

Procedura sul Linguaggio Inclusivo
di Keminova Italiana SB S.r.l.

keminova

INSPIRED BY NATURE



Keminova Italiana SB S.r.l., con sede in Via Guido Rossa 22/E, Cellatica (BS), codice fiscale, partita I.V.A. e numero di iscrizione al Registro delle Imprese di Brescia n. 02016380178 (nel seguito, “**Keminova**”, o anche semplicemente la “**Società**”), nella sua qualità di società benefit, ai sensi dei commi 376 – 384, art. 1, della L. 28 dicembre 2015 n. 208 (**Legge di Stabilità 2016**), si impegna, da statuto, a perseguire, attraverso lo svolgimento delle proprie attività di profitto, diverse finalità di beneficio comune, tra le quali: (i) accrescere le conoscenze e le competenze favorendo la crescita di ogni collaboratore e la qualità delle relazioni interne, (ii) creare le condizioni e l’ambiente per una maggiore flessibilità, creatività e autonomia lavorativa, che aumentino la responsabilità e valorizzino le predisposizioni e i talenti, (iii) avere cura alle esigenze personali di chi lavora in Keminova promuovendo attività dedicate alla salute e al benessere dei collaboratori e dei loro famigliari, (iv) promuovere - con *partner*, clienti e fornitori - una cultura d’impresa orientata al Bene Comune attraverso la condivisione di progetti, azioni, iniziative che favoriscano l’equilibrio economico, sociale e ambientale, in un’ottica di evoluzione e di miglioramento reciproco.

Questa procedura contiene e prescrive i principi e le regole che noi di Keminova adottiamo e perseguiamo in tutte le nostre attività di comunicazione rivolte sia al nostro interno sia all’esterno.

Indice

1. Il ruolo del linguaggio per l'inclusione	4
2. Premessa all'utilizzo delle linee guida sul linguaggio	4
3. Principi generali.....	5
4. Regole generali per un uso del linguaggio inclusivo e per la visibilità del genere.....	5
5. Regole pratiche per la visibilità del genere nel linguaggio e per un linguaggio inclusivo.	8
6. Monitoraggio e <i>reporting</i>	14
7. Violazioni	14
8. Adozione.....	14
Fonti	15

1. Il ruolo del linguaggio per l'inclusione

Noi di Keminova siamo consapevoli che il linguaggio è uno strumento importante: può rafforzare o destabilizzare sistemi di potere che si fondano su disegualianze, povertà e sofferenze.

Il modo in cui scegliamo di esprimerci può metterci nella condizione di ridimensionare i problemi, sfidare i pre-concetti e costruire un futuro più equo.

Quando parliamo o scriviamo di noi, delle nostre attività e ci rivolgiamo ai nostri *stakeholder*, le parole che usiamo sono uno specchio del mondo uguale che stiamo cercando di costruire.

Per noi di Keminova è, quindi, importante che il nostro linguaggio rifletta i nostri valori e il nostro impegno per una cultura inclusiva (come intesa e definita nel nostro documento sulla politica della diversità, equità, inclusione e parità di genere Keminova).

Un approccio intersezionale e uno sguardo critico al linguaggio che usiamo sono una parte importante del lavoro che facciamo.

Siamo inoltre consapevoli che il genere al quale decliniamo le parole ha un risvolto cognitivo e che l'utilizzo corrente del maschile estensivo porta, inconsciamente, ad immaginare un mondo solo di uomini.

Se vogliamo che le donne siano presenti nella coscienza collettiva, così come sulla scena pubblica e nel mondo del lavoro, e vengano rappresentate in modo paritario rispetto agli uomini, è necessario renderle visibili.

Noi di Keminova siamo pertanto convinti che anche la rappresentazione del genere nel discorso possa rappresentare una delle vie possibili per sviluppare tale coscienza.

2. Premessa all'utilizzo delle linee guida sul linguaggio

Noi di Keminova riconosciamo che il linguaggio deve essere adattato a ciascun contesto e a ciascuna persona destinataria dei nostri contenuti, e può mutare di senso in relazione al tempo e allo spazio.

I principi e linee guida contenuti in questa procedura non sono intesi come regole assolute, immutabili: in Keminova, ciascuno di noi è invitato a ricorrere alla propria capacità di giudizio, anche disapplicando le linee guida contenute in questa procedura, laddove il contesto lo richieda, al fine di garantire che il nostro linguaggio sia compreso e raggiunga destinatari e destinatarie nel modo più inclusivo possibile.

