



MEDIA

ACCEDI  

LIBRI

INCLUSIVITÀ FA CRESCERE IL BUSINESS: IL LINGUAGGIO DIVENTA STRATEGIA

Pubblicato da **Redazione** 14/05/2025

Dalle imprese inclusive alle buone pratiche comunicative: il nuovo libro di Elena Codeluppi mostra come trasformare il linguaggio in leva per reputazione e risultati.

Cresce l'impegno delle imprese italiane verso la parità di genere: sono oltre 6.800 le aziende che, a marzo 2025, hanno ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022, contro le 1.000 del 2023, con un incremento del **+580% in due anni**, secondo i dati del Ministero per le Pari Opportunità. Un'evoluzione che dimostra quanto l'equità non sia solo un tema etico, ma anche economico: secondo McKinsey, colmare il gender gap potrebbe generare un **+11% del PIL italiano entro il 2025**, mentre team inclusivi possono migliorare la redditività aziendale fino al **25%**. Tuttavia, l'Italia resta indietro, al **79° posto su 146** nel Global Gender Gap Report 2024 del World Economic Forum.

In questo contesto si inserisce l'uscita, il prossimo **12 maggio**, del libro **“Parole che contano. Guida alla comunicazione accessibile per aziende e agenzie”** di **Elena Codeluppi**, edito da **Franco Angeli**. Il volume propone un approccio strategico alla comunicazione inclusiva, offrendo strumenti pratici e riflessioni teoriche per chi lavora nel marketing, nella pubblicità e nella comunicazione interna.

“Le parole influenzano percezioni e comportamenti: ogni messaggio può creare connessioni autentiche o rafforzare stereotipi”, spiega l'autrice, che propone esempi concreti, interviste e analisi sui bias comunicativi. Tra le realtà coinvolte: Sky, Fondazione Brodolini, Fondazione Libellula e Think Tank Period.

Elena Codeluppi, Phd in Discipline Semiotiche all'Università di Bologna, è stata assegnista di ricerca all'Università di Modena e Reggio Emilia. Socia fondatrice di Btwo, ha sviluppato la startup Binclusive, un progetto dedicato alla comunicazione accessibile per supportare aziende e professionisti nella creazione di contenuti equi. Docente e formatrice, sviluppa percorsi di sensibilizzazione e formazione per imprese e organizzazioni.

Il libro si inserisce nella collana *Community. Corporate & Marketing Communication* di **Franco Angeli** ed è rivolto a professionisti e organizzazioni che vogliono contribuire, con consapevolezza, a una società più equa – una

NEWSLETTER

Iscriviti alla newsletter quotidiana

Iscriviti

parola alla volta.

LIBRI Pubblicato da PERSONAL CALENDAR TODAY



← Post Precedente

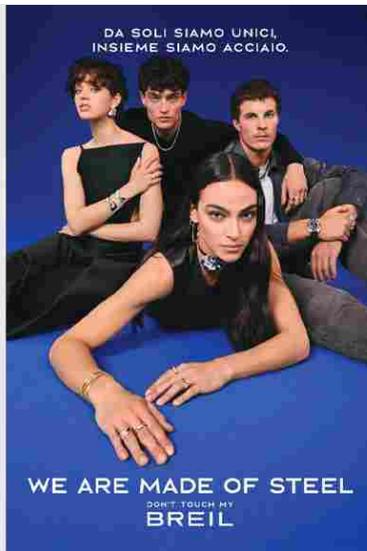
Prossimo Post →

EDISON APRE LA ROTTA AMERICANA... Women, business and the law 2026: riconos...

POST CORRELATI



MOBILITÀ URBANA A MISURA DI BAMBINE E BAMBINI: LA CLASSIFICA DELLE MIGLIORI CITTÀ EUROPEE



"WE ARE MADE OF STEEL": BREIL LANCIA IL SUO NUOVO MANIFESTO DI MARCA E LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600