



14 Maggio 2025

IL GIORNALE DELLE PMI

Il magazine online per le piccole e medie imprese

IN PRIMO PIANO | INFOIMPRESA | TECNOLOGIA | CRES.CIMPRESA | INNOVAZIONE | INTERNAZIONALIZZAZIONE | TECNOLOGIA

TRASFORMAZIONE DIGITALE



FLASH



Reputazione di marca nell'era delle intelligenze artificiali: dal posizionamento al riconoscimento sintetico

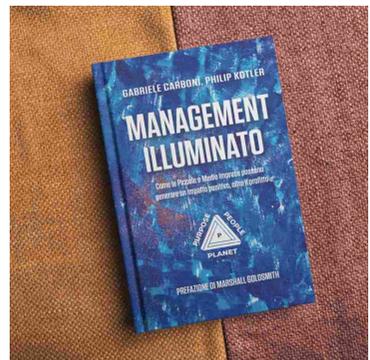
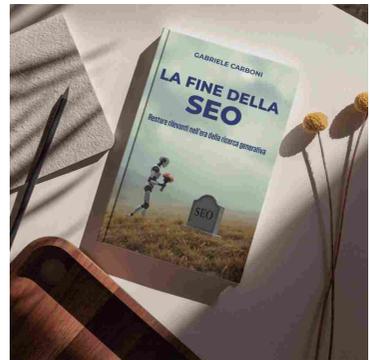


Home » LIBRI » L'inclusività fa crescere il business: il linguaggio diventa strategia

LIBRI

L'inclusività fa crescere il business: il linguaggio diventa strategia

Redazione 20 Minuti Ago 0 3 Mins



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.

Iscriviti alla newsletter

Email *

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600

“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 parola alla volta.

« Previous:

[Ransomware, come difendersi](#)

LASCIA UN COMMENTO

Devi essere [connesso](#) per inviare un commento.

Questo sito utilizza Akismet per ridurre lo spam. [Scopri come vengono elaborati i dati derivati dai commenti.](#)

Related News

“30 eccellenze italiane si raccontano: ispirarsi al Made in Italy per costruire il futuro dell’impresa e del Paese”



[Redazione](#) [1 Mese Ago](#) [0](#)

“Le parole della sostenibilità” di Andrea Ferrazzi dal 7 marzo in libreria



[Redazione](#) [3 Mesi Ago](#) [0](#)

Il project management ai tempi dell’AI generativa: arriva “The guide to successful project management”



[Redazione](#) [3 Mesi Ago](#) [0](#)

Economia: come far crescere una piccola impresa in un’azienda capitalizzata



Il Giornale



[La pubblicità sul nostro giornale](#)

[Leggi tutto](#)



[Entra nella redazione](#)

[Leggi tutto](#)



[Dalle aziende](#)

[Leggi tutto](#)

Industria 4.0