Ciò che conta, per noi di Keminova, è che ricorriamo sempre al buon senso prima di utilizzare il linguaggio.

Ciascuno di noi in Keminova è incoraggiato a scegliere il linguaggio che ritiene più appropriato, purché sia sempre rispettoso, inclusivo e attento a tutti i principi della nostra politica sull'inclusione.

Qui di seguito, sono dettati alcuni principi generali e alcune regole (o meglio, linee guida) di linguaggio che cercheremo sempre di utilizzare applicando il buon senso, la nostra sensibilità e la nostra consapevolezza.

La procedura contiene un primo gruppo di principi generali per l'uso del linguaggio costruiti per rivolgersi alla parte femminile dell'umanità. Non per questo la procedura non fornisce indicazioni per un linguaggio inclusivo nel senso più ampio, come la nostra politica sull'inclusione richiede.

Ai principi generali, seguono le linee guida.

Sono divise in sezioni tematiche, anche se molte delle questioni si intersecano e alcuni termini possono essere rilevanti per più tematiche. Sono state pensate per essere messe in pratica in un contesto il più possibile neutro e allargato, forniscono esempi di come si possano mettere in pratica i principi dell'inclusione nella scrittura e nella conversazione quotidiana e includono frasi e concetti, che possiamo non usare molto al momento nel nostro lavoro e scrittura, ma che è importante aver reso espliciti, per riconoscere e sfidare i problemi dell'inclusione e della disuguaglianza nell'ambito in cui opera Keminova.

3. Principi generali

3.1. Sensibilità. Utilizzeremo il linguaggio con consapevolezza delle percezioni e delle diverse sensibilità. Non faremo ricorso a quelle forme di linguaggio che ricalcano schemi o rafforzano regole e costruzioni precostituite, che sottraggono potere alle donne e alle persone che fanno parte di gruppi sottorappresentati, discriminati o abusati, e che sono causa di sofferenze e povertà che l'Agenda ONU 2030 ci indica di abbattere.

3.2. Solidarietà. Utilizzeremo il linguaggio assicurandoci che il nostro modo di esprimerci non esponga nessuna persona a forme di discriminazione, alienazione, rischi o sofferenze. Con il nostro linguaggio, faremo sempre in modo che sia chiaro che noi sosteniamo le comunità e le persone che vengono fatte oggetto di discriminazione, che siamo dalla loro parte e che intendiamo proteggerle.

3.3. Coinvolgimento. Utilizzeremo il linguaggio per includere e, quindi, coinvolgendo e coinvolgendoci. Raccoglieremo le informazioni necessarie su come le persone cui vorremo rivolgerci preferiscono essere riferite, riconoscendo che non esistono espressioni, per rivolgersi alle persone, che siano corrette a priori e che possano essere utilizzate in modo omogeneo.

3.4. Semplicità. Utilizzeremo sempre un linguaggio diretto, cercando alternative espressive semplici, che rispettano i nostri principi e che risultano di immediata comprensione. Non utilizzeremo espressioni segreganti o alienanti. Se utilizzeremo espressioni che possono essere comprese da poche persone, faremo sempre in modo di includere una spiegazione in termini più chiari e diretti.

3.5. Specificità. Utilizzeremo il linguaggio in modo specifico. Non faremo ricorso né a termini estensivi maschili, né a categorizzazioni, né, in generale, a caratterizzazioni pre-definite da altri. Per rivolgerci a una persona, preferiremo sempre termini ed espressioni scelti dalla stessa persona cui ci rivolgiamo. Per esempio, ogni volta che ci presenteremo a una nuova persona, chiederemo prima in quale modo preferisce che ci si rivolga a lei.

4. Regole generali per un uso del linguaggio inclusivo e per la visibilità del genere

4.1. Domande da porsi prima di comunicare. Chiediamoci sempre, prima di comunicare -

- Chi sto includendo, e chi sto escludendo, con l'uso di questo linguaggio?
- Non riflettere sugli impatti dei miei modi espressivi mi aiuta a evitare che io, involontariamente, ignori o cancelli persone o gruppi di persone che subiscono forme di discriminazione?
- Con la scelta del mio linguaggio, sto realmente sfidando stereotipi e regole precostituite che vorrei abbattere, o li sto rafforzando?
- Sto generalizzando in modo estensivo e formulando supposizioni su cosa le persone cui rivolgo la mia comunicazione sono o non sono in grado di comprendere?
- Mi sto impegnando a costruire un senso di appartenenza con la mia comunicazione, o involontariamente sto isolando persone o gruppi di persone, non comprendendo gli impatti del mio linguaggio?
- Sto facendo scelte consapevoli a proposito del linguaggio che uso e applico principi di parità di genere e anti-razzisti, o sto cadendo in vecchie abitudini?

