

PRASSI DI RIFERIMENTO

UNI/PdR 187

15 GENNAIO 2026

Sostenibilità digitale della comunicazione e della pubblicità

Digital sustainability of communication and advertising

TESTO ITALIANO

ICS 13.020.30, 35.020

SOMMARIO

La prassi di riferimento definisce i requisiti che le strategie, le pratiche e i progetti di comunicazione devono rispettare per essere considerati coerenti con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030, nonché le modalità con cui le organizzazioni devono strutturarsi per garantire l'adozione e l'osservanza di tali requisiti nell'ambito della comunicazione digitale.

Tali requisiti sono articolati attraverso un sistema di indicatori (KPI) relativi alle componenti strategiche, infrastrutturali, tecnologiche, organizzative e contenutistiche della comunicazione, con particolare attenzione all'interazione tra strumenti digitali, messaggi, canali e destinatari.

Gli indicatori sono correlati a specifici SDG in funzione del modo in cui l'organizzazione pianifica, produce, diffonde e valuta la propria comunicazione digitale e si applicano alle principali fasi del ciclo di vita delle iniziative comunicative. Nel loro insieme costituiscono una check list di riferimento utile:

- nella fase di definizione delle strategie e dei piani di comunicazione;
- nella progettazione e realizzazione delle campagne e delle attività comunicative digitali;
- nel monitoraggio e nella valutazione degli impatti comunicativi in ottica di sostenibilità ambientale, sociale, economica e culturale.

PREMESSA

La presente prassi di riferimento è stata elaborata dal Tavolo UNI/PdR

Sostenibilità digitale

La presente prassi di riferimento è stata ratificata dal Presidente dell'UNI ed entra in vigore il 15 gennaio 2026.

© UNI

Riproduzione vietata ai sensi della Legge 22 aprile 1941 N° 633 e ss.mm.ii.

I contenuti del documento possono essere riprodotti o diffusi solo previa autorizzazione scritta di UNI.

Le prassi di riferimento UNI sono documenti tutelati da copyright pur essendo liberamente disponibili (in quanto preventivamente finanziate dalle parti interessate) previa registrazione.

Con l'utilizzo di questo documento (e con l'associazione a UNI) si partecipa al mantenimento e alla crescita di un sistema di autoregolamentazione che crea e tiene aggiornato lo stato dell'arte, a garanzia di una qualità disponibile e diffusa.

Le prassi di riferimento UNI sono prodotti della normazione elaborati grazie al contributo di coloro che hanno partecipato ai lavori, tutti i dettagli sull'iter sono riportati nella regolamentazione applicabile, disponibile sul sito www.uni.com (Chi Siamo - Documenti).

Si richiama l'attenzione sulla possibilità che alcuni degli elementi del presente documento possano essere oggetto di diritti di brevetto. UNI non deve essere ritenuto responsabile dell'identificazione di tali diritti di brevetto.

Le prassi di riferimento UNI sono riesaminate periodicamente e possono essere superate da nuove norme, pertanto è importante che l'utente si accerti di essere in possesso dell'edizione in vigore.

PREMESSA

La presente prassi di riferimento UNI/PdR 187:2026 non è una norma nazionale, ma è un documento pubblicato da UNI, come previsto dal Regolamento UE n.1025/2012, che raccoglie prescrizioni relative a prassi condivise all'interno del seguente soggetto firmatario di un accordo di collaborazione con UNI:

Digital Transformation Institute – Fondazione per la sostenibilità digitale

*Via Ottaviano, 42
00192 Roma*

La presente prassi di riferimento è stata elaborata dal Tavolo “Sostenibilità digitale della comunicazione e della pubblicità” condotto da UNI, costituito dai seguenti esperti:

Stefano Epifani - Project leader (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Giuliano Razzicchia - co editor (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Salvatore Marras - co editor (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Aida Racaku (ENI Plenitude)

Giulia Parenti (ENI Plenitude)

Roberto Ferrari (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Giulia Genuardi (Enel Foundation)

Alberto Marinelli (Sapienza - Università di Roma)

Vilma Bosticco (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Simone Pastorelli (Fondazione per la Sostenibilità Digitale)

Marzio Bonelli (MM)

Domenico Squillace (UNINFO)

Si ringraziano inoltre: Maria Abiosi, Anna Bianconi, Federica Betti (Plenitude), Giulia Sanzari, Vittoria Culò, Elisa Colombo (ENI), Alessandro Di Giuseppe (Italgas), Luisa Marinzi (Cast Software), Paolo Cavicchioli, Francesco Compiani (Doxee), Roberto Scano (IWA), Barbara Serafini (Enel), Anita Mannella (Enel Foundation), Carlo Nosedà, Sergio Amati (IAB), Paola Panarese (Sapienza - Università di Roma) per il prezioso contributo fornito nello sviluppo della presente UNI/PdR.

SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	4
1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE	5
2 RIFERIMENTI NORMATIVI E LEGISLATIVI	5
3 TERMINI E DEFINIZIONI.....	6
4 PRINCIPIO	7
5 MISURARE LA SOSTENIBILITÀ	7
5.1 COMUNICAZIONE DIGITALE E SOSTENIBILITÀ.....	7
5.2 IL PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE E ADVERTISING	8
5.3 CRITERI DI SOSTENIBILITÀ DIGITALE DELLA COMUNICAZIONE.....	9
5.4 LA FILIERA DEL VALORE.....	11
5.5 AREA INFRASTRUTTURE – ATTIVITÀ ABILITANTI	12
5.6 AREA CONTENUTI – ATTIVITÀ PRIMARIE	14
5.7 COME MISURARE LA SOSTENIBILITÀ DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE E DELL’ADVERTISING	16
6 POLITICHE DI COMUNICAZIONE DIGITALE DELLA SOSTENIBILITÀ, PIANIFICAZIONE, ATTUAZIONE E MONITORAGGIO, E SISTEMA DI GESTIONE.....	17
6.1 POLITICHE DI COMUNICAZIONE DIGITALE DELLA SOSTENIBILITÀ	17
6.2 PIANIFICAZIONE.....	18
6.3 ATTUAZIONE PIANO DI AZIONE E MONITORAGGIO	19
6.4 SISTEMA DI GESTIONE	19
7 GLI INDICATORI NEGLI AMBITI DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE.....	22
7.1 APPROCCIO METODOLOGICO.....	22
7.2 INCLUSIONE E ACCESSIBILITÀ UNIVERSALE.....	23
7.3 BENESSERE E QUALITÀ’ DELLE CONDIZIONI DI LAVORO:.....	24
7.4 AMBITO BENESSERE DIGITALE E USO CONSAPEVOLE:	26
7.5 AMBITO DIVERSITÀ ED IMPATTO CULTURALE E SOCIALE POSITIVO:.....	26
7.6 AMBITO ETICA, RESPONSABILITÀ’ E TRASPARENZA	27
7.7 AMBITO SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E RIDUZIONE DELL’IMPATTO	28

8	GLI INDICATORI E I CRITERI DI MISURAZIONE.....	29
	8.1 CRITERI DI MISURAZIONE RIFERITI A NORME.....	31
	8.2 CRITERI DI MISURAZIONE RIFERITI A POLITICHE.....	36
	8.3 INDICATORI ORGANIZZATIVI.....	43
	8.4 INDICATORI DI COMUNICAZIONE.....	44
	APPENDICE A (INFORMATIVA) DESCRIZIONE DEGLI INDICATORI.....	46
	APPENDICE B (INFORMATIVA) NOTE METODOLOGICHE SUGLI INDICATORI.....	61
	APPENDICE C (INFORMATIVA) IL MANIFESTO DELLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE DELLA COMUNICAZIONE.....	62
	APPENDICE D (INFORMATIVA) DISCLOSURE.....	64
	APPENDICE E (INFORMATIVA) MATRICE DI CORRELAZIONE CON KPI PRASSI UNI/PdR 147:2025.....	68
	APPENDICE F (NORMATIVA).....	69
	VALUTAZIONE DI CONFORMITÀ DI TERZA PARTE (CERTIFICAZIONE) PER LE ORGANIZZAZIONI CHE HANNO IMPLEMENTATO UN SISTEMA DI GESTIONE PER LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE.....	69
	APPENDICE G (NORMATIVA).....	72
	DESCRIZIONE DELLO SCHEMA DI CERTIFICAZIONE.....	72
	BIBLIOGRAFIA.....	75

INTRODUZIONE

Alla crescente centralità della sostenibilità ambientale, economica e sociale si affianca con sempre maggiore urgenza la necessità di interrogarsi sugli impatti della comunicazione digitale e dell'advertising. In un ecosistema informativo guidato da algoritmi, accelerato dai social media e attraversato da nuove forme di relazione tra istituzioni, cittadini e imprese, comunicare non è più solo trasmettere un messaggio: è incidere sulla realtà.

Per questo, parlare oggi di sostenibilità della comunicazione digitale significa riconoscerne il ruolo attivo nella costruzione di un ambiente informativo equo, accessibile, inclusivo e responsabile. La sostenibilità digitale della comunicazione si configura come spazio critico e operativo in cui misurare, valutare e orientare – attraverso indicatori specifici – l'impatto ambientale, sociale, economico e culturale delle pratiche comunicative digitali.

Così come i progetti di trasformazione digitale devono essere ispirati ai principi di sostenibilità per potersi definire sostenibili, allo stesso modo la comunicazione che accompagna e racconta tali processi – o che ne costituisce essa stessa forma e sostanza – deve rispondere a criteri coerenti con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030.

La presente Prassi di Riferimento nasce per definire questi criteri, offrendo un quadro metodologico e strumenti operativi per valutare la sostenibilità delle attività comunicative digitali. I contenuti, i canali, le infrastrutture, le strategie narrative e le tecnologie impiegate diventano oggetto di un'analisi sistemica che ne considera gli impatti lungo l'intero ciclo di vita sia della comunicazione che dell'advertising.

In questa prospettiva, la comunicazione digitale non è solo un vettore di sostenibilità, ma anche un campo in cui la sostenibilità stessa si gioca – e si misura. Perché comunicare in modo sostenibile significa, oggi più che mai, contribuire alla qualità del nostro spazio pubblico, alla fiducia tra attori sociali e alla capacità collettiva di costruire futuro.

1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

La prassi di riferimento definisce i requisiti che le strategie, le pratiche e i progetti di comunicazione devono rispettare per essere considerati coerenti con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030, nonché le modalità con cui le organizzazioni devono strutturarsi per garantire l'adozione e l'osservanza di tali requisiti nell'ambito della comunicazione digitale.

Tali requisiti sono articolati attraverso un sistema di indicatori (KPI) relativi alle componenti strategiche, infrastrutturali, tecnologiche, organizzative e contenutistiche della comunicazione, con particolare attenzione all'interazione tra strumenti digitali, messaggi, canali e destinatari.

Gli indicatori sono correlati a specifici SDG in funzione del modo in cui l'organizzazione pianifica, produce, diffonde e valuta la propria comunicazione digitale e si applicano alle principali fasi del ciclo di vita delle iniziative comunicative. Nel loro insieme costituiscono una check list di riferimento utile:

- nella fase di definizione delle strategie e dei piani di comunicazione;
- nella progettazione e realizzazione delle campagne e delle attività comunicative digitali;
- nel monitoraggio e nella valutazione degli impatti comunicativi in ottica di sostenibilità ambientale, sociale, economica e culturale.

2 RIFERIMENTI NORMATIVI E LEGISLATIVI

I documenti normativi e tecnici di seguito indicati contengono disposizioni che, per quanto citate nel testo, costituiscono prescrizioni della presente prassi di riferimento. Per i riferimenti datati, si applica esclusivamente l'edizione citata. Per i riferimenti non datati, si applica l'edizione vigente del documento normativo (inclusi eventuali aggiornamenti o modifiche).

