



PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA PARITA' DI GENERE



Indice

<u>1</u>	<u>INFORMAZIONI SUL DOCUMENTO</u>	<u>3</u>
1.1	STORIA DEL DOCUMENTO	3
1.2	DOCUMENTI APPLICABILI E DI RIFERIMENTO	3
1.3	FINALITÀ DEL DOCUMENTO	3
<u>2</u>	<u>DESTINATARI E PARTI INTERESSATE</u>	<u>4</u>
<u>3</u>	<u>STRATEGIE DI COMUNICAZIONE</u>	<u>5</u>
<u>4</u>	<u>STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E TEMPISTICA</u>	<u>6</u>
<u>5</u>	<u>COMUNICAZIONI DI INFORMATIVE A PARTI INTERESSATE</u>	<u>7</u>
<u>6</u>	<u>MONITORAGGIO DEL GRADIMENTO DELLE INIZIATIVE</u>	<u>7</u>



1 INFORMAZIONI SUL DOCUMENTO

1.1 STORIA DEL DOCUMENTO

Ver.	Descrizione	Redazione	Verificato	Approvato	Data
1.0	Prima Emissione del documento	Resp. Sistema di Gestione Parità di Genere (Giulio Castelli)	Comitato Guida per la Parità di Genere (Marco Cariani, Giovannina Moscaritolo, Giulio Castelli, Ilaria Ferro, Giulia De Marinis)	Responsabile Comunicazione (Giulia De Marinis)	15/10/2024
2.0	Seconda Emissione del documento	Resp. Sistema di Gestione Parità di Genere (Giulio Castelli)	Comitato Guida per la Parità di Genere (Marco Cariani, Giovannina Moscaritolo, Giulio Castelli, Ilaria Ferro,	Responsabile Comunicazione (Sabrina Bisceglia)	06/10/2025

1.2 DOCUMENTI APPLICABILI E DI RIFERIMENTO

	Documenti	Emessi da
1	PRASSI DI RIFERIMENTO UNI/PdR 125:2022	Documento pubblicato da UNI, come previsto dal Regolamento UE n.1025/2012

1.3 FINALITÀ DEL DOCUMENTO

Il piano di comunicazione in materia di Parità di Genere, Diversità e Inclusione di LEO Pharma S.p.A. si prefigge di aumentare la visibilità dell'impegno dell'Organizzazione in ambito diversità di inclusione e parità di genere per far conoscere le iniziative a valore aggiunto che la stessa vuole fornire ai suoi dipendenti ma anche ai propri stakeholder.

Il progetto di comunicazione si sviluppa all'interno di un contesto strutturato di attività comunicative, cui prendono parte diversi stakeholder: imprese, clienti, fornitori, consulenti, dipendenti, istituzioni,



Cionondimeno LEO Pharma S.p.A. intende attivare un proprio progetto comunicativo sinergico ma allo stesso tempo autonomo rispetto a quello dei propri stakeholder, diffondendo sul territorio il programma delle proprie attività in ambito parità di genere, diversità e inclusione, facilitando anche le sinergie con altre imprese.

Oggi i nostri obiettivi strategici sono:

- Favorire il maggior equilibrio possibile nella composizione uomini/donne lungo la catena manageriale, promuovendo con azioni concrete lo **sviluppo delle carriere femminili fino a posizioni di senior leadership**
- **sviluppare il potenziale dei nostri giovani talenti** e promuovere l'attrazione, l'inserimento e lo sviluppo di **nuove competenze** e la valorizzazione di background diversi
- mantenere alta la motivazione e l'ingaggio delle persone lungo tutto l'arco della vita professionale promuovendo la **coesistenza virtuosa di generazioni diverse di lavoratori**.
- promuovere spazi di consapevolezza ed educazione, processi e strumenti perché ognuno possa sentirsi **libero di esprimere la propria identità senza pregiudizi o discriminazioni**.
- essere **al fianco delle nostre colleghe e dei nostri colleghi appartenenti alla comunità LGBTQI+** avviando iniziative con l'obiettivo di educare, creare consapevolezza e garantire un'esperienza di lavoro che metta sempre le persone al centro.
- promuovere la **piena accessibilità** per tutti alle informazioni, agli strumenti, ai servizi e agli spazi aziendali.
- supportare la **salute e il benessere dei dipendenti** in tutte le fasi della vita personale e lavorativa.

La strategia e le azioni a supporto della diversità e della Parità di Genere in azienda si confermano **tra gli obiettivi cardine e a supporto del Piano Strategico** per questo i **KPI** saranno **monitorati** periodicamente.

2 DESTINATARI E PARTI INTERESSATE

Il progetto di comunicazione sulla Parità di Genere, Diversità e Inclusione di LEO Pharma S.p.A. - attraverso le attività dirette e quelle degli stakeholder collegati - mira a raggiungere diversi soggetti:

- imprese clienti;
- fornitori;
- clienti privati;
- agenti;



- consulenti;
- dipendenti;
- istituzioni e organi di vigilanza.