4.2. Parità di genere e diritti delle donne. Il nostro linguaggio dovrà sempre rispecchiare i principi fondamentali espressi nella nostra politica.

Con la parola “**diversità**” intendiamo le differenze tra le persone (**unicità**): età, etnia, sesso, genere, orientamento sessuale, aspetto fisico, disabilità, religione e *status* socio-economico, credo politico, livello culturale, modi di vivere e di pensare.

Con la parola “**equità**” intendiamo giustizia, uguali diritti per tutti, parità di accesso alle medesime opportunità.

Con la parola “**inclusione**” intendiamo accogliere l'altro, dare l'opportunità di far sentire la propria voce e sviluppare un senso di appartenenza.

Con l'espressione “**parità di genere**” intendiamo la parità di diritti tra persone di genere diverso, medesime opportunità.

Per indicare le persone di un'organizzazione che ne sono alle dipendenze, che prestano il proprio lavoro per l'organizzazione e ne ricevono un salario, utilizzeremo il termine “**collaboratore**”, “**collaboratrice**”, “**collaboratori**”, “**collaboratrici**”, o quello collettivo neutro “**personale**”, evitando i termini “**risorse umane**”, “**forza lavoro**”, “**dipendenti**”, che sminuiscono la centralità della persona nella sua funzione lavorativa.

Per indicare l'altra persona facente parte di una relazione sentimentale, preferiamo il termine “**compagno**”, “**compagna**”, o qualsiasi termine culturalmente accettato, e, solo se appropriato, “marito”, “moglie”, preferendo di non ricorrere a termini che presuppongono e impongono un genere specifico e un ruolo predeterminato.

Per riferirci a donne e giovani di genere femminile, useremo espressioni come “**donne**”, “**giovani donne**” e non espressioni come “**gentil sesso**”, “**signorine**”, per evitare stereotipi di genere cui siamo contrari.

4.3. Diversità sessuale. Genere e sessualità sono concetti distinti, ma sovrapposti in molte società e culture. Il genere anatomico di nascita può non coincidere con la percezione che ciascuna persona ha di se stessa e della propria sessualità.

In Keminova, prima di rivolgerci a una persona, preferiamo chiedere i pronomi con cui la persona si identifica e preferisce che si faccia riferimento.

In Keminova preferiamo utilizzare termini neutri e se, ad esempio, vogliamo chiedere a una persona se ha un compagno o una compagna, chiederemo “**c’è qualche persona importante nella sua vita?**”.

4.4. Disabilità, salute fisica e mentale. Per descrivere una persona che non ha forme di disabilità possiamo usare l’espressione “**persona che non ha disabilità**”.

Eviteremo espressioni come “**normale**”, “**in salute**”, “**abile**”. L’espressione “persona che non ha disabilità” è neutra e si basa su un fatto. “Normale” o “in salute” presuppongono che le persone con disabilità siano anormali o non in salute. “Abile” presuppone che le persone con disabilità non siano abili o capaci di fare le cose.

Con il termine “abilismo” identifichiamo quella cultura contemporanea che crea discriminazione nei confronti delle persone con disabilità o che vivono con una particolare condizione di salute o mentale. La cultura abilista tratta le persone che non hanno una disabilità come uno *standard* di normalità. Non riconosce che gli spazi fisici, pubblici e privati, il sistema educativo e., in generale, la società sono stati progettati secondo *standard* di “normalità” alienanti per le persone con disabilità. La cultura abilista non riconosce il privilegio delle persone che non hanno una disabilità, non riconosce di creare, così, in modo implicito limiti e disvalori che sminuiscono automaticamente le capacità e potenzialità delle persone con disabilità o che vivono con una particolare condizione di salute. In Keminova noi lavoriamo per comprendere e supportare i bisogni di tutte le persone, e dare risposte costruttive per affrontare i bisogni di tutte le persone, senza distinzioni.

Per descrivere una persona che vive con una particolare condizione di salute potremo usare l’espressione “**persona con problemi uditivi**”, “**persona cieca**”, “**persona che vive con HIV**”, o “**persona che vive con una malattia cronica**”.