Norme e prassi di riferimento nazionali e internazionali

- UNI/PdR 147:2025 – Sostenibilità Digitale – Linee guida per la coerenza dei progetti di trasformazione digitale con gli SDG dell'Agenda 2030
- UNI EN ISO 9001:2015+A1:2024 - Sistemi di gestione per la qualità - Requisiti
- UNI CEI ISO/IEC 25010:2024 - Ingegneria del software e di sistema - Requisiti e valutazione della qualità del software e di sistema (SQuaRE) - Modello di qualità del prodotto
- UNI EN ISO 14001:2015+A1:2024 – Sistemi di gestione ambientale – Requisiti e guida per l'uso
- UNI CEI EN 45556:2022 - Metodo generale per valutare la percentuale di componenti riutilizzati nei prodotti connessi all'energia
- UNI CEI EN 301549:2021 - Requisiti di accessibilità per prodotti e servizi ICT
- UNI ISO 30415:2021 – Gestione delle risorse umane – Diversità e inclusione
- UNI ISO 37000:2021 – Sistemi di governance delle organizzazioni – Linee guida
- UNI EN ISO 26000:2020 – Guida alla responsabilità sociale
- UNI EN ISO 9241-210:2019 - Ergonomia dell'interazione uomo-sistema - Parte 210: Processi di progettazione orientata all'utente per sistemi interattivi
- UNI EN ISO 14067:2018 - Gas ad effetto serra - Impronta climatica dei prodotti (Carbon footprint dei prodotti) - Requisiti e linee guida per la quantificazione
- UNI EN ISO 19011:2018 - Linee guida per audit di sistemi di gestione
- UNI CEI EN ISO/IEC 17021-1:2015 - Valutazione della conformità - Requisiti per gli organismi che forniscono audit e certificazione di sistemi di gestione - Parte 1: Requisiti

Quadro normativo e regolamentare europeo

- Regolamento (UE) 2016/679 – Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR)
- Direttiva (UE) 2019/882 – European Accessibility Act
- Digital Services Act (Regolamento UE 2022/2065) – Servizi digitali e responsabilità delle piattaforme

3 TERMINI E DEFINIZIONI

Ai fini del presente documento valgono i termini e le definizioni della UNI/PdR 147:2025 e i seguenti¹:

3.1 accessibilità digitale: Principio e insieme di pratiche che assicurano la fruibilità dei contenuti e dei servizi digitali da parte di tutte le persone, indipendentemente da disabilità, condizioni tecnologiche, culturali o linguistiche, in conformità con le norme vigenti.

3.2 comunicazione digitale: Processo di trasmissione e condivisione di contenuti, messaggi o informazioni attraverso strumenti, canali e piattaforme digitali, rivolto a pubblici interni o esterni, con finalità informative, promozionali, istituzionali o relazionali.

3.3 comunicazione responsabile: Modalità di progettazione e diffusione di messaggi che tiene conto degli impatti sociali, culturali e ambientali della comunicazione, promuove la veridicità, la correttezza informativa, la trasparenza delle fonti e il rispetto dei diritti delle persone coinvolte.

3.4 digitalizzazione: Processo attraverso il quale le organizzazioni adottano tecnologie digitali per migliorare le loro attività e processi di business, in modo da creare nuove opportunità di crescita e migliorare l'efficienza operativa.

[FONTE: UNI/PdR 147:2025, 3.1]

3.5 greenwashing: Pratica comunicativa ingannevole con cui un'organizzazione presenta come sostenibili attività, prodotti o politiche che in realtà non lo sono, o lo sono in misura marginale rispetto a quanto dichiarato, al fine di ottenere un vantaggio reputazionale o competitivo non giustificato.

3.6 pubblicità (advertising): Ogni forma di messaggio trasmesso dietro pagamento o altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, da un'impresa pubblica o privata o da una persona fisica nell'ambito di un'attività commerciale, industriale, artigiana o di una libera professione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro pagamento, di beni o di servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni.

[FONTE: UNI/PdR 164:2024, 3.62]

3.7 sostenibilità: Condizione di sviluppo che consente di soddisfare i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri, integrando in modo equilibrato le dimensioni ambientale, sociale ed economica.

[FONTE: UNI/PdR 147:2025, 3.2]

3.8 sostenibilità digitale: Capacità di un sistema, processo o tecnologia digitale di generare valore nel lungo periodo, minimizzando gli impatti negativi (ambientali, sociali, economici e culturali) e massimizzando quelli positivi, secondo principi di equità, efficienza, resilienza e inclusività.

[FONTE: UNI/PdR 147:2025, 3.3]

3.9 sostenibilità digitale della comunicazione: Capacità della comunicazione digitale di contribuire allo sviluppo sostenibile, minimizzando gli impatti ambientali, massimizzando l'inclusione sociale, garantendo l'accessibilità, promuovendo l'equità informativa, la trasparenza e il rispetto dei diritti digitali lungo l'intero ciclo di vita comunicativo.

¹ Alcuni termini e definizioni della UNI/PdR 147:2025 sono riportati direttamente in questo punto per facilità di lettura.

3.10 Sustainable Development Goal (SDG): Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG), noti anche come Obiettivi globali, sono stati adottati dalle Nazioni Unite nel 2015 come invito universale all'azione per porre fine alla povertà, proteggere il pianeta e garantire che entro il 2030 tutte le persone godano di pace e prosperità. I 17 SDGs sono integrati: riconoscono che l'azione in un'area influenzerà i risultati in altre e che lo sviluppo deve bilanciare la sostenibilità sociale, economica e ambientale. [21]

[FONTE: UNI/PdR 147:2025, 3.4]

3.11 Key Performance Indicator (KPI): Indicatore di prestazione ritenuto significativo da un'organizzazione e che dà risalto e attenzione a taluni aspetti delle operazioni, della gestione, delle condizioni o degli impatti.

NOTA: Sono indicatori significativi perché forniscono informazioni chiare e misurabili sulle prestazioni e l'efficacia delle attività svolte.

[FONTE: UNI/PdR 147:2025, 3.5]

4 PRINCIPIO

Il principio fondante della presente prassi di riferimento è l'integrazione sistematica e misurabile dei criteri di sostenibilità nei processi e nelle pratiche di comunicazione digitale.

Tale integrazione si basa sul presupposto che la comunicazione, in quanto funzione strategica e trasversale all'organizzazione, debba contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile, agendo con responsabilità nei confronti dell'ambiente, della società, dell'economia e della cultura, nel rispetto dei diritti fondamentali delle persone e dei principi etici condivisi.

La sostenibilità digitale della comunicazione è definita nei suoi principi basilari nel Manifesto per la Sostenibilità Digitale della Comunicazione e si realizza mediante:

- progettazione consapevole dei messaggi, dei contenuti e dei canali, in funzione degli impatti attesi e dei valori dichiarati dall'organizzazione;
- adozione di pratiche inclusive, accessibili, trasparenti e responsabili lungo tutto il ciclo di vita comunicativo;
- misurazione e rendicontazione delle performance comunicative attraverso indicatori coerenti con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) e con i principi dell'Agenda 2030;
- coerenza tra comunicazione e azione, al fine di prevenire fenomeni di greenwashing, disinformazione, manipolazione o distorsione percettiva;
- utilizzo etico delle tecnologie digitali, inclusi sistemi di intelligenza artificiale e algoritmi di profilazione, garantendo il rispetto della dignità, della privacy e dell'autonomia decisionale delle persone.

La comunicazione, in questo contesto, assume un ruolo abilitante per la sostenibilità digitale, contribuendo alla costruzione di un ecosistema informativo più equo, trasparente e resiliente.

5 MISURARE LA SOSTENIBILITÀ

5.1 COMUNICAZIONE DIGITALE E SOSTENIBILITÀ

La presente prassi si sviluppa in continuità strutturale e concettuale con la UNI/PdR 147:2025 "Sostenibilità Digitale".

Tale prassi rappresenta un ramo applicativo specializzato della UNI/PdR 147:2025, orientato

UNI/PdR 187:2026

all'ambito della comunicazione digitale e finalizzato a misurare e governare gli impatti di sostenibilità digitale della comunicazione.

Se la UNI/PdR 147:2025 affronta la sostenibilità dei progetti di trasformazione digitale nella loro dimensione infrastrutturale, architeturale e gestionale, la presente UNI/PdR declina quegli stessi principi nel dominio comunicativo, inteso come insieme di processi informativi, narrativi e relazionali mediati dal digitale.

La sostenibilità digitale definisce il ruolo sistemico del digitale rispetto alla sostenibilità, guardando ad esso da una parte come strumento di supporto per il perseguimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, dall'altra come elemento da indirizzare attraverso criteri di sostenibilità. In questo duplice ruolo, la sostenibilità digitale riguarda quindi le interazioni della digitalizzazione e della trasformazione digitale rispetto a sostenibilità ambientale, economica e sociale.”

Nel contesto specifico della comunicazione digitale, ciò implica valutare non solo la sostenibilità delle tecnologie utilizzate, ma anche quella dei messaggi, delle strategie narrative, dei canali e degli impatti informativi generati.

In coerenza con la UNI/PdR 147:2025, la sostenibilità digitale della comunicazione prende in considerazione tre dimensioni fondamentali riportate nel seguente Prospetto 1.

Prospetto 1 – Dimensioni fondamentali della sostenibilità digitale

Dimensione	Definizione (adattata al contesto della comunicazione)
Ambientale	Capacità del digitale di ridurre l'impatto della comunicazione sull'ecosistema (es. leggerezza dei formati, efficienza energetica dei server, durata e gestione del ciclo di vita dei contenuti).
Sociale	Capacità del digitale di favorire inclusione, accessibilità, pluralismo, rispetto delle differenze culturali, contrasto alla disinformazione e partecipazione informata.
Economica	Capacità del digitale di generare valore equo e sostenibile nel tempo, evitando sprechi informativi, pratiche scorrette e contribuendo alla resilienza e all'innovazione organizzativa.

5.2 IL PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE E ADVERTISING

Il modello valutativo proposto si articola su tre passaggi analitici principali, mutuati e adattati dalla UNI/PdR 147:2025, finalizzati a valutare e misurare l'impatto dei progetti e delle attività di comunicazione digitale rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG):

- **Analisi degli impatti sui risultati della comunicazione**

Questa fase si concentra sulla coerenza tra obiettivi della comunicazione digitale e advertising e gli impatti generati, oltre che sull'analisi del ruolo delle tecnologie digitali impiegate.

Domande guida:

- Quali impatti ambientali, sociali o economici genera il progetto nei suoi risultati dichiarati?
- Il contenuto è coerente con le azioni reali dell'organizzazione?
- Quali tecnologie digitali abilitano o ostacolano tali risultati?

Prospetto 2 – Matrice di esempio per analisi degli impatti sui risultati della comunicazione

Obiettivi di comunicazione	Impatti di sostenibilità	Tecnologie coinvolte	Opportunità	Criticità

- Analisi degli impatti nei processi di comunicazione

Si valutano i processi tecnici e organizzativi attraverso cui i contenuti sono progettati, prodotti, distribuiti, monitorati.

Domande guida:

- Quali processi hanno impatti ambientali (es. consumo energetico)?
- Come vengono garantite inclusività e accessibilità?
- Le fonti sono verificate e le informazioni accurate?

Prospetto 3 – Matrice di esempio per analisi degli impatti nei processi di comunicazione

Processi di comunicazione	Impatti di sostenibilità	Tecnologie / Strumenti	Opportunità	Criticità

- Identificazione degli SDG impattati

In continuità con la UNI/PdR 147:2025, si effettua una ricognizione degli SDG direttamente o indirettamente impattati dal progetto di comunicazione.

Domande guida:

- Quali SDG sono toccati in positivo o negativo?
- In che modo il digitale rafforza o indebolisce tali impatti?