3 STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

Con riferimento alla strategia di comunicazione si agirà su diversi elementi, sia incrementandone alcuni sia creandone altri ex-novo, al fine di coinvolgere il personale per far conoscere le politiche in ambito di parità di genere ed inclusione.

Le iniziative principali sono:

- A. Promozione del Sito WEB
- B. Incrementare l'utilizzo dei Social esistenti LINKEDIN/FACEBOOK o ISTAGRAM per far conoscere le diverse iniziative
- C. Creazione di una NEWSLETTER per il personale e stakeholder
- D. EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI per far conoscere l'impegno di LEO Pharma per la parità di genere e inclusione
- E. DOCUMENTAZIONE PER NUOVO PERSONALE

- **Eventi:** Saranno organizzati eventi in presenza (o in remoto) per presentare le tematiche sulla parità di genere, iniziative, aggiornamenti, ecc., con l'obiettivo di creare una cultura sulla parità di genere e sull'inclusione. Verranno altresì trattati i temi in oggetto durante le Town hall aziendali e le Riunioni di ciclo.
- **Incontri Tematici ed altre iniziative di diffusione:** saranno organizzati incontri tematici e/o altre iniziative atte alla sensibilizzazione sul tema, per valutare possibili nuove opportunità di sviluppare nuovi progetti e per incrementare e favorire la cultura sulla parità di genere diversità e inclusione.

Saranno adottate tutte le misure organizzative che garantiscano che i generi siano equamente rappresentati tra i relatori del panel di tavole rotonde, eventi, convegni o altro evento anche di carattere scientifico



4 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E TEMPISTICA

CANALE	MODALITA' / CARATTERISTICHE	TEMPISTICHE	FREQUENZA	FINALITA'	RISULTATI ATTESI
PORTALE INTRANET	Aggiornamento del portale con le tematiche in forma di blog e pagine dedicate; deve essere possibile che chi accede possa entrare in contatto	Ongoing	Trimestrale	Informativa	Maggior visibilità delle comunicazioni
Social	Utilizzo dei social con post mirati al fine di coinvolgere il pubblico, Analisi statistica periodica dei nuovi follower.	Ongoing	Trimestrale (statistica)	Informativa + relazione	Incremento dei follower per avere più visibilità sulle tematiche
Newsletter	Divulgazione delle iniziative inerenti le tematiche sulla diversità ed inclusione e parità di genere	Ongoing	Ogni quattro mesi (o con maggior frequenza in base alle informazioni che si vogliono comunicare)	Informativa	Incremento conoscenza e diffusione tematiche parità di genere
Eventi, Interviste, Incontri Tematici	Eventi (in presenza o on line) e incontri tematici in ambito parità di genere diversità e inclusione – interviste ad hoc Utilizzare anche le riunioni interne e gli eventi interni di LEO Pharma al fine di trattare le tematiche	Ongoing	Annuale	Informativa + relazione	Incremento conoscenza e diffusione tematiche parità di genere. Acquisizione nuove conoscenze e suggerimenti
Documentazione per nuovi assunti	Documentazione (da conservare in area dedicata del portale intranet) che spiega come vengono trattate in azienda le varie tematiche in ambito parità di genere, diversità e inclusione (sede di onboarding)	Ongoing	Annuale	Informativa	Diffusione tematiche parità di genere fin dall'instaurarsi del rapporto di lavoro



Comunicazioni di Informative a Parti Interessate

LEO Pharma S.p.A. si impegna ad effettuare tutte le comunicazioni relativi ai temi della parità di genere verso gli enti istituzionali.

Nello specifico:

- Informativa aziendale annuale sulla parità di genere in merito al grado di adeguamento alla UNI/PdR 125:2022 (decreto Ministro per le pari opportunità e la famiglia del 29/4/2022) alle rappresentanze sindacali aziendali e alle consigliere e consiglieri territoriali di parità. L'informativa sarà effettuata ogni anno entro il mese di giugno¹.
- Rapporto biennale sulla situazione del personale maschile e femminile di cui all'art. 46 del D.Lgs. n. 198/2006, alle rappresentanze sindacali aziendali e alla consigliera/consigliere territoriale della sede legale, secondo le cadenze biennali stabilite con decreto ministeriale.

5 MONITORAGGIO DEL GRADIMENTO DELLE INIZIATIVE

Al fine di cogliere il grado di soddisfazione e di conoscenza delle nuove iniziative, laddove possibile, saranno svolti incontri, interviste e questionari di feedback

Responsabile Comunicazione

Sabrina Bisceglia

¹ Questo obbligo scatta solo successivamente all'ottenimento della Certificazione UNI PDR 125:2022