Non useremo espressioni come “**sordo**”, “**cieco**”, “**vittima di AIDS**” o “**persona che soffre di una malattia cronica**”. Il linguaggio preferibile non definisce mai una persona per la sua condizione di salute e evita connotazioni negative che implicino che una persona che vive con una determinata condizione di salute abbia, o non abbia, una certa qualità di vita. Pietismi e forme di compassione non richiesta sono preconcetti della cultura abilista che noi di Keminova non sosteniamo.

4.5. Diritti dei migranti, richiedenti asilo e rifugiati. Noi di Keminova siamo consapevoli che chiunque stia attraversando il confine di uno Stato è potenzialmente un “migrante”.

In alcuni casi può essere necessario chiarire la distinzione tra “migranti”, “richiedenti asilo” e “rifugiati”, pur dovendo però essere anzitutto chiaro che a ciascuno deve essere garantito pieno rispetto di tutti i diritti.

Cercheremo di utilizzare la terminologia più corretta possibile in ogni occasione quando ci riferiremo a persone che siano migrate al di fuori dei confini del proprio Paese di origine, rifiutando di utilizzare qualsiasi forma di linguaggio che rinvii al concetto di “**illegalità**”.

La migrazione è un fatto naturale e deve essere accettato e accompagnato con politiche adeguate per il bene di tutti.

4.6. Razze, potere e decolonizzazione. Quando ci riferiamo alle razze, dobbiamo essere consapevoli della storia, della schiavitù, degli effetti del colonialismo e del post-colonialismo sul benessere delle persone che abitano questo pianeta.

Essere rispettosi di questo contesto significa rispettare l'umanità e le persone, aderendo a una cultura di **“solidarietà”, “costruzione di alleanze”, “supporto” e “riconoscimento dei diritti fondamentali a ciascuna persona”**.

Cercheremo di non ricorrere all'espressione **“empowerment”**, consapevoli che non sta a noi né a nessuno dare potere ad un'altra persona. Le persone che stiamo aiutando o che vorremo aiutare avranno il nostro **“supporto”**.

Non utilizzeremo l'espressione **“terzo mondo”, “Paesi in via di sviluppo”, né “Paesi industrializzati”**; preferiremo espressioni come **“Paesi del Sud del mondo”** e, per il loro opposto, **“Paesi del Nord del mondo”**.

Useremo l'espressione di **“persone senza una casa”** rispetto a **“senza-tetto”**.

Useremo l'espressione **“economia informale”** invece di **“mercato nero”**.

Tutte queste espressioni sono preferibili alle altre perché prive di connotazioni di giudizio.

5. Regole pratiche per la visibilità del genere nel linguaggio e per un linguaggio inclusivo.

5.1. Comunicazioni in generale. Quando componiamo un testo, parliamo di fronte a un pubblico, o, più semplicemente, partecipiamo ad una riunione, è bene che ci ricordiamo di utilizzare il linguaggio consapevole del nostro impegno per la parità di genere e per l'inclusione.

Utilizziamo il linguaggio, scritto e parlato, come nostro alleato per rendere la questione di genere più visibile e rappresentata nelle coscienze delle persone e nel mondo che ci circonda.

Utilizzare un linguaggio inclusivo significa utilizzare un lessico che non stereotizza, non etichetta, non denigra, non cancella o omette e che riconosce e rispetta la dignità di ogni persona, a prescindere dal proprio *status* personale, sociale, economico e giuridico.

Tutte le volte che ci è possibile, diamo spazio alla forma femminile, così come a espressioni che ci consentano di includere, con forme il più possibile neutre, tutte le persone, evitando stereotipi, omissioni o mancanze di rispetto.

Per tutte le tipologie di comunicazione, è quindi importante tenere presenti tre principi base:

1. dare visibilità al genere femminile;
2. utilizzare un linguaggio non discriminatorio;
3. garantire semplicità e chiarezza al contenuto dei documenti.

5.2. Formazione del femminile. In italiano la formazione del femminile dei nomi può avvenire in diversi modi.

Il modo più comune è quello di sostituire la desinenza del maschile con un'altra desinenza.

Es.: notaio/notaia, portiere/portiera, ragioniere/ragioniera, programmatore/programmatrice.

La lingua italiana comprende una gamma lessicale ormai consolidata di forme femminili e una serie di neoformazioni tra cui nuovi termini femminili per professioni o ruoli istituzionali.

Tutte queste forme sono grammaticalmente corrette e il loro uso è pienamente legittimo, oltre che auspicabile.

