Architetta
Il consulente (donna)	La consulente
Il giudice (donna)	La giudice
Il tecnico (donna)	La tecnica
Un ministro donna	La ministra
Un avvocato donna	L'avvocata

8. Per concludere

La realizzazione di queste linee guida parte dalla volontà di AIR Campania di affrontare in modo concreto e costruttivo il tema del linguaggio inclusivo, coerentemente con i valori espressi nel Codice Etico aziendale e nella Politica per la Parità di Genere.

Il cambiamento linguistico è un processo graduale. È importante instillare la giusta direzione con il contributo di tutte le persone che lavorano in AIR Campania, affinché il rispetto si traduca non solo in comportamenti, ma anche nelle parole di ogni giorno.

Per segnalazioni, suggerimenti o informazioni sul tema della parità di genere e dell'inclusione: paritadigenere@aircampania.it Comitato Diversity & Inclusion — AIR Campania S.p.A.

Il Comitato Diversity & Inclusion

Il Comitato, istituito con Determinazione n. 107 del 21 marzo 2024, è composto da:

- Dott. Anthony Acconcia — Presidente
- Dott.ssa Loredana Schiavo — Delegata al coordinamento operativo e Responsabile delle politiche Diversity & Inclusion
- Dott.ssa Rafaelina Di Vito — Referente dell'Area Segreteria e Affari Generali

Questo documento rispetta la Politica per la Parità di Genere di AIR Campania (UNI/PdR 125:2022) ed è aggiornato periodicamente dal Comitato.

Per maggiori informazioni consultare il sito aziendale: <https://aircampania.it> nella sezione parità di genere.

La Direzione Generale
F.to Dott. Anthony Acconcia