Prospetto 4 – Matrice di esempio per Identificazione degli SDG impattati

SDG	Processi coinvolti	Impatti (+/-)	Tecnologie (+/-)	Risultati attesi

5.3 CRITERI DI SOSTENIBILITÀ DIGITALE DELLA COMUNICAZIONE

Nel contesto della Sostenibilità Digitale, la comunicazione – in tutte le sue forme, canali e linguaggi – rappresenta un’infrastruttura strategica per lo sviluppo. La presente prassi di riferimento intende fornire un quadro metodologico e operativo per promuovere una comunicazione digitale responsabile, inclusiva e sostenibile, in linea con la Carta dei Diritti Fondamentali dell’Unione Europea, l’Agenda 2030 per lo

Sviluppo Sostenibile e le raccomandazioni europee e internazionali in materia di etica, diritti digitali e impatto ambientale la Fondazione per la Sostenibilità Digitale ha sviluppato un Manifesto per la Sostenibilità Digitale della Comunicazione che, derivato dal Manifesto per la Sostenibilità Digitale pubblicato nel 2019, identifica:

- elementi di contesto
- criteri fondamentali
- ruolo degli attori

Ai fini di questa prassi di riferimento, sono riportati i sei criteri fondamentali della Sostenibilità Digitale della Comunicazione, che costituiscono la base concettuale della presente PdR e sulla base dei quali sono stati identificati e sviluppati i Key Performance Indicator:

1) **Inclusione e Accessibilità Universale**

La comunicazione digitale deve rimuovere ogni barriera culturale, linguistica, cognitiva, fisica o tecnologica, garantendo l'accesso equo e non discriminatorio all'informazione. L'inclusività deve essere integrata sin dalla progettazione (approccio *by design*), in conformità con i principi di **universal design** e con le normative in materia di accessibilità (es. Direttiva UE sull'accessibilità del web, Linee guida WCAG). Questo criterio è fondamentale per ridurre le diseguaglianze e garantire una piena partecipazione civica e democratica.

2) **Benessere e Qualità delle Condizioni di Lavoro**

La digitalizzazione deve contribuire al miglioramento delle condizioni lavorative, promuovendo ambienti professionali etici, sicuri e sostenibili, sia in termini fisici che psicologici. Ciò vale in particolare per chi opera nel settore della comunicazione (giornalisti, content creator, comunicatori pubblici, operatori digitali), ma anche per i destinatari finali della comunicazione, che devono essere protetti da logiche di sfruttamento dell'attenzione e da fenomeni di alienazione digitale.

3) **Benessere Digitale e Uso Consapevole**

La sostenibilità digitale implica un equilibrio tra innovazione tecnologica e salute mentale, promuovendo un uso critico, intenzionale e misurato dei media digitali. La comunicazione deve incentivare contenuti e strategie che prevengano dipendenze, favoriscano l'autoregolazione, sostengano la socialità e valorizzino la relazione tra dimensione online e offline. In coerenza con gli obiettivi di salute e benessere di Agenda 2030, la comunicazione digitale diventa così anche un dispositivo educativo e preventivo.

4) **Diversità e Impatto Culturale e Sociale Positivo**

La comunicazione è uno strumento fondamentale di rappresentazione e costruzione del reale. In tale ruolo, essa deve valorizzare la pluralità culturale, etnica, linguistica, di genere, di abilità e generazionale, contribuendo a costruire narrazioni inclusive e prospettive multiple. In linea con gli obiettivi dell'istruzione di qualità, della parità di genere e delle città e comunità sostenibili, la comunicazione digitale deve stimolare un impatto sociale positivo, sostenendo la coesione e la resilienza delle comunità.

5) Etica, Responsabilità e Trasparenza

Ogni processo comunicativo deve fondarsi su principi di integrità, verificabilità e responsabilità. In un ecosistema sempre più algoritmico, è essenziale contrastare la disinformazione, prevenire la manipolazione dell'opinione pubblica e garantire trasparenza rispetto a fonti, finalità e processi decisionali, anche in relazione all'uso dell'intelligenza artificiale. Questo criterio promuove la fiducia negli ambienti digitali e contribuisce alla qualità democratica del discorso pubblico.

6) Sostenibilità Ambientale e Riduzione dell'Impatto

L'impatto ambientale della comunicazione digitale, legato all'intero ciclo di vita delle infrastrutture, dei dispositivi e dei contenuti (data center, dispositivi, consumo energetico, emissioni di CO₂), deve essere riconosciuto e ridotto attraverso scelte tecnologiche, editoriali e organizzative responsabili. La comunicazione deve inoltre veicolare messaggi e comportamenti che favoriscano una cultura della sostenibilità ambientale, contribuendo alla mitigazione della crisi climatica.

5.4 LA FILIERA DEL VALORE

La comunicazione digitale rappresenta oggi uno degli ambiti più complessi e strategici per la creazione di valore, coinvolgendo organizzazioni, istituzioni, cittadini e sistemi tecnologici interconnessi. In questo scenario, è fondamentale adottare un modello analitico che consenta di comprendere come le diverse componenti della comunicazione contribuiscano alla generazione di valore, all'efficacia comunicativa e alla sostenibilità del sistema complessivo.

Il presente punto adotta un approccio ispirato alla catena del valore di Porter, adattato al contesto della comunicazione digitale e integrato con i principi della sostenibilità digitale. Il modello si articola in due grandi aree funzionali, ciascuna composta da un insieme coerente di attività:

- L'Area Infrastrutture, che comprende le attività abilitanti e le componenti tecnologiche, organizzative e operative che rendono possibile la comunicazione digitale: piattaforme, sistemi, processi di governance, formazione e gestione dei fornitori;
- L'Area Contenuti, che comprende le attività primarie orientate alla generazione di valore percepibile per gli utenti finali e gli stakeholder, attraverso la progettazione, produzione, distribuzione, valutazione e ottimizzazione dei contenuti digitali.

La distinzione tra le due aree non è rigida né gerarchica: entrambe concorrono in modo interdipendente alla qualità, efficacia e sostenibilità della comunicazione. Le attività infrastrutturali abilitano la possibilità stessa di comunicare in modo efficiente, mentre le attività sui contenuti costituiscono il principale veicolo di valore e relazione con gli utenti.

NOTA: Il modello di catena del valore della comunicazione digitale qui adottato si basa su una rilettura critica delle teorie organizzative, adattate alle specificità dei media digitali. La distinzione in due aree (Infrastrutture e Contenuti) permette di individuare non solo le attività visibili all'utente finale, ma anche quelle che operano dietro le quinte per garantirne funzionalità, accessibilità e impatto sostenibile.

Ogni area è articolata in una serie di sezioni tematiche, ognuna delle quali corrisponde a un insieme di processi e figure professionali coinvolte. Tali sezioni sono descritte nel dettaglio nei successivi punti 5.5 (Infrastrutture) e 5.6 (Contenuti).

La struttura delle due aree è riportata di seguito:

- Area Infrastrutture – Attività abilitanti:
 - 5.5.1 – Infrastruttura tecnica e operativa
 - 5.5.2 – Sviluppo e innovazione software
 - 5.5.3 – Formazione e comunicazione interna
 - 5.5.4 – Procurement e gestione fornitori digitali
- Area Contenuti – Attività primarie:
 - 5.6.1 – Strategia e progettazione dei contenuti
 - 5.6.2 – Produzione e adattamento multicanale
 - 5.6.3 – Ottimizzazione per la distribuzione digitale
 - 5.6.4 – Digital Advertising e performance marketing
 - 5.6.5 – Distribuzione e engagement
 - 5.6.6 – Relazione con l'utente
 - 5.6.7 – Misurazione e miglioramento continuo
 - 5.6.8 – Collaborazioni e creator economy
 - 5.6.9 – Comunicazione interna e processi ibridi

5.5 AREA INFRASTRUTTURE – ATTIVITÀ ABILITANTI

L'Area Infrastrutture rappresenta l'insieme delle attività abilitanti che sostengono la comunicazione digitale. Include tutte le componenti tecnologiche, organizzative e operative che, pur non generando direttamente contenuti, rendono possibile, efficace, accessibile e sostenibile l'intera esperienza comunicativa. Queste attività si sviluppano lungo quattro ambiti chiave, ciascuno dei quali è descritto di seguito.

5.5.1 Infrastruttura tecnica e operativa

Questa area comprende l'insieme delle risorse hardware e software necessarie per garantire l'erogazione continua, sicura e scalabile dei contenuti digitali. Include server, data center, cloud computing, reti di distribuzione (CDN), sistemi di monitoraggio e strumenti per la sicurezza informatica.

- Esempi applicativi: utilizzo di CDN per migliorare la velocità di caricamento dei siti globali; hosting basati su energie rinnovabili; infrastrutture accessibili che rispettano le normative sull'inclusività digitale (es. WCAG 2.1).
- Figure professionali coinvolte: sistemisti, cloud engineer, network architect, specialisti in cybersecurity, esperti in data center sustainability.

Un'infrastruttura efficiente deve considerare la ridondanza dei sistemi per garantire la continuità operativa anche in caso di guasti. L'adozione di strategie di edge computing può ridurre la latenza e distribuire in modo più sostenibile i carichi computazionali. L'integrazione di strumenti di monitoraggio ambientale consente di misurare l'impatto energetico delle infrastrutture digitali, facilitando scelte informate verso data center carbon-neutral.

5.5.2 Sviluppo e innovazione software

Include la progettazione, realizzazione e aggiornamento di sistemi digitali: CMS, app, chatbot, strumenti di automazione, intelligenza artificiale e API. Il software deve essere modulare, sicuro, interoperabile e aggiornabile nel tempo, secondo principi open standard.

- Esempi applicativi: sviluppo di un CMS headless per integrare contenuti multicanale; utilizzo di chatbot NLP per customer care automatizzato; adozione di framework open source per ridurre dipendenze proprietarie.
- Figure professionali coinvolte: sviluppatori frontend/backend, software architect, DevOps, AI engineer, designer di interfacce conversazionali.

Lo sviluppo di software accessibile è un elemento essenziale per garantire equità e inclusività. Il rispetto delle linee guida WCAG e l'uso di tecnologie assistive devono essere integrati nella fase di progettazione. La continua innovazione richiede pratiche di sviluppo agile e iterativo, che consentano cicli brevi di rilascio, test e ottimizzazione, garantendo adattabilità alle esigenze dell'utente finale e riduzione degli sprechi digitali.

5.5.3 Formazione e comunicazione interna

Comprende le attività volte a costruire competenze digitali, consapevolezza degli strumenti e cultura della sostenibilità tra i membri dell'organizzazione. Integra processi di onboarding, aggiornamento continuo e comunicazione interna multicanale.

- Esempi applicativi: percorsi di formazione per l'uso responsabile dell'IA generativa; newsletter interne per diffondere best practice; piattaforme LMS integrate con gli strumenti di comunicazione aziendale.
- Figure professionali coinvolte: HR digital, formatori, comunicazione interna, digital transformation officer, learning experience designer.

La comunicazione interna deve essere multicanale e multiformato, per rispondere ai diversi stili di apprendimento dei dipendenti e facilitare la fruizione dei contenuti in asincrono. Piattaforme come intranet evolute, video tutorial e chatbot interni sono strumenti ormai consolidati. L'empowerment digitale dei collaboratori è un elemento chiave per promuovere la responsabilizzazione nell'uso degli strumenti e l'adozione di comportamenti digitali sostenibili.

5.5.4 Procurement e gestione fornitori digitali

Questa attività include la selezione, il monitoraggio e la valutazione dei partner tecnologici e fornitori digitali. L'approccio sostenibile richiede criteri ESG nella scelta dei servizi, contratti trasparenti e controllo sul rispetto di normative come GDPR.

- Esempi applicativi: selezione di cloud provider certificati UNI EN ISO 14001:2015+A1:2024; contratti che includono clausole etiche; monitoraggio di SLA digitali sostenibili.
- Figure professionali coinvolte: digital procurement manager, responsabili compliance, legal tech specialist, ESG officer, vendor manager.

Un sistema di procurement evoluto prevede anche la valutazione dell'impronta ecologica dei servizi digitali acquistati, integrando metriche di carbon footprint nei processi decisionali. È buona prassi includere audit periodici e meccanismi di feedback nei contratti con i fornitori, al fine di garantire un miglioramento continuo della qualità e della sostenibilità dei servizi erogati.

5.6 AREA CONTENUTI – ATTIVITÀ PRIMARIE

L'Area Contenuti rappresenta il cuore pulsante della comunicazione digitale. Le attività qui descritte generano valore diretto attraverso la creazione, distribuzione e ottimizzazione dei contenuti digitali su molteplici canali, con l'obiettivo di informare, coinvolgere, relazionarsi e costruire fiducia. Ciascuna fase della catena del valore dei contenuti implica processi specifici e richiede competenze professionali dedicate, in stretta connessione con le attività infrastrutturali abilitanti.