In alcuni casi la forma del termine non cambia (tecnicamente si definisce "epicena") e la concordanza con il genere femminile si ottiene con l'uso opportuno dell'articolo.

Es.: la giudice, la preside, la parlamentare, la vigile, la custode, la portavoce, la titolare, la responsabile, un'ufficiale, un'interprete.

5.3. Sdoppiamento esteso. Quando i sostantivi prevedono sia la forma femminile sia quella maschile (i dipendenti, i lavoratori, i funzionari, i colleghi, ecc.), ma al plurale viene normalmente utilizzata la forma maschile, possiamo utilizzare la strategia dello sdoppiamento, che consiste nella ripetizione del termine declinato alla forma femminile e maschile.

Lo sdoppiamento esteso può essere utilizzato nella maggior parte dei testi e prevede l'uso della coniunzione "e" quando nella comunicazione sono presenti entrambi i generi, o della coniunzione "o" quando nella comunicazione ci si riferisce a una persona in alternativa all'altra.

Es.:

Invece di "i lavoratori" usiamo "la lavoratrice e il lavoratore"
"le lavoratrici e i lavoratori"

Invece di "uno dei due direttori" usiamo "il direttore o la direttrice"

5.4. Lo sdoppiamento contratto. Lo sdoppiamento contratto consiste nell'indicare il femminile/maschile (o viceversa), separato dalla barra. Questa forma è accettata normalmente in testi quali la modulistica, gli elenchi, *e-mail* e, in generale, nelle comunicazioni scritte meno formali.

Es.: modulo

Il/la sottoscritto/a, nato/a a...

Es.: profili professionali

programmatore analista/programmatrice analista

Nelle tipologie testuali più formali o ufficiali, è preferibile usare la forma sdoppiata estesa o il plurale, oltre agli altri accorgimenti che forniamo in questa procedura.

Un ulteriore consiglio: se si opta per l'utilizzo della barra, è preferibile non troncare le parole ma scriverle per esteso.

5.5. E-mail e lettere. Quando componiamo il testo di un messaggio *e-mail* o di una lettera, ricordiamo che ci stiamo riferendo a soggetti definiti e destinatari a noi noti (o che dovremmo

conoscere). In questi casi, i termini andranno declinati in base al genere della persona di cui si tratta. È questo l'uso della cosiddetta "simmetria", ossia della forma maschile per gli uomini e di quella femminile per le donne, che vale non solo nel corpo del testo, ma anche nell'intestazione, nella formula d'esordio, nell'oggetto e nella firma.

Es.:

- intestazione: Al signor/dottor xx oppure Alla signora/dottoressa xx
- formula d'esordio: Egregio dottore xx oppure Gentile dottoressa xx
- oggetto: Invito al signor xx a partecipare alla riunione oppure Invito al signora xx a partecipare alla riunione
- firma: Il Dirigente / Il Capo ufficio oppure La Dirigente / La Capo ufficio

Nei testi dei messaggi e-mail potremo anche scegliere di utilizzare l'asterisco.

È sconsigliato utilizzare l'asterisco nei testi delle altre comunicazioni: l'uso di forme abbreviate con l'asterisco, specie nei testi rivolti a un pubblico ampio e indistinto, può ostacolare la comprensione del testo o appesantirne la lettura.

5.6. Documenti istituzionali. I documenti istituzionali – generalmente - si rivolgono, al contrario dei messaggi *e-mail* e delle lettere, a un pubblico di destinatari indistinto. In questa tipologia di documenti (circolari, avvisi, bilanci, contratti) dovremo sempre cercare di preferire la comprensibilità del testo e, ove possibile, applicare i suggerimenti di questa procedura. E così:

- per quanto possibile, sarà preferibile evitare la sola forma maschile per riferirsi indistintamente a tutti i generi;
- usare la forma femminile di nomi di professioni e qualifiche per tutte le forme di uso corrente: professoressa, direttrice, segretaria, (la/il) presidente;
- promuovere l'uso dei femminili di nomi di professione anche se non ancora entrati pienamente nell'uso: ad esempio, assessora, ingegnera, architetta, avvocatessa;
- laddove, vuoi per non compromettere la leggibilità di tabelle contenute nei documenti o per rigidità delle forme di approvazione dei testi, non sia consigliabile utilizzare le regole sulla declinazione dei generi e si debba accettare un uso sistematico del maschile generico, si raccomanda di inserire un breve avviso all'inizio del testo, che spieghi come l'uso del solo maschile sia da intendersi in modo inclusivo rispetto ai generi;
- un esempio di avviso (*disclaimer*) può essere il seguente:
“La nostra organizzazione ha intrapreso da tempo un importante lavoro di sensibilizzazione ai fini del contrasto agli stereotipi di genere. In quest’ottica si è deciso di dare maggiore visibilità linguistica alle differenze. Quando in questo documento, unicamente a scopo di semplificazione, è usato il solo maschile, la forma è da intendersi riferita in maniera inclusiva a tutte le persone che collaborano all’interno della nostra organizzazione o fanno parte della comunità con la quale abbiamo relazioni”.

