

## VADEMECUM COMUNICAZIONE DI AQUA SRL

La finalità di questo documento è quella di condividere con gli organi di controllo e coordinamento, il personale, i fornitori interessati, le aziende controllate la politica di comunicazione applicata in Aqua Srl.

L'intento del presente documento è quello di focalizzare i concetti base che devono trasparire nella comunicazione aziendale vs l'esterno e vs l'interno che hanno come focus l'immagine aziendale e il prodotto; tali elementi devono essere affiancati ai concetti di parità di genere.

La comunicazione del marchio e dei prodotti deve essere veritiera e deve, in presenza di elementi riconducibili ai concetti della parità di genere, trasmettere l'impegno sui temi della parità di genere, assicurando che le comunicazioni emesse da Aqua Srl non contengano stereotipi di genere.

I presupposti per la comunicazione ai quali ci si deve attenere sono i seguenti:

- Supportare il cambiamento culturale sulla parità di genere attraverso l'attenzione al linguaggio utilizzato nella presentazione dei prodotti
- Promuovere la Parità di Genere attraverso l'organizzazione di eventi, convegni e/o panel di tavole rotonde attraverso un'equa rappresentazione dei generi tra i relatori;
- Nella produzione dei prodotti editoriali e comunicazioni sulle varie piattaforme si farà attenzione al linguaggio e ai sottotesti, sarà fatta attenzione ad evitare gli stereotipi di genere, impegnandosi a diffondere un'immagine positiva delle persone, utilizzando un linguaggio rispettoso delle differenze e dell'inclusività.
- Dare visibilità alla complessità di ruoli maschili e femminili nella società di oggi nella sfera sociale, familiare e professionale
- Rappresentare i nuovi stili di vita e i bisogni reali delle persone
- Rappresentare ruoli e modelli professionali e familiari emergenti (non solo quelli tradizionali)
- Nella comunicazione declinare al maschile e femminile
- Evitare che un genere prevalga sull'altro
- Promuovere servizi tradizionalmente rivolti alle donne anche per gli uomini e viceversa;
- Dare equa visibilità alle donne e agli uomini attraverso il linguaggio e le immagini utilizzate
- Nella progettazione della campagna fino alla valutazione dei risultati: occorre fare attenzione all'ottica di genere in ogni fase;
- Nell'organizzazione degli eventi si farà attenzione che i generi siano equamente rappresentati tra i relatori.

Nella comunicazione interna per tutto il personale dell'organizzazione è necessario fare attenzione ai seguenti aspetti:

- Includere il target maschile nelle notizie in tema di cura e famiglia
- Ragionare sulla prospettiva di genere nelle scelte delle parole e immagini
- Preferire le espressioni più neutre e inclusive possibili.