5.6.1 Strategia e progettazione dei contenuti

La fase strategica definisce gli obiettivi della comunicazione, i destinatari (siano essi esterni o interni all'azienda), il tono di voce e la mappa dei contenuti da realizzare. Comprende la definizione dell'architettura informativa, la progettazione della content experience e il posizionamento editoriale del brand.

- Esempi applicativi: sviluppo di una content strategy omnicanale per PMI; definizione di linee guida editoriali accessibili; creazione di personas e customer journey content-driven.
- Figure professionali coinvolte: content strategist, brand manager, UX writer, digital planner, information architect.

5.6.2 Produzione e adattamento multicanale

Comprende la creazione effettiva dei contenuti: testi, immagini, video, animazioni, podcast. Ogni contenuto deve essere progettato per il canale specifico in cui verrà pubblicato e adattato per essere fruito su diversi dispositivi e contesti, mantenendo coerenza e inclusività.

- Esempi applicativi: produzione di video sottotitolati per social; traduzione e localizzazione culturale di articoli in più lingue; adattamento responsive di grafiche e testi per mobile-first.
- Figure professionali coinvolte: copywriter, visual designer, motion designer, traduttori, accessibilità specialist, video maker.

5.6.3 Ottimizzazione per la distribuzione digitale

Questa attività consiste nell'ottimizzazione tecnica e semantica dei contenuti per facilitarne l'indicizzazione, la leggibilità e l'efficacia nei motori di ricerca e sulle piattaforme digitali. Include SEO, ottimizzazione mobile, metadati, struttura e link interni.

- Esempi applicativi: ottimizzazione SEO di contenuti multilingua; produzione di snippet strutturati; revisione UX-writing per migliorare conversioni in landing page.
- Figure professionali coinvolte: SEO specialist, UX writer, content editor, metadata manager, search strategist.

5.6.4 Digital Advertising e performance marketing

Il digital advertising rappresenta una leva essenziale per la visibilità e la performance. Include tutte le attività di pianificazione, creazione, gestione e ottimizzazione delle campagne ADV su piattaforme digitali: display, search, social, native. Si articola su strategie di targeting, personalizzazione, analisi di conversione e A/B testing, delle quali è fondamentale monitorare l'impatto ambientale ed economico, adottando pratiche responsabili che riducano l'impronta digitale. Nello specifico è possibile trovare un framework standardizzato e flessibile per la stima degli impatti ambientali del digital advertising, allineato al Global Media Sustainability Framework, nel white paper "Sostenibilità digitale" di IAB Italia - Interactive Advertising Bureau.

Esempi applicativi: campagne di retargeting su social per e-commerce; promozione video geolocalizzata; funnel pubblicitari data-driven per lead generation.

- Figure professionali coinvolte: digital advertising manager, media buyer, campaign strategist, marketing automation specialist, data analyst.

5.6.5 Distribuzione e engagement

La distribuzione dei contenuti rappresenta la fase di attivazione e condivisione del messaggio sui canali selezionati: social media, newsletter, portali editoriali, piattaforme di content syndication. Coinvolge attività di community building e ingaggio, costruendo una relazione continuativa con il pubblico.

- Esempi applicativi: gestione editoriale multicanale di post e storie social; pianificazione di newsletter settimanali con contenuti dinamici; pubblicazione su Medium, LinkedIn, e piattaforme tematiche.
- Figure professionali coinvolte: social media manager, community manager, digital PR, content curator, campaign coordinator.

5.6.6 Relazione con l'utente

Questa attività si concentra sul dialogo diretto con l'utente/cliente tramite comunicazioni transazionali, customer care, chatbot, risposte ai commenti e gestione dei feedback. L'obiettivo è sviluppare fiducia, personalizzare l'esperienza e valorizzare la partecipazione attiva dell'utente offrendo un'esperienza coerente, personalizzata e multicanale.

- Esempi applicativi: piattaforme di customer communication management (CCM), tecnologie di assistenza tramite chatbot con AI conversazionale; tool di moderazione di commenti e forum; risposta personalizzata nei DM e piattaforme di customer experience management (CXM) multicanale e multiformato.
- Figure professionali coinvolte: IT manager, IT specialist, customer operation manager, billing e finance manager, customer experience manager, marketing manager, content moderator, chatbot trainer, social customer care specialist.

5.6.7 Misurazione e miglioramento continuo

La valutazione dei contenuti e delle strategie passa attraverso la definizione e il monitoraggio di KPI, l'analisi dei dati e il miglioramento continuo. Questo approccio consente di ottimizzare la strategia, adattarla ai comportamenti reali e aumentare l'efficienza comunicativa.

- Esempi applicativi: analisi dei tassi di apertura e clic delle newsletter; studio delle heatmap per ottimizzare landing page; A/B testing per headlines e call to action.
- Figure professionali coinvolte: data analyst, UX researcher, KPI specialist, CRO strategist (conversion rate optimization).

5.6.8 Collaborazioni e creator economy

L'integrazione con la creator economy è oggi parte integrante della comunicazione digitale. Le collaborazioni con influencer, ambassador e creatori di contenuti permettono di amplificare i messaggi, raggiungere target specifici e stimolare l'engagement autentico.

- Esempi applicativi: campagne con micro-influencer per prodotti sostenibili; co-creazione di video con creator verticali; sviluppo di contenuti UGC integrati nella comunicazione aziendale.
- Figure professionali coinvolte: influencer manager, brand partnership specialist, content creator, talent manager, community ambassador.

5.6.9 Comunicazione interna e processi ibridi

La comunicazione interna, pur rivolta a un pubblico interno, assume valore strategico anche nella narrativa esterna. Include attività di employee advocacy, formazione, onboarding e coordinamento tra comunicazione esterna e valori aziendali.

- Esempi applicativi: campagne interne rilanciate anche sui social (inside-out); piattaforme collaborative per la condivisione di valori aziendali; storytelling aziendale dal punto di vista dei dipendenti.
- Figure professionali coinvolte: HR communicator, internal communication specialist, culture manager, people experience designer.

5.7 COME MISURARE LA SOSTENIBILITÀ DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE E DELL'ADVERTISING

5.7.1 Inquadramento generale

Ai fini della presente prassi, l'ambito della comunicazione digitale sostenibile è definito come l'insieme delle attività finalizzate alla trasmissione di contenuti attraverso canali, strumenti e infrastrutture digitali, nel rispetto dei principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

L'analisi funzionale dell'ambito in oggetto consente di individuare, come specificato nel punto precedente, due insiemi distinti ma tra loro interrelati:

- il primo, riconducibile alle infrastrutture digitali che abilitano la veicolazione dei contenuti comunicativi, comprende dispositivi, applicazioni e ambienti tecnologici, sia fisici sia virtuali;
- il secondo, relativo ai contenuti digitali, fa riferimento agli elementi semantici e formali della

comunicazione, ovvero testi, immagini, video, linguaggi e narrazioni impiegati per la diffusione di messaggi informativi o promozionali.

Tali insiemi presentano specificità proprie e richiedono approcci differenziati in termini di valutazione della sostenibilità, come di seguito specificato.

5.7.2 Infrastrutture digitali

Le infrastrutture digitali utilizzate per la comunicazione (quali siti web, applicazioni, piattaforme digitali, dispositivi connessi e sistemi di interfaccia fisico-digitale quali totem o chioschi interattivi) sono da intendersi, ai fini della presente prassi, come **prodotti digitali** in linea con la definizione e i criteri già stabiliti dalla UNI/PdR 147:2025. Pertanto, per la valutazione della sostenibilità di tali elementi si rimanda integralmente alle prescrizioni contenute nella suddetta prassi, con riferimento alle dimensioni ambientale, sociale ed economica. In particolare, la presente prassi adotta i criteri di valutazione relativi all'efficienza energetica, all'accessibilità tecnica, alla durabilità e alla capacità di favorire un uso inclusivo e responsabile delle risorse digitali. L'applicazione dei principi della UNI/PdR 147:2025 garantisce una coerenza metodologica e operativa nell'analisi dell'impatto sostenibile delle infrastrutture comunicative digitali.

5.7.3 Contenuti digitali e criteri per la sostenibilità comunicativa

La presente prassi riconosce la centralità della dimensione **contenutistica** nell'ambito della sostenibilità digitale della comunicazione. I contenuti veicolati attraverso strumenti digitali – intesi come testi, immagini, suoni, video, simboli, linguaggi e strutture narrative – rappresentano infatti non solo un vettore informativo, ma anche un potente fattore di influenza culturale, sociale e ambientale. In tale prospettiva, la sostenibilità dei contenuti non si esaurisce nella sola aderenza a requisiti tecnici o normativi, ma si configura come capacità di contribuire in modo responsabile alla costruzione di una comunicazione accessibile, equa, inclusiva, trasparente e orientata agli obiettivi di sviluppo sostenibile. A tal fine, la presente prassi introduce un sistema di **indicatori di performance (KPI)** appositamente sviluppato, fondato su una selezione ragionata degli SDG rilevanti per le attività di comunicazione. Alcuni di tali KPI presentano coerenze metodologiche o sovrapposizioni con quelli già previsti dalla UNI/PdR 147:2025, ma la loro applicazione è in questo contesto finalizzata alla qualificazione dei contenuti come parte integrante della sostenibilità digitale. L'obiettivo è fornire strumenti valutativi che permettano di considerare i contenuti non solo come mezzi, ma come componenti attive della transizione verso modelli comunicativi compatibili con i principi dello sviluppo sostenibile.

6 POLITICHE DI COMUNICAZIONE DIGITALE DELLA SOSTENIBILITÀ, PIANIFICAZIONE, ATTUAZIONE E MONITORAGGIO, E SISTEMA DI GESTIONE

6.1 POLITICHE DI COMUNICAZIONE DIGITALE DELLA SOSTENIBILITÀ

Le organizzazioni che adottano una politica di comunicazione digitale della sostenibilità, che si proponga di valorizzare la leva della trasformazione digitale come catalizzatore per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, devono definire un piano di azione per la sua attuazione, impostando un modello gestionale che garantisca nel tempo il mantenimento dei requisiti definiti ed attuati, misurando gli stati di avanzamento dei risultati attraverso la predisposizione di specifici KPI di cui rendono conto nei documenti del sistema di gestione, attraverso il quale mantengono e

verificano le azioni pianificate.

La gran parte delle organizzazioni aziendali ha adottato lo strumento dei Sistemi di Gestione come valido supporto al miglioramento in ambiti compresi, o correlati, alla sostenibilità. In tali condizioni lo sviluppo di una politica per la comunicazione digitale della sostenibilità e di un piano di azione per la sua attuazione richiederebbe uno sforzo incrementale, il cui obiettivo dovrebbe concentrarsi sul garantire che le iniziative di trasformazione digitale siano identificate e prioritizzate in relazione al loro impatto ai fini della sostenibilità.

La politica per la comunicazione digitale della sostenibilità può essere pertanto parte di un documento applicabile ad uno o più Sistemi di Gestione. In ogni caso essa deve essere riconfermata o aggiornata al momento della revisione periodica, come parte della verifica e miglioramento del sistema di gestione di cui essa fa parte. Qualora l'organizzazione intenda utilizzare la presente prassi come elemento di riferimento ai fini di una verifica o certificazione di parte terza, la politica per la comunicazione digitale della sostenibilità deve essere consolidata in un documento autoconsistente.

I KPI di cui al punto 7 della presente prassi costituiscono una parte importante delle informazioni necessarie per determinare e spiegare come un'organizzazione (azienda, ente, PA) progredisce verso gli obiettivi prefissati. Tali KPI sono suddivisi in KPI organizzativi, validi per tutte le iniziative di comunicazione digitale, e KPI specifici di comunicazione, legati alle singole attività comunicative e correlati agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030.