5.7. Contratti e comunicazioni con controparti contrattuali. Ai documenti e alle comunicazioni con controparti contrattuali si applicano i suggerimenti che precedono e, a queste, possono aggiungersi i seguenti consigli pratici:

- anziché utilizzare “*siamo lieti di annunciare ai nostri clienti...*”, si potrà preferire “*siamo liete e lieti di annunciare alle nostre clienti e ai nostri clienti...*”
- anziché scrivere “*i fornitori che non abbiano ancora ricevuto la nostra circolare potranno...*”, si potrà preferire scrivere “*le fornitrici e i fornitori che non abbiano ancora ricevuto la nostra circolare potranno...*”;

5.8. Convegni. Quando comunichiamo ad un pubblico indistinto, come nelle comunicazioni istituzionali, dovremo sempre privilegiare la comprensibilità della nostra comunicazione e, ove possibile, dare spazio, con la parola, al nostro impegno per la visibilità del genere e l’inclusione.

Es.:

- nelle formule di saluto, anziché utilizzare “**Benvenuti**”, preferiamo “**Vi diamo il benvenuto**”;
- è preferibile evitare la sola forma maschile per riferirsi indistintamente a tutti i generi;
- usare la forma femminile di nomi di professioni e qualifiche per tutte le forme di uso corrente: professoressa, direttrice, segretaria, (la/il) presidente;
- promuovere l’uso dei femminili di nomi di professione anche se non ancora entrati pienamente nell’uso: ad esempio, assessora, ingegnera, architetta, avvocatessa;

Poiché nei convegni possiamo entrare in contatto con un pubblico ampio e a noi non noto, vuoi perché invitati come relatori ospiti vuoi perché l’invito è stato esteso a persone con la quali non abbiamo mai avuto contatto diretto, potremo adottare la cd. strategia dell’occultamento.

Diversamente dalla strategia dello sdoppiamento, che abbiamo visto sopra, e che ci permette di dare visibilità al genere, ma può appesantire la comunicazione, specie se parlata, in questi casi è spesso preferibile l’utilizzo dei sostantivi non marcati o di nomi collettivi che includano il riferimento a persone di entrambi i sessi.

Questa strategia può essere utilizzata anche nella redazione di testi istituzionali o sul *web*, in quanto riflette bene il senso della collettività cui ci rivolgiamo.

Es.:

- utilizzare formulazioni neutre, cioè espressioni prive di referenza di genere (persona, soggetto, individuo) – come, anziché, “**Possono partecipare all’iniziativa i cittadini e le cittadine**” (espressione corretta), utilizzare “**Possono partecipare all’iniziativa le persone interessate**” (neutra e anche corretta);
- riformulare la frase con nomi collettivi o che si riferiscono al servizio o alla carica (*personale, dirigenza, magistratura, utenza, cittadinanza, direzione, segreteria, presidenza*) – come, anziché “**cittadini e cittadine**” (corretta), utilizzare “**la cittadinanza/la popolazione**” (neutra e anche corretta); oppure, anziché usare “**le clienti e i clienti**” (corretta), usare “**la clientela**”; oppure, anziché “**i collaboratori e le collaboratrici**” (corretta), usare “**il personale**” (neutra e corretta); oppure, anziché usare “**il presidente o la presidente**” (corretta), usare “**la presidenza**” (neutra e corretta);

- la soluzione di riformulare la frase con nomi collettivi o che si riferiscono al servizio può essere adottata solo se è chiaro che “*direzione*” o “*presidenza*” si riferiscono alla singola persona che svolge la funzione di dirigente o presidente e non all’intera unità organizzativa della direzione o della presidenza – in quel caso, sarà invece bene usare espressioni come “*ufficio di direzione*”, “*ufficio di presidenza*”, o anche “*il vicedirettore*” o “*la vicedirettrice*”, “*il vicepresidente*” o “*la vicepresidente*”.

