

THE GOOD IDEA



Certified

Corporation

Piano di comunicazione

Indice

1. Scopo	3
2. Principi	3
3. Definizione degli stakeholder	3
4. Comunicazione interna	4
5. Comunicazione esterna	4
6. Azioni e strumenti di comunicazione	5
7. KPI di monitoraggio	6
8. Durata ed entrata in vigore	7

1. Scopo

The Good Idea riconosce il tema della parità di genere come un elemento fondamentale per la crescita dell'organizzazione e per la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo, equo e rispettoso delle diversità.

In coerenza con la Politica per la Parità di Genere e con il Sistema di Gestione adottato ai sensi della UNI/PdR 125:2022, il presente Piano definisce i principi, gli strumenti e le modalità attraverso cui l'azienda comunica il proprio impegno in materia di parità di genere agli stakeholder interni ed esterni.

L'obiettivo è promuovere la diffusione di una cultura inclusiva, garantire la trasparenza delle iniziative intraprese e favorire il coinvolgimento di tutte le parti interessate nel percorso di miglioramento continuo.

2. Principi

La comunicazione aziendale di The Good Idea in materia di parità di genere si basa sui seguenti principi:

- **Coerenza:** i contenuti sono coerenti con i principi informanti la Politica per la parità e gli obiettivi stabiliti dal piano strategico.
- **Trasparenza:** vengono comunicati solo dati, iniziative e risultati effettivamente realizzati;
- **Inclusività:** si adotta un linguaggio neutro e si evitano stereotipi di genere in testi e immagini;
- **Empowerment:** la comunicazione supporta attivamente la valorizzazione delle persone e il superamento delle disparità;
- **Rispetto delle diversità:** i contenuti promuovono una cultura basata sul riconoscimento e il valore delle differenze.

3. Definizione degli stakeholder

Le attività di comunicazione sono rivolte alle seguenti parti interessate:

- **Stakeholder interni:** dipendenti, collaboratori, organi di governance;

- Stakeholder esterni: clienti, fornitori, candidati, comunità.

4. Comunicazione interna

La comunicazione interna è rivolta agli stakeholder interni quali dipendenti, collaboratori, organi di governance.

La comunicazione interna nell'ambito del sistema per la parità di genere ha come obiettivo diffondere la conoscenza delle politiche, delle iniziative e dei risultati relativi alla parità di genere, favorendo la partecipazione attiva del personale. I contenuti principali riguardano le politiche aziendali, le iniziative di welfare, i percorsi formativi disponibili e gli strumenti di ascolto e segnalazione. Le comunicazioni avvengono principalmente tramite newsletter mensile, e-mail e sessioni formative, con contenuti dedicati in occasione di ricorrenze significative come l'8 marzo.

5. Comunicazione esterna

La comunicazione esterna è rivolta agli stakeholder esterni quali, clienti, fornitori, potenziali candidati e la comunità in generale.

La comunicazione esterna ha l'obiettivo di rendere visibile agli stakeholder l'impegno concreto di The Good Idea in materia di parità di genere, in coerenza con il Sistema di Gestione adottato ai sensi della UNI PdR 125:2022. I contenuti comunicati all'esterno includono la Politica per la Parità di Genere, la certificazione ottenuta, le adesioni alla Carta delle Pari Opportunità di Sodalitas e all'Equal Panel, le iniziative di welfare e i contenuti pubblicati in occasione di ricorrenze specifiche. I canali principali sono il sito web e i canali social (LinkedIn e Instagram).

6. Azioni e strumenti di comunicazione

Comunicazione	Destinatari	Strumento	Responsabile	Frequenza
Politica per la Parità di Genere	Stakeholder interni	Comunicazione e-mail	CSR HR	In caso di aggiornamenti sostanziali
	Stakeholder esterni	Sito web		
Certificazione UNI/PdR 125:2022	Stakeholder interni	Newsletter	CSR Comunicazione	Al conseguimento o rinnovo
	Stakeholder esterni	Sito web Social (LinkedIn, Instagram)		
Adesione Carta Pari Opportunità ed Equal Panel Pledge	Stakeholder esterni	Sito web	CSR Comunicazione	Continuativo
Whistleblowing e canali di segnalazione	Stakeholder interni	Comunicazione e-mail	CSR HR	In caso di aggiornamenti sostanziali
	Stakeholder esterni	Sito web		
Formazione su temi parità di genere e non discriminazione	Stakeholder interni	Sessioni formative interne	CSR HR	Annuale
Questionario clima aziendale	Stakeholder interni	Survey	HR CSR	Annuale
Iniziative di welfare (es. prodotti igiene mestruale)	Stakeholder interni	Newsletter	CSR HR Comunicazione	Ad ogni nuova iniziativa
	Stakeholder esterni	Social (LinkedIn, Instagram)		

Relazione di impatto	Stakeholder interni	Newsletter	CSR	Annuale
	Stakeholder esterni	Social (LinkedIn, Instagram) Sito web		
Contenuti parità di genere (8 marzo)	Stakeholder interni	Newsletter	Comunicazione	Annuale
	Stakeholder esterni	Social (LinkedIn, Instagram)		

7. KPI di monitoraggio

Al fine di valutare l'efficacia delle attività di comunicazione, The Good Idea monitora i seguenti indicatori. I dati sono rilevati annualmente e costituiscono la base per la revisione eventuale del Piano.

Obiettivo	KPI	Fonte dati / strumenti di rilevazione	Frequenza
Sensibilizzare il personale	% partecipazione alla formazione su parità di genere	Programma e Report sulla Formazione	Annuale
Rafforzare la cultura inclusiva	Punteggio medio di percezione dell'ambiente inclusivo (scala 1–5)	Survey dipendenti	Annuale
Mantenere un ambiente rispettoso e inclusivo	N. segnalazioni relative a discriminazione e molestie	Sistema di whistleblowing	Annuale
Aumentare la visibilità esterna	N. contenuti pubblicati su tematiche di parità di genere + engagement medio dei contenuti	Canali social	Annuale

8. Durata ed entrata in vigore

Il presente Piano di Comunicazione entra in vigore a seguito della sua approvazione e rimane valido fino a successiva revisione.

Il Piano è soggetto a monitoraggio con cadenza annuale attraverso l'analisi dei KPI definiti. I risultati del monitoraggio costituiscono la base per eventuali aggiornamenti o modifiche. Eventuali revisioni del Piano sono formalizzate mediante aggiornamento del documento.

Data

20/06/2026