La politica per la comunicazione digitale della sostenibilità deve essere:

- definita dall'Alta Direzione, o da un comitato guidato dall'Alta Direzione;
- comunicata e diffusa all'interno dell'organizzazione ed alle proprie parti interessate;
- oggetto di formazione e sensibilizzazione al management aziendale;
- revisionata o confermata periodicamente in fase di revisione sulla base degli accadimenti, dei cambiamenti e dei risultati dei monitoraggi e delle verifiche;
- coordinata da una figura responsabile, nell'ambito dei processi di trasformazione digitale, designata dal management e in possesso di competenze di sostenibilità e di trasformazione digitale.

La politica deve contenere i principi e le indicazioni guida che definiscono l'impegno dell'organizzazione nei confronti della comunicazione digitale della sostenibilità.

L'Alta Direzione assegna risorse (budget), responsabilità ed autorità adeguate alla persecuzione, il raggiungimento ed il mantenimento degli obiettivi di comunicazione digitale della sostenibilità stabiliti.

L'Alta Direzione, in relazione alla dimensione aziendale, deve valutare l'opportunità di nominare un comitato guida o una figura responsabile a cui delegare le responsabilità per l'efficace adozione e la continua applicazione della politica per la comunicazione digitale della sostenibilità. Il comitato guida, in base alle dimensioni dell'organizzazione, deve essere composto da figure apicali con responsabilità dirette nell'ambito della Sostenibilità, dell'Innovazione e della Trasformazione Digitale.

6.2 PIANIFICAZIONE

Il comitato guida, o una figura responsabile, in conformità alle politiche definite, deve redigere il piano di azione, il cui orizzonte temporale sia almeno annuale, che definisce per ogni tema identificato

dalla politica per la comunicazione digitale della sostenibilità obiettivi semplici, misurabili, raggiungibili, realistici, pianificati nel tempo ed assegnati come responsabilità di attuazione. L'obiettivo del piano di azione è duplice, in quanto si indirizza ai processi aziendali oggetto di trasformazione digitale ed ai progetti di trasformazione digitale. Il piano di azione deve essere composto dalle seguenti fasi, tipiche dei processi di pianificazione:

- identificazione dei processi aziendali correlati ai temi relativi alla comunicazione digitale della sostenibilità;
- identificazione dei punti di forza e di debolezza rispetto ai temi identificati;
- definizione degli obiettivi;
- definizione dei progetti di trasformazione digitale e delle altre azioni decise per colmare i gap;
- definizione, frequenza e responsabilità di monitoraggio dei KPI (ovvero metriche e indicatori) definiti a livello di singolo progetto di trasformazione digitale o altra azione. I KPI devono essere scelti tra quelli presenti all'interno della presente prassi.

Il piano di azione deve essere condiviso dall'Alta Direzione e mantenuto aggiornato nel tempo. In base alla dimensione dell'organizzazione, il piano di azione può avere una maggiore o minore complessità. In particolare, l'organizzazione deve definire un processo attraverso il quale sia in grado di correlare gli obiettivi identificati ai progetti di trasformazione digitale ed alle altre azioni decise, associando ad ogni progetto o attività identificata dei KPI specifici. La scelta dei KPI, a livello di singolo progetto o altra iniziativa, è condotta sulla base di un'analisi della rilevanza e dell'impatto potenzialmente producibile sugli obiettivi identificati. I criteri di analisi possono essere qualitativi o quantitativi ma devono comunque essere documentati. Nel definire gli obiettivi e i progetti del piano di azione, l'organizzazione deve adottare gli indicatori di performance (KPI) previsti dalla presente prassi, scegliendoli tra quelli organizzativi o quelli specifici di comunicazione digitale, in funzione delle proprie attività e del contesto di riferimento.

6.3 ATTUAZIONE PIANO DI AZIONE E MONITORAGGIO

6.3.1 GENERALITÀ

L'organizzazione deve attuare le azioni ed i monitoraggi definiti nel piano, in particolare fornendo

- istruzioni scritte sulle modalità di attuazione e di monitoraggio, ove applicabile;
- formazione generale e specifica, a tutti i livelli, sul tema della comunicazione digitale della sostenibilità.

I temi principali oggetto del piano strategico ed i relativi requisiti minimi sono riportati nel seguente punto 6.3.2.

6.4 SISTEMA DI GESTIONE

6.4.1 GENERALITÀ

Di seguito i principali aspetti che il sistema di gestione di un'organizzazione deve prevedere per garantire il mantenimento nel tempo dei requisiti definiti nella presente prassi.

6.4.2 DOCUMENTAZIONE DEL SISTEMA

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve:

- gestire la documentazione del sistema in modo da assicurare che le versioni in vigore siano note

agli utilizzatori, chiaramente identificate, preparate, approvate e modificate da chi ne ha l'autorità;

- identificare i requisiti normativi (cogenti e/o volontari) specifici rispetto al tema della comunicazione digitale della sostenibilità e dell'innovazione, elencarli mantenendoli aggiornati e comunicarli al proprio interno alle funzioni responsabili della valutazione del loro impatto, della loro presa in carico ed attuazione;
- predisporre una Politica ed un Piano di Azione per la sua attuazione così come previsto nella sezione precedente.

6.4.3 MONITORAGGIO DEGLI INDICATORI

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve:

- raccogliere e analizzare gli indicatori (KPI) generali e specifici relativi all'attuazione del piano di azione;
- valutare l'andamento degli indicatori (KPI) con frequenza idonea, come previsto dal piano di azione, e attuare azioni di correzione a fronte di deviazioni rispetto agli obiettivi in esso contenuti.

Gli indicatori (KPI) devono essere coerenti con la tipologia di organizzazione, la sua dimensione, la natura e l'estensione dei processi di innovazione e dei progetti di comunicazione digitale della sostenibilità. Tali KPI, come descritti al punto 7 e nelle Appendici A e B della presente prassi, includono sia KPI organizzativi sia KPI specifici di comunicazione, collegati agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030.

6.4.4 COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve:

- predisporre e diffondere alle proprie parti interessate (stakeholder) un piano di comunicazione relativo al proprio impegno sui temi della comunicazione digitale della sostenibilità e dei relativi processi di innovazione;
- basare la propria comunicazione interna ed esterna (marketing, pubblicità) sulla responsabilità (evitando nelle azioni pubblicitarie affermazioni non supportate da opportuni riscontri oggettivi);
- identificare le parti interessate con le quali instaurare una comunicazione rispetto ai temi della comunicazione digitale della sostenibilità;
- garantire che la comunicazione sia coerente con i principi della politica e con gli obiettivi stabiliti e attuati attraverso il piano strategico;
- allineare la comunicazione interna ed esterna ai valori e alla cultura aziendale.

6.4.5 AUDIT INTERNI (SISTEMA DI VERIFICA INTERNO DI CONFORMITÀ ALLA PRASSI)

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve pianificare, attuare e documentare un sistema di audit interni indirizzati alla verifica della reale ed efficace applicazione della politica e delle direttive aziendali sulla comunicazione digitale della sostenibilità, ivi compreso l'andamento del piano di azione, nonché del rispetto delle istruzioni e procedure definite a tal fine.

Gli audit sono attuati secondo le modalità definite dalla UNI EN ISO 19011:2018, con team indipendenti rispetto alle attività verificate, competenti sulla base di requisiti definiti dal sistema (es. corso UNI EN ISO 19011:2018, esperienza minima in azienda, formazione sulla presente prassi e sul

sistema di gestione aziendale) e bilanciati in termini di genere.

Gli audit devono essere pianificati, comunicati e finalizzati a raccogliere le evidenze oggettive della conformità, segnalate le deviazioni, che devono essere gestite secondo le regole definite al punto 6.4.5.1.

6.4.5.1 VERIFICA DI CONFORMITÀ ALLA PRESENTE PRASSI: TIPOLOGIE DI EVIDENZE QUANTITATIVE E QUALITATIVE

L'audit interno (verifica del sistema) è un'attività che fornisce evidenza del rispetto dei requisiti del sistema di gestione e della presente prassi. L'audit è condotto secondo quanto previsto dalla UNI EN ISO 19011:2018 deve raccogliere evidenze oggettive che dimostrino lo stato di conformità di quanto attuato, le evidenze oggettive che possono essere di tipo quantitativo (ossia misurabili oggettivamente: es. KPI, attività svolte o non svolte, trend e misurazioni varie) o qualitativo (ossia valutabili, preferibilmente sulla base di criteri condivisi: documenti dichiarativi di politiche, obiettivi, comunicazione interna ed esterna, coinvolgimento stakeholder, ecc.).

Gli audit devono fare riferimento ai KPI organizzativi e ai KPI di comunicazione digitale previsti dalla presente prassi, utilizzando la scala di maturità indicata nelle Appendici metodologiche, al fine di garantire una misurazione uniforme e comparabile delle performance comunicative digitali.

Di seguito esempi di evidenze riconducibili ai requisiti del presente punto:

- **Evidenze Quantitative**
 - Report monitoraggio KPI;
 - budget dedicato ai processi di innovazione ed ai progetti di trasformazione digitale orientati alla comunicazione digitale della sostenibilità;
 - report monitoraggio situazioni non conformi;
 - piani formativi su comunicazione digitale della sostenibilità e sistema di gestione relativo;
 - check list di riferimento correttamente compilate ed utilizzate.
- **Evidenze Qualitative**
 - Politica per la comunicazione digitale della sostenibilità;
 - piano di azione aggiornato;
 - comunicazione interna ed esterna;
 - coinvolgimento stakeholder (associazioni, enti pubblici, università, rappresentanze, ecc.);
 - attività di diffusione interne dei temi correlati alla comunicazione digitale della sostenibilità;
 - eventuale partecipazione ad iniziative esterne per la diffusione della comunicazione digitale della sostenibilità;

6.4.6 GESTIONE DELLE SITUAZIONI NON CONFORMI

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve:

- definire una modalità di raccolta, gestione e documentazione delle situazioni non conformi, ovvero definire una modalità di raccolta dei KPI non in linea (deviazioni rispetto ai requisiti individuati nella presente prassi, segnalazioni interne, reclami, incidenti rispetto ai temi della

comunicazione digitale della sostenibilità o alle politiche - ad esempio in un report -, con evidenza delle azioni attuate per risolvere le cause degli accadimenti - es. violazione politiche di selezione dei fornitori di prodotti o servizi, analisi eventuali meccanismi di whistle-blowing);

- garantire che vengano attivati i meccanismi di comunicazione, regolati secondo la presente prassi, all'interno dell'organizzazione o al suo esterno quando la situazione è non conforme ai KPI e vengano attuate azioni al fine di rimuovere le cause dell'accadimento.

6.4.7 REVISIONE PERIODICA

In relazione alle proprie politiche e risorse, l'organizzazione deve pianificare, attuare e mantenere registrazione di una revisione periodica del sistema, della politica per la comunicazione digitale della sostenibilità e del piano di azione da parte dell'Alta Direzione, con il diretto coinvolgimento del comitato guida e/o delle funzioni responsabili dei temi individuati nel piano, con frequenza almeno annuale.

La revisione deve valutare come elementi in ingresso: i risultati delle attività di cui al punto 6, la continua congruità e allineamento del piano di azione alla Politica identificata, la necessità di aggiornamenti e modifiche, anche a seguito di cambiamenti organizzativi e/o normativi significativi, e le ulteriori esigenze formative.

6.4.8 MIGLIORAMENTO

A seguito dei risultati della revisione, l'organizzazione può identificare obiettivi ulteriori, che siano specifici, misurabili, raggiungibili, realistici e definiti temporalmente. Questi obiettivi devono essere integrati nel piano di azione o in altri documenti del sistema e devono essere supportati da metriche e indicatori (KPI).

6.4.9 NOTE FINALI

La presente prassi è pensata come riferimento per una certificazione di parte terza, le cui modalità operative e caratteristiche sono indicate nell'appendice A.

7 GLI INDICATORI NEGLI AMBITI DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

7.1 APPROCCIO METODOLOGICO

Al fine di garantire una misurazione del livello di sostenibilità di una iniziativa di comunicazione digitale, sono stati individuati 40 indicatori di performance (KPI) legati ai processi di comunicazione digitale.