Molti esempi di tecniche di riformulazione in occultamento sono offerti nei paragrafi che seguono.

5.9. Presentazioni aziendali. Nelle presentazioni aziendali dovremmo adottare le stesse accortezze appena viste per i convegni e le comunicazioni istituzionali. Dobbiamo sempre essere consapevoli che ogni forma di comunicazione, anche in ambienti ristretti o che consideriamo privati, è un uso pubblico della parola e, per questo motivo, deve essere testimone del nostro impegno per la parità di genere e l’inclusione.

Potremo cercare di utilizzare la tecnica dell’oscuramento in vari altri modi oltre a quelli sopra descritti.

Es.:

- riformulando la frase con pronomi relativi e indefiniti (chi, chiunque, coloro): “*È ammesso o ammessa alla agevolazione anche il lavoratore o la lavoratrice che non abbiano il livello di dirigente*”, oppure “*L’agevolazione è concessa anche a chi non abbia il livello di dirigente*”;
- un’altra soluzione, valida per il plurale, è l’uso del pronome relativo “*coloro che*” - ma non “*coloro i quali*”, che è al maschile plurale – come nella frase: “*Ciò vale per coloro che lavorano all’interno dell’amministrazione*”;
- altra tecnica di oscuramento del genere è la riformulazione della frase a livello sintattico, evitando di usare forme personali: “*Per l’ammissione alla formazione aziendale è necessario fare domanda scritta*”, invece di “*Il dipendente o la dipendente è ammesso o ammessa alla formazione aziendale se presenta domanda scritta*”;
- oppure si può fare ricorso al passivo, anche se, ai fini della semplificazione del linguaggio, si dovrebbe preferire la costruzione attiva a quella passiva: “*Alla domanda va allegata la seguente documentazione*” invece di “*Il dipendente o la dipendente deve allegare alla domanda la seguente documentazione*”;

5.10. Marketing e pubblicità. L’utilizzo di un linguaggio inclusivo nel *marketing* e nella pubblicità è, oggigiorno, conosciuto dalle aziende che si dedicano al cd. *inclusive marketing*, al fine di fidelizzare maggiormente i propri clienti. Per noi non è questo il fine: noi di Keminova abbiamo preso un impegno di *governance* e riteniamo che ogni nostra azione debba, per quanto possibile, rifletterlo all’esterno. Peraltro, Keminova è poco (o pochissimo) attiva in questo ambito. Sarà nostra cura adottare, in un futuro documento a parte, le nostre linee guida specifiche sul *marketing* e sulla pubblicità. Per quanto occorre, qui, ci limiteremo a individuare due regole essenziali per la comunicazione pubblicitaria inclusiva:

- costruire una comunicazione basata sulla rappresentazione autentica e non stereotipata della realtà;
- tenere in considerazione l'accessibilità degli annunci, delle piattaforme e dei contenuti.

5.11. Comunicazione web. Nel comporre i testi del nostro sito, o, in generale, nella nostra comunicazione sul web (anche attraverso i social), facciamo attenzione a utilizzare tutte le regole che precedono, consapevoli che questa forma di comunicazione ci può esporre a un numero potenziale di destinatari indistinto e che, pertanto, dovremo essere meno elastici rispetto a certe concessioni che possiamo concepire in altri contesti.

E così:

- dovremo evitare l'uso della sola forma maschile per riferirsi indistintamente a tutti i generi;
- dovremo usare la forma femminile di nomi di professioni e qualifiche per tutte le forme di uso corrente: professoressa, direttrice, segretaria, (la/il) presidente;
- dovremo promuovere l'uso dei femminili di nomi di professione anche se non ancora entrati pienamente nell'uso: ad esempio, assessora, ingegnera, architetta, avvocatata;
- eviteremo il cd. sdoppiamento contratto (uso della barra);
- saranno benvenute tutte le espressioni che ricorrono alla cd. strategia dell'occultamento (forme collettive, riformulazioni sintattiche, passivo, ecc.);
- non useremo l'asterisco, ma useremo la Schwa, con il simbolo "ə", consapevoli che pochi ancora conoscono il modo corretto di pronunciarla e cercando di fare sempre in modo che la comprensibilità e accessibilità del testo abbiano la precedenza.

