

Checklist per annunci di lavoro inclusivi dal punto di vista di genere

– Chiave per le pari opportunità e il successo aziendale in Alto Adige

Obiettivo & approccio

Obiettivo: rivolgersi in egual misura a tutti i generi.

Il linguaggio influenza le candidature – formulazioni inclusive promuovono le pari opportunità.

Un linguaggio inclusivo dimostra rispetto e rafforza l'immagine del datore di lavoro.

Titolo del lavoro

Rivolgersi a tutti i generi: (m/f/d) oppure utilizzare termini neutri (ad es. professionista, responsabile di team).

Evitare denominazioni unilaterali (ad es. collaboratore (m), segretaria).

Utilizzare una forma coerente (ad es. due punti: candidate / candidati:e*).

Verificare la neutralità: comprensibile e inclusivo per tuttə?

Linguaggio & formulazione

Scrivere in forma neutra rispetto al genere (direzione, persona, membro del team).

Evitare stereotipi ("collaboratore con competenze tecniche", "assistente comunicativa").

Utilizzare varianti inclusive:

Doppia forma
(collaboratrici e collaboratori)

Segni di genere
(collaboratorə / collaboratori:e*)

Alternative neutre
(membro del team, professionista)

I due punti (:) sono accessibili e compatibili con gli screen reader.

Verificare il tono: aperto, moderno, rispettoso?

Contenuto & struttura

Formulare mansioni e requisiti in modo neutro e oggettivo.

Evitare cliché o ruoli di genere.

Garantire trasparenza (orari di lavoro, conciliazione vita-lavoro, benefit).

Indicare le informazioni retributive (ai sensi della Direttiva UE 2023/970).

Sottolineare la diversità: *accogliamo candidature di persone di ogni genere e provenienza.*

Aspetti legali

Utilizzare un linguaggio non discriminatorio.

Riferimenti normativi rilevanti:

Codice delle pari opportunità italiano
(D.Lgs. n. 198/2006)

Direttiva UE 2023/970
(trasparenza retributiva)

(m/f/d) o indicazione equivalente obbligatoria.

Evitare restrizioni non ammesse ("solo uomini", "aiuto femminile").

Coerenza & cultura aziendale

Definire internamente regole uniformi sul linguaggio di genere (HR, marketing, comunicazione).

Utilizzare modelli e testi standardizzati.

In Alto Adige: redigere entrambe le versioni linguistiche in modo inclusivo rispetto al genere.

Verificare regolarmente e raccogliere feedback.