Alcuni indicatori dipendono dall'esistenza di politiche aziendali che possono essere considerate un prerequisito per la sostenibilità digitale, altri sono invece sono strettamente legati ai processi di comunicazione. In particolare, i KPI possono essere indentificati come:

- **KPI Organizzativi:** si tratta di 15 indicatori di performance applicabili a livello aziendale e validi per tutte le iniziative di comunicazione digitale intraprese dall'organizzazione. Tali indicatori segnalano il livello di predisposizione aziendale alla realizzazione di una comunicazione digitale sostenibile. Questi indicatori devono essere verificati per tutta

l'organizzazione e sono un prerequisito per una eventuale certificazione. La misurazione di questi KPI è prevista anche nella Prassi 147:2025 e, quindi costituiscono l'elemento comune di valutazione della sostenibilità digitale. Diversi indicatori sono legati ai processi di procurement necessari per dotare l'organizzazione dei prodotti e dei servizi funzionali alle attività di comunicazione digitale e devono, in qualche modo, essere applicati ai criteri di qualificazione e selezione di fornitori e forniture.

- **KPI di Comunicazione:** si tratta di 25 indicatori di performance specifici, definiti e adattati per le diverse attività di comunicazione.

Gli indicatori possono essere anche aggregati e valutati in base alla loro correlazione con i Sustainable Development Goal (SDG) per rappresentare quanto il progetto è coerente con le diverse facce della sostenibilità economica, sociale e ambientale di Agenda2030.

Gli indicatori sono collegati ad alcuni punti del Manifesto per la sostenibilità digitale della comunicazione, permettendo una valutazione operativa e rigorosa della sostenibilità nei diversi ambiti.

7.2 INCLUSIONE E ACCESSIBILITÀ UNIVERSALE

L'Inclusione e l'Accessibilità universale rappresentano un pilastro fondamentale della sostenibilità digitale nella comunicazione, volto a superare ogni forma di esclusione o barriera che possa impedire a persone con disabilità, appartenenti a minoranze culturali o sociali, o con competenze digitali limitate di accedere pienamente ai servizi comunicativi.² Il Manifesto sottolinea come la comunicazione digitale debba essere progettata secondo criteri di adattabilità, portabilità e usabilità, che permettano l'accesso universale senza discriminazioni.

Gli 8 indicatori associati a quest'area, come la verifica dell'adattabilità degli applicativi o la garanzia di spazi di lavoro accessibili, sono cruciali perché permettono di misurare e migliorare la capacità del sistema comunicativo di raggiungere e servire tutti gli utenti, riducendo il digital divide e favorendo l'equità digitale.

SDG collegati: 3, 8, 10 e 11.

Prospetto 5 - Indicatori relativi all'inclusione e all'accessibilità universale

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
1.1	Riduzione delle barriere digitali	Viene verificata la adattabilità e scalabilità degli applicativi su dispositivi e reti di bassa fascia?	Garantire la portabilità su reti e dispositivi low-cost, non aggiornati o obsoleti riduce l'esclusione delle fasce di popolazione che non dispongono di tecnologie e infrastrutture avanzate

² In coerenza con uno dei principi centrali della UNI/PdR 164:2024, cioè che **una comunicazione sostenibile è una comunicazione accessibile a tutti, equa e progettata per non escludere nessuno**, né per limiti fisici né culturali o digitali.

1.2	Affaticamento cognitivo	I contenuti sono realizzati minimizzando il carico cognitivo?	Garantisce la tutela del benessere psicologico degli utenti attraverso interfacce intuitive e prive di disturbi con interazioni semplici che limitano lo sforzo mentale necessario, le azioni e le decisioni
1.3	Diversità e inclusione lavorativa	Sono adottate politiche volte alla inclusione sociale e lavorativa?	Mettere la diversità e l'inclusione al centro delle attività di selezione e organizzazione dei gruppi di lavoro garantisce che tutti abbiano pari opportunità di esprimere il proprio potenziale
1.4	Barriere di accesso per i diversamente abili	È garantita la fruibilità di spazi e strumenti di lavoro per le persone con disabilità?	Mettere a disposizione dei lavoratori con disabilità la strumentazione hardware e software e la tecnologia assistiva, adeguata alla specifica disabilità, favorisce l'inclusività delle persone e le abilita a lavorare efficacemente
1.5	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi	Quanto sono conformi i siti web, le applicazioni, i documenti o le tecnologie ai requisiti di accessibilità?	Garantisce che i servizi e i prodotti digitali siano disponibili per qualsiasi dispositivo in modo da garantire la fruizione da parte di qualunque utente
1.6	Usabilità delle applicazioni	È prevista la valutazione del livello di qualità e usabilità dei servizi rispetto ai fabbisogni dei destinatari?	Garantisce che il software sviluppato sia effettivamente fruibile dall'utente a cui è destinato.
1.7	Rappresentazione della diversità	I contenuti, il tono e il linguaggio sono specchio delle diverse etnie, culture, lingue, religioni e provenienza?	Una rappresentazione equilibrata e diversificata delle diversità nei testi e nelle immagini, con un linguaggio senza stereotipi, facilita l'inclusione
1.8	Attenzione alle diversità locali	I contenuti sono realizzati anche per rispondere alle esigenze delle comunità vulnerabili e ai contesti locali?	Dare voce alle minoranze culturali e linguistiche di un territorio facilita la creazione di smart communities

7.3 BENESSERE E QUALITÀ DELLE CONDIZIONI DI LAVORO:

Questa area affronta le condizioni lavorative di chi produce, gestisce e sviluppa contenuti digitali. Il benessere lavorativo è imprescindibile per una comunicazione sostenibile, che deve garantire salari equi, pari opportunità, sicurezza sul lavoro e un ambiente professionale sano e stimolante.

Il Manifesto rimarca l'importanza di condizioni lavorative dignitose e di tutela del benessere psicofisico dei lavoratori, condizioni raggiungibili ad esempio con la presenza di politiche strutturate di welfare aziendale che coprano salute, assistenza, formazione continua e conciliazione vita-lavoro.

I 9 indicatori in questa area consentono di monitorare le politiche attuate e valutare il loro impatto sulla sostenibilità sociale del settore comunicativo, garantendo che le organizzazioni non solo rispettino i diritti dei lavoratori ma li promuovano attivamente.

SDG collegati: 1, 3, 4, 5 e 8.

Prospetto 6 - Indicatori relativi al benessere e alle condizioni di lavoro

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
2.1	Politiche per il lavoro sostenibile	Sono adottate e applicate politiche sui diritti dei lavoratori e sul lavoro giovanile?	La garanzia estesa a tutti i lavoratori dei diritti di base, di una remunerazione adeguata e di condizioni di salute e sicurezza sul posto di lavoro è una condizione primaria di sostenibilità
2.2	Welfare aziendale	L'organizzazione promuove iniziative di welfare in favore dei lavoratori?	Iniziative di welfare aziendale migliorano il grado di benessere delle lavoratrici e dei lavoratori e favoriscono la conciliazione tra vita privata e professionale
2.3	Copertura sanitaria	Si prevede una copertura sanitaria integrativa per i lavoratori?	L'assicurazione sanitaria aziendale permette di beneficiare di una protezione assicurativa per coprire le spese mediche che non sono coperte dal sistema pubblico e accorciare i tempi di attesa nelle strutture sanitarie
2.4	Continuità di formazione e aggiornamento	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici?	Aggiornare le abilità e le conoscenze rende le performance lavorative più efficienti, coscienti e produttive allineando le competenze di tutti e creando maggiore condivisione e scambio
2.5	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici sulla sostenibilità digitale?	La formazione crea consapevolezza rispetto ai principi di sostenibilità digitale e permette di adottare le migliori pratiche al momento conosciute
2.6	Parità di genere, in tutti i ruoli	Sono previste politiche per garantire la parità di genere nell'ambito della struttura organizzativa?	Considerare l'importanza della presenza di donne, anche in ruoli di responsabilità, nei gruppi di progetto accresce la diversità di pensiero e la capacità di creare innovazione
2.7	Parità salariale di genere	Il rapporto tra lo stipendio delle donne e quello degli uomini è equilibrato?	Il principio di uguaglianza retributiva permette alle donne di accedere a posizioni più alte e remunerative
2.8	Condizioni di lavoro dignitose	Il livello retributivo degli sviluppatori e degli altri esperti è adeguato rispetto alla forma e al luogo di erogazione della prestazione?	Assicurare stabilità, sicurezza e un buon tenore di vita al team di progetto anche in condizioni di lavoro agile o dal vivere in paesi con un diverso reddito pro capite
2.9	Equilibrio vita lavoro	C'è equilibrio tra lavoro e vita privata e si rispetta il diritto alla disconnessione?	Mantenere l'equilibrio tra lavoro e vita privata, anche limitando il ricorso a prestazioni di lavoro non programmate, aiuta a ridurre lo stress e a prevenire il burnout sul posto di lavoro.

7.4 AMBITO BENESSERE DIGITALE E USO CONSAPEVOLE:

Questa area riguarda la promozione di un utilizzo responsabile e sano delle tecnologie digitali da parte degli utenti, al fine di prevenire fenomeni di dipendenza, isolamento sociale e sovraccarico cognitivo. Il Manifesto evidenzia la necessità di implementare funzioni e politiche che tutelino il benessere digitale, come limiti temporali di connessione, notifiche calibrate e interfacce progettate per ridurre lo stress, con l'obiettivo di limitare o prevenire situazioni di isolamento sociale.

I 4 indicatori associati forniscono strumenti per valutare quanto i servizi digitali promuovano un uso equilibrato e responsabile, favorendo un ecosistema digitale più sano e sostenibile.

SDG collegati: 3, 9 e 10.

Prospetto 7 - Indicatori relativi al benessere digitale e all'uso consapevole

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
3.1	Responsabilità sociale	I contenuti sono realizzati nel rispetto per la salute degli utenti?	Garantisce il rispetto degli utenti attraverso contenuti che non inducono a comportamenti dannosi per la salute
3.2	Benessere digitale degli utenti	Le applicazioni sviluppate prevedono funzioni per la salvaguardia del benessere digitale degli utenti?	Promuove l'implementazione di funzionalità a tutela del benessere digitale degli utenti, compatibilmente con le specifiche del software
3.3	Moderazione delle interazioni	Commenti e interazioni sono moderati per prevenire un uso inappropriato?	Contiene l'impatto sociale causato da Cyberbullismo e Hate speech
3.4	Comunicazione equilibrata e positiva	La comunicazione è realizzata evitando messaggi divisivi e linguaggi aggressivi?	Garantisce la tutela degli utenti e, in particolare, dei minori attraverso contenuti e linguaggi equilibrati, trasparenti e veritieri

7.5 AMBITO DIVERSITÀ ED IMPATTO CULTURALE E SOCIALE POSITIVO:

La comunicazione digitale sostenibile deve valorizzare la diversità culturale, sociale e di genere, contribuendo a costruire società più inclusive e rispettose delle differenze. Il Manifesto si riferisce alla presenza di politiche di comunicazione che evitino stereotipi, bias e forme di discriminazione, e che promuovano un linguaggio neutro e rispettoso della maturità dei destinatari.

I 4 indicatori in questa area consentono di misurare l'efficacia di tali politiche, assicurando che la comunicazione digitale abbia un impatto culturale positivo e contribuisca alla coesione sociale.

SDG associati: 5.

Prospetto 8 - Indicatori relativi alla diversità ed all'impatto culturale e sociale positivo

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
4.1	Impatto sulla discriminazione di genere	I contenuti sono realizzati considerando gli aspetti sociali e culturali sensibili?	Escludere contenuti che normalizzano pregiudizi o violenze o molestie collegate all'identità di genere è fondamentale per garantire correttezza nella comunicazione
4.2	Stereotipi, linguaggio e tono	I contenuti rispettano la maturità e la capacità di giudizio dei destinatari?	Evitare nella comunicazione linguaggi e toni paternalistici o infantilizzanti che stigmatizzano stili di vita tradizionali o discriminatori o subalterni aumenta l'inclusione
4.3	Stereotipi di genere	Le applicazioni, i contenuti e i dati sono privi di elementi e paradigmi discriminatori?	Si deve avere cura che il software, in particolare gli algoritmi e i dati che alimentano i sistemi di intelligenza artificiale, non possiedano bias ed elementi discriminatori o polarizzanti di genere
4.4	Neutralità del design e del linguaggio	L'applicazione si rivolge all'utente con un design e un linguaggio corretto?	L'interfaccia del software si rivolge all'utente usando il genere corretto o interfacce o colori che non implicano pregiudizi di genere

7.6 AMBITO ETICA, RESPONSABILITÀ E TRASPARENZA

La sostenibilità digitale nella comunicazione richiede il rispetto di principi etici rigorosi, responsabilità nella gestione dei dati e trasparenza nei processi decisionali. Il Manifesto evidenzia l'importanza di contrastare la manipolazione delle informazioni e la relativa disinformazione, assicurando quindi che i contenuti siano prodotti e distribuiti in modo trasparente e responsabile.