Altri esempi:

- anziché usare "**siamo cresciuti grazie a costanti investimenti in ricerca e sviluppo**", preferire "**siamo cresciute e cresciuti grazie a costanti investimenti in ricerca e sviluppo**"
- anziché "**abbiamo investito fortemente nella formazione di tutti i collaboratori**", meglio "**abbiamo investito fortemente nella formazione di tutte le persone che collaborano all'interno della e con la nostra organizzazione**";
- anziché "**se non sei sicuro, inviaci un e-mail**", meglio "**se hai dubbi, inviaci un e-mail**"
- anziché "**sei un rappresentante della tua azienda?**", meglio "**rappresenti la tua azienda?**"
- anziché "**grazie per esserti registrato alla nostra newsletter**", meglio "**grazie per aver completato la registrazione alla newsletter**" o "**grazie! Presto inizierai a ricevere la nostra newsletter**"
- anziché "**da 1 a 10, quanto sei soddisfatto del nostro servizio?**", meglio "**da 1 a 10, quanto ti soddisfa il nostro servizio?**"
- anziché "**quando sei pronto, fai clic su "Avanti"**", meglio "**una volta terminata l'operazione, fai clic su "Avanti"**"
- anziché "**gli uomini e le donne più famosi del momento!**", meglio "**le celebrità del momento!**".

6. Monitoraggio e reporting

Questa politica sarà revisionata con periodicità regolare e sulla base degli accadimenti, dei cambiamenti e dei risultati dei monitoraggi e delle verifiche che saranno condotte secondo quanto stabilito nella procedura di gestione.

Questa politica sarà coordinata da una figura responsabile, designata dal *management* e in possesso di competenze organizzative e di genere.

Ogni *stakeholder* di Keminova potrà indirizzare commenti e richieste di chiarimenti, integrazione o specificazioni, scrivendo all'indirizzo dedicato inclusione@keminova.com.

La persona responsabile di questa politica di inclusione riferirà di tali commenti e richieste al comitato guida della Società, nella prima riunione utile, e offrirà adeguato riscontro (positivo, negativo o interlocutorio).

7. Violazioni

Fatta salva ogni altra norma applicabile, qualsiasi condotta non inclusiva sarà discussa tra le persone coinvolte con maniere rispettose e amichevoli, consentendo che le emozioni e sofferenze per la possibile lesione della dignità causata possano essere espresse ed ascoltate adeguatamente, includendo lo scambio di scuse reciproche e azioni che ristabiliscano la fiducia comune.

8. Adozione

Questa politica:

- è stata adottata dall'organo amministrativo della Società con delibera dell'amministratore unico datata 19 Luglio 2023.
- è stata definita dall'organo amministrativo insieme al comitato guida;
- è stata comunicata e diffusa all'interno dell'organizzazione ed a tutte le persone interessate e resa pubblicamente consultabile sul sito della Società, e ogni sua modifica sarà comunicata, diffusa e anche aggiornata sul sito;
- è stata oggetto di formazione e sensibilizzazione del *management* aziendale, e ogni sua modifica sarà oggetto di sensibilizzazione;
- è resa pubblica sul sito di Keminova al fine di consentire a tutti gli *stakeholder* di conoscerla.

Fonti

K. Crenshaw, *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color* (1991), in *Stanford Law Review*, 43(6), 1241–1299 - <https://doi.org/10.2307/1229039>

ISFOL, L. Chiurco, L. Gentile e G. Monaldi, *Riflessioni per un linguaggio non discriminatorio. Alcune proposte per la redazione di avvisi pubblici di Fondo sociale europeo*, Roma, ISFOL, 2014 (Isfol Occasional Paper, 15)

Oxfam, *Inclusive Language Guide*, 13 marzo 2023, Oxfam GB for Oxfam International, ISBN 978-1-78748-761-1, DOI: 10.21201/2021.7611, <https://policy-practice.oxfam.org/resources/inclusive-language-guide-621487/>

The Kenan Institute for Ethics, Duke University, *The problem with 'Empowerment'?*, 20 ottobre 2017, <https://kenan.ethics.duke.edu/the-problem-with-empowerment/>

Università di Bologna, *Linee guida per la visibilità del genere nella comunicazione istituzionale dell'Università di Bologna*, <https://www.unibo.it/it/ateneo/chi-siamo/linee-guida-per-la-visibilita-del-genere-nella-comunicazione-istituzionale-universita-di-bologna>

V. Gheno, *Schwa: storia, motivi e obiettivi di una proposta*, 21 marzo 2022, Treccani.it https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/4_Gheno.html