I 10 indicatori relativi a questa area permettono di verificare il rispetto di queste normative e prassi, contribuendo a costruire la fiducia degli utenti e la legittimità delle comunicazioni digitali.

SDG collegati: 9, 10 e 11.

Prospetto 9 - Indicatori relativi all'etica, alla responsabilità e alla trasparenza

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
5.1	Responsabilità nella creazione e distribuzione digitale	I contenuti sono creati e distribuiti in modo da rispettare i diritti degli utenti?	Garantisce che i contenuti siano trasparenti, corretti, rimovibili e monitorati nel pieno rispetto degli utenti, facilitando la segnalazione di messaggi inappropriati
5.2	Responsabilità nella comunicazione commerciale	I contenuti sono realizzati in modo da non generare pratiche commerciali sleali?	Garantisce che i contenuti siano privi di informazioni manipolative o ingannevoli sulle condizioni commerciali, in particolare sui temi legati alla sostenibilità

5.3	Trasparenza dei dati	I contenuti sono pubblicati in modo trasparente?	Completare i contenuti con le fonti di riferimento (compresa AI), le citazioni, le date di pubblicazione o aggiornamento aumenta la trasparenza dell'informazione
5.4	Resilienza, durabilità e scalabilità dei contenuti	I contenuti sono realizzati considerando la loro durata nel tempo?	Gestire il ciclo di vita dei contenuti per rimuovere o aggiornare, anche in modo modulare, quelli non più rilevanti contiene l'impatto economico, sociale e ambientale
5.5	Protezione dei dati personali	Sono adottate misure a garantire la protezione dei dati personali?	Garantisce che i dati personali degli utenti siano trattati e protetti rispettando il regolamento europeo GDPR, in particolare, applicando i principi del privacy by design ai dati e alle applicazioni
5.6	Controllo degli accessi	Sono previste forme di verifica della idoneità degli utenti all'accesso a contenuti e servizi?	Serve a garantire che i contenuti e i servizi siano fruiti da utilizzatori qualificati, sia per la sicurezza dei dati e la confidenzialità delle informazioni che per proteggere le fasce di popolazione non adulta o appartenente a categorie sensibili.
5.7	Manipolazione dei comportamenti	I contenuti sono realizzati in modo che le scelte degli utenti siano veramente libere?	Garantisce la tutela del benessere psicologico degli utenti attraverso strategie comunicative prive di forme di manipolazione
5.8	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto	I servizi digitali sviluppati utilizzano dati o applicazioni disponibili in formato aperto?	I contenuti aperti, i dati aperti e il software open source sono un bene comune e il loro riuso nello sviluppo di nuovi servizi li valorizza
5.9	Impatto della comunicazione digitale sulla sostenibilità	La comunicazione digitale realizzata genera un impatto positivo sulla sostenibilità sociale, economica o ambientale?	La comunicazione, se svolta con canali e modalità digitali, può generare impatti positivi sulla sostenibilità che devono essere rilevati e valutati.
5.10	Livello di sostituzione della comunicazione tradizionale	La comunicazione tradizionale viene sostituita dalla comunicazione digitale quando possibile in modo da migliorare l'impatto in termini di sostenibilità?	Verificare e confrontare gli impatti esterni della comunicazione in modalità tradizionale e digitale permette di individuare le modalità maggiormente sostenibili oltre che fornire informazioni operative sui benefici ottenuti.

7.7 AMBITO SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E RIDUZIONE DELL'IMPATTO

La sostenibilità digitale deve necessariamente integrare le valutazioni sull'impatto ambientale generato dalla produzione dei contenuti digitali della comunicazione.

Il Manifesto sottolinea l'importanza di un controllo accurato del processo di produzione dei contenuti, oltre che delle infrastrutture IT, così come di una gestione responsabile delle risorse digitali.

Gli indicatori di questa area permettono alle organizzazioni di monitorare e migliorare il proprio impatto ambientale, contribuendo a una comunicazione digitale che sia non solo socialmente e culturalmente responsabile, ma anche ecologicamente sostenibile.

SDG associati: 12,13.

Prospetto 10 - Indicatori relativi alla sostenibilità ambientale e riduzione dell'impatto

N	KPI	DOMANDA	PERCHÉ È IMPORTANTE
6.1	Strategia delle 5R	Sono state adottate politiche di riduzione, riuso, riciclo, raccolta e recupero degli apparati IT?	Adottare meccanismi di raccolta e riutilizzo delle infrastrutture, anche attraverso programmi dedicati riduce l'impatto sui rifiuti speciali
6.2	Ottimizzazione delle risorse	I contenuti sono realizzati riducendo lo spreco di risorse?	Contiene l'impatto ambientale causato dallo spreco di carta e risorse digitali
6.3	Sprechi digitali	I contenuti sono realizzati ottimizzando il traffico dei dati?	Riduce l'impatto ambientale causato dalle dimensioni e dalla frequenza dei contenuti distribuiti
6.4	Sostenibilità ambientale dei materiali	Esiste un monitoraggio della filiera di approvvigionamento dei materiali che verifica il rispetto ambientale?	Il rispetto di requisiti più severi sul riciclo dei materiali, la durabilità dei prodotti, il ritiro dei rifiuti elettronici promuove prodotti più sostenibili e riduce l'impatto ambientale
6.5	Comunicazione dell'impatto ambientale	Si calcola e comunica l'impronta carbonica dei prodotti della comunicazione?	La corretta e trasparente comunicazione della produzione di CO2 associata ai prodotti editoriali digitali e cartacei contribuisce a ridurre l'impatto ambientale

8 GLI INDICATORI E I CRITERI DI MISURAZIONE

Ogni indicatore è caratterizzato dalla necessità di avere un riferimento, una norma o un documento interno, che specifica cosa sia necessario fare per rispondere in modo positivo alla domanda che sta alla base dell'oggetto da misurare e valutare.

Ad esempio, il KPI relativo alle politiche per il lavoro sostenibile suggerisce di applicare, nell'organizzazione o nel fornitore di un certo prodotto o servizio, lo standard SA8000 o, in alternativa, l'ISO 26000 lasciando una certa libertà di scelta. Quello che si deve fare rispetto alla norma individuata è valutare a quale livello di maturità dei processi la norma è applicata. Non è obbligatorio essere certificati SA8000 (ISO 26000 non prevede la certificazione), ma è obbligatorio per essere certificati misurare e valutare in modo adeguato quel fenomeno secondo le indicazioni previste.

Per rendere meno soggettiva la valutazione questa Prassi di Riferimento adotta una scala di misurazione da 1 a 5 che si ispira al Capability Maturity Model (CMM). Il CMM, creato nel 1991 dal Software Engineering Institute (SEI), è modello di maturità dei processi sviluppato per aiutare le organizzazioni a valutare e migliorare la qualità dei propri processi, in particolare nel campo dello sviluppo software e dell'ingegneria del software.

I cinque livelli di maturità di un'organizzazione vanno da un livello 1 assente e non governato a un livello 5 ottimizzato e orientato al miglioramento continuo.

Prospetto 11 – Livelli di misurazione degli indicatori

VALORE		INDICATORE
5	Ottimizzato	Politiche e standard sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo
4	Gestito	Politiche e standard sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti
3	Definito	Politiche e standard sono applicati per misurare i risultati raggiunti
2	Iniziale	Politiche e standard sono considerati senza misurare i risultati
1	Assente	Non si applicano politiche e standard

In sintesi:

- ai primi due livelli (1 e 2), in assenza di criteri e azioni di misurazione dei risultati, l'attenzione all'indicatore è inadeguata.
- a partire dal terzo livello (3, 4 e 5), essendo stati individuati o definiti criteri che danno luogo a misurazioni e controlli sempre più strutturati, l'attenzione all'indicatore è adeguata.

Per una parte degli indicatori sono stati individuati specifici riferimenti a norme e standard che si dovrebbero applicare o che, comunque, possono fornire metodologie e strumenti di valutazione conosciuti e condivisi anche all'esterno dell'organizzazione.

In assenza di riferimenti esterni deve essere l'organizzazione a dotarsi di regole da seguire. Queste possono essere documenti riguardanti politiche e strategie o la definizione di specifiche e standard che tutta l'organizzazione deve condividere e applicare.

Alcune di queste norme esterne o documenti interni possono, a loro volta, prevedere KPI specifici per misurare il livello di adeguatezza.

Quello che conta, per gli indicatori di questa Prassi di Riferimento, non è tanto il livello raggiunto da questi indicatori specifici, quanto il fatto che sono applicati in modo più o meno sistematico e che la loro valutazione dia luogo ad azioni di controllo, monitoraggio e miglioramento.

In termini pratici per la certificazione di questa prassi si richiede che per tutti i KPI si adotti il criterio di valutazione della maturità dei processi, raggiungendo almeno il livello 3 che rileva l'applicazione delle norme o delle politiche richieste.

8.1 CRITERI DI MISURAZIONE RIFERITI A NORME

Il richiamo a norme tecniche e giuridiche conosciute facilita l'adozione della prassi nelle organizzazioni che hanno già fatto investimenti per migliorare i processi interni applicandole. Inoltre, rende anche più facile, nei processi di procurement, il trasferimento dei requisiti di sostenibilità ai fornitori che concorrono alla realizzazione delle iniziative di comunicazione digitale.

Per 17 indicatori la Prassi prevede criteri di valutazione che richiamano norme tecniche internazionali (ISO, UNI, EN...) o norme europee (regolamenti, direttive...). Alcune norme possono riguardare anche più di un indicatore e, in alcuni casi, norme diverse sono tra loro correlate.

Tra i primi indicatori, la riduzione delle barriere digitali (indicatore 1.1 SDG1) rileva la capacità di ridurre l'esclusione delle fasce di popolazione che non dispongono di tecnologie e infrastrutture avanzate attraverso la portabilità su reti e dispositivi low-cost, non aggiornati o obsoleti. La norma UNI CEI ISO/IEC 25010:2024 fornisce un modello esaustivo per valutare la qualità del software. Due dei suoi criteri (adaptability e installability) sono utili per valutare la scalabilità degli applicativi sulle tecnologie meno avanzate e, quindi promuovere l'accesso equo e universale alle tecnologie digitali.

Prospetto 12 - Indicatori relativi alla UNI CEI ISO/IEC 25010:2024

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
1.1	Riduzione delle barriere digitali	Viene verificata la adattabilità e scalabilità degli applicativi su dispositivi e reti di bassa fascia?	Applicazione dei criteri di portabilità (in particolare adaptability e installability) della norma UNI CEI ISO/IEC 25010:2024 che fornisce un modello esaustivo per valutare la qualità del software

Per assicurare il benessere globale nelle organizzazioni che sono coinvolte nei progetti di comunicazione digitale non devono essere effettuate pratiche che ledono i diritti fondamentali dei lavoratori (indicatore 2.1 SDG1) o forme di discriminazione nei confronti delle categorie di lavoratori più deboli (indicatore 1.3 SDG8).

L'inclusione e il rispetto dei diritti dei lavoratori hanno due norme di riferimento la SA 8000 e la UNI EN ISO 26000:2020. La SA8000 è una norma certificabile, aspetto importante per garantire l'adeguatezza per questi indicatori da parte di eventuali fornitori di servizi o prodotti. La norma UNI EN ISO 26000:2020 non è certificabile ma contiene indicazioni altrettanto significative.

Prospetto 13 – Indicatori relativi alla SA8000:2014 e dalla UNI EN ISO 26000:2020

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
2.1	Politiche per il lavoro sostenibile	Sono adottate e applicate politiche sui diritti dei lavoratori e sul lavoro giovanile?	Applicazione dello standard SA8000 (Social Accountability 8000) o delle raccomandazioni UNI EN ISO 26000:2020 per garantire pratiche di lavoro etiche e responsabili lungo tutta la catena di approvvigionamento
1.3	Diversità e inclusione lavorativa	Sono adottate politiche volte alla inclusione sociale e lavorativa?	Adozione dei principi di 'Non discriminazione' dello standard SA8000 per certificare l'assenza di ogni forma di discriminazione di razza, etnia, genere, religione, età lungo tutta la catena di approvvigionamento

La norma UNI EN ISO 9241-210:2019 (metodologie di progettazione delle interfacce basate sulla User Experience) è un riferimento fondamentale per quanto riguarda l'usabilità dei servizi e dei prodotti digitali.

Viene utilizzata come linea guida per il contenimento del carico cognitivo (indicatore 1.2 SDG 3) e per la fruibilità dei contenuti (indicatore 1.6 SDG 10).

Prospetto 14 – Indicatori relativi alla UNI EN ISO 9241-210:2019

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
1.2	Affaticamento cognitivo	I contenuti sono realizzati minimizzando il carico cognitivo?	Adozione di regole e standard per la verifica dell'usabilità delle applicazioni, come la norma UNI EN ISO 9241-210:2019 (metodologie di progettazione delle interfacce basate sulla User Experience)
1.6	Usabilità delle applicazioni	È prevista la valutazione del livello di qualità e usabilità dei servizi rispetto ai fabbisogni dei destinatari?	Adozione di regole e standard per la verifica dell'usabilità delle applicazioni, come la norma UNI EN ISO 9241-210:2019 (metodologie di progettazione basate sulla User Experience, test di usabilità, feedback da parte degli utenti riguardo...)

Utilizzare tecnologie digitali accessibili è fondamentale per ridurre le disuguaglianze economiche e sociali e garantire l'inclusione attraverso l'accesso alle informazioni e alla conoscenza, la partecipazione e l'accesso a servizi pubblici.

La comunicazione digitale può essere un supporto all'inclusione se viene pianificata e realizzata tenendo conto delle esigenze e delle capacità dei cittadini con diverse abilità.

La UNI EN 301549:2021 riguarda la conformità ai requisiti di accessibilità per i prodotti e servizi ICT. In particolare, richiama, e in qualche modo include, le linee guida Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1) standard internazionale per l'accessibilità dei siti web.

Questa norma è utile per valutare la fruibilità degli spazi e degli strumenti di lavoro (indicatore 1.4.SDG 8) e l'accessibilità dei servizi e dei dispositivi (indicatore 1.5 SDG 10).

Prospetto 15 – Indicatori relativi alla UNI CEI 301549:2021

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
1.4	Barriere di accesso per i diversamente abili	È garantita la fruibilità di spazi e strumenti di lavoro per le persone con disabilità?	Applicazione della norma UNI CEI 301549:2021 sulla conformità ai requisiti di accessibilità per i prodotti e servizi ICT
1.5	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi	Quanto sono conformi i siti web, le applicazioni, i documenti o le tecnologie ai requisiti di accessibilità?	Applicazione della norma UNI EN 301549:2021 con particolare attenzione ai punti che richiamano le linee guida Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1) rispetto a qualunque prodotto o servizio digitale (hardware, software, contenuti)

La Prassi di Riferimento UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere definisce le linee guida per implementare un sistema di gestione della parità di genere all'interno di organizzazioni pubbliche e private. Anche la PdR 125 prevede la certificazione, auspicabile ma non obbligatoria.

Questa Prassi prevede una serie di KPI per valutare progressi e risultati relativi alle politiche di genere e, nel nostro caso specifico, gli indicatori 2.6 e 2.7, entrambi legati al SDG 5.

Prospetto 16 – Indicatori relativi alla UNI/PdR 125:2022

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
2.6	Parità di genere, in tutti i ruoli	Sono previste politiche per garantire la parità di genere nell'ambito della struttura organizzativa?	Applicazione delle Linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022, che prevede l'adozione di specifici KPI nelle organizzazioni
2.7	Parità salariale di genere	Il rapporto tra lo stipendio delle donne e quello degli uomini è equilibrato?	Rilevazione dei tre KPI di equità remunerativa previsti dalle Linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022

Una norma fondamentale per la sostenibilità della comunicazione digitale è il regolamento europeo UE 2022/2065 conosciuto anche come Digital Service Act (DSA) che ha l'obiettivo creare uno spazio digitale più sicuro, trasparente e responsabile.

Si deve garantire una maggiore trasparenza, sicurezza e responsabilità delle piattaforme digitali, contrastando contenuti illegali, disinformazione e rischi per gli utenti, in particolare i minori, migliorando i meccanismi di segnalazione e moderazione dei contenuti.

Il DSA impone maggiore trasparenza e responsabilità alle piattaforme digitali (indicatore 5.1 SDG 9), incluse misure contro la disinformazione e i contenuti illegali, favorendo un ambiente più inclusivo.

Il DSA ha un ruolo significativo anche per altri aspetti e indicatori di questa Prassi. In particolare, per quanto riguarda la trasparenza algoritmica e pubblicitaria e la protezione dei diritti fondamentali degli utenti, in particolare i minori.

Si può dire che contribuisce a una sostenibilità digitale sistemica, soprattutto in senso sociale ed etico. La Direttiva 2005/29, Direttiva sulle pratiche commerciali sleali, pur avendo ambiti di applicazione più tradizionali e meccanismi giuridici diversi, è complementare quando si parla di tutela del consumatore e responsabilità nella comunicazione commerciale (indicatore 5.2 SDG 9). Fa parte della legislazione europea sulla tutela del consumatore.

Quando si gestiscono transazioni on line, pubblicità, vendite e marketing si deve promuovere un mercato equo e trasparente evitando pratiche ingannevoli o aggressive verso i consumatori proteggendoli da truffe e informazioni false.

**Prospetto 17 – Indicatori relativi al Regolamento UE 2022/2065,
dalla Direttiva UE 2005/29 e dalle Linee Guida 3/2022 EDPB**

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.1	Responsabilità nella creazione e distribuzione digitale	I contenuti sono creati e distribuiti in modo da rispettare i diritti degli utenti?	Applicazione della Regolamento UE 2022/2065, Digital Service Act (DSA) su trasparenza commerciale, identificabilità, rimozione dei contenuti, pubblicità occulta, minori
5.2	Responsabilità nella comunicazione commerciale	I contenuti sono realizzati in modo da non generare pratiche commerciali sleali?	Applicazione della Direttiva UE 2005/29, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno, in particolare riguardo alle azioni e omissioni ingannevoli e all'indebito condizionamento
5.7	Manipolazione dei comportamenti	I contenuti sono realizzati in modo che le scelte degli utenti siano veramente libere?	Adozione delle Linee Guida 3/2022 del Comitato Europeo per la Protezione dei Dati (EDPB) su dark pattern e su condizionamenti che inducono scelte involontarie

Se un utente è esposto a una pratica manipolativa (indicatore 5.7 SDG 9) può esserci violazione di entrambe le normative. In questo particolare caso sono disponibili le più recenti Linee Guida 3/2022 dell'EDPB che intervengono in modo molto concreto sui dark pattern, in particolare quelli usati nelle interfacce dei social media, con l'obiettivo di proteggerne gli utenti limitando fenomeni di manipolazione nella gestione del consenso e dei dati personali.

La privacy dei dati dei cittadini è fondamentale per garantire la sicurezza, la protezione dei diritti personali e la libertà di espressione.

In generale sulla protezione dei dati personali (indicatore 5.5 SDG 10) si deve rispondere al regolamento UE 2016/679, Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR). Una comunicazione che rispetta il GDPR è più sostenibile sotto il profilo sociale.

Prospetto 18 – Indicatori relativi al Regolamento UE 2016/679

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.5	Protezione dei dati personali	Sono adottate misure a garantire la protezione dei dati personali?	Applicazione del regolamento UE 2016/679, Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), in particolare adottando i principi del privacy by design nella progettazione delle basi di dati e delle applicazioni

I sistemi di AI generativi sono un supporto potente per chi si occupa di comunicazione e possono anche essere usati per fornire servizi agli utenti. Si rende necessario governare il loro utilizzo attraverso una chiara distinzione tra usi corrette e ambiti di applicazione, per i dipendenti, i collaboratori e i fornitori, per limitare i rischi di pratiche non ammissibili.

Dovendo adottare strategie e regole per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa e per il controllo delle responsabilità e dei rischi (indicatore 5.6 SDG 10) è inevitabile considerare e interpretare le norme armonizzate sull'intelligenza artificiale del regolamento (UE) 2024/1689 (AI Act).

Prospetto 19 – Indicatori relativi al Regolamento UE 2024/1689

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.6	Controllo degli accessi ai sistemi di IA	Sono previste forme di verifica della idoneità degli utenti all'accesso ai sistemi di intelligenza artificiale?	Adozione di strategie e regole per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa e per il controllo delle responsabilità e dei rischi connessi alle norme armonizzate sull'intelligenza artificiale del regolamento (UE) 2024/1689 (AI Act)

Un campo particolare, relativo agli apparati e alle tecnologie utilizzate per supportare le attività di comunicazione digitale (dispositivi, totem...), riguarda la loro sostenibilità ambientale.

Si deve monitorare e ridurre l'impatto ambientale delle risorse e dei materiali utilizzati, con una particolare attenzione alle emissioni di anidride carbonica.

I progetti di comunicazione digitale dovrebbero seguire politiche che promuovano l'adozione di tecnologie sostenibili e un utilizzo ottimale delle risorse naturali, come l'acqua, per ridurre la propria impronta ambientale.

Per esempio, scegliendo prodotti e dispositivi elettronici prodotti con materiali riciclati, per ridurre la quantità di rifiuti solidi prodotti, inclusi rifiuti elettronici (e-waste). E anche adottando meccanismi di miglioramento continuo rilevando in tempo reale le emissioni carboniche e ottimizzano i modelli di funzionamento.

In tal senso è di particolare utilità la serie di norme tecniche UNI EN 4555X pensate per misurare la circolarità e la sostenibilità dei prodotti, in particolare la UNI CEI EN 45556:2022 copre la misurazione del riutilizzo (indicatore 6.1 SDG 12).

Il Regolamento europeo 2024/1781, a sua volta, incoraggia l'uso di tali norme come strumenti tecnici e prevede il passaporto digitale del prodotto (DPP), che deve comunicare informazioni di sostenibilità (durata, riciclabilità, contenuto dei materiali...) e sull'impiego di sostanze pericolose (indicatore 6.4 SDG13).

Infine, la UNI EN ISO 14067:2018 fornisce specifiche su come calcolare e comunicare l'impronta di

carbonio di un prodotto (indicatore 6.5 SDG 13). La comunicazione del Carbon Footprint of Product (CFP) può riguardare sia il DPP, sia claim ambientali (carbon neutral, ridotto impatto...) di specifici prodotti (QR code, etichette smart, blockchain...), sia le comunicazioni più generali nei rapporti ESG.

Prospetto 20 – Indicatori relativi alla serie di norme UNI EN 4555X, Regolamento UE 2024/1781 e UNI EN ISO 14067:2018

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
6.1	Strategia delle 5R	Sono state adottate politiche di riduzione, riuso, riciclo, raccolta e recupero degli apparati IT?	Applicazione della norma UNI CEI EN 45556:2022 (assessment of the proportion of re-used components in energy-related products) con l'eventuale sostegno di programmi di riduzione dell'e-waste come "Take IT Back"
6.4	Sostenibilità ambientale dei materiali	Esiste un monitoraggio della filiera di approvvigionamento dei materiali che verifica il rispetto ambientale?	Applicazione del regolamento UE 2024/1781 Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) con l'adozione del Digital Product Passport lungo tutta la catena di approvvigionamento
6.5	Comunicazione dell'impatto ambientale	Si calcola e comunica l'impronta carbonica dei prodotti della comunicazione?	Adozione della norma UNI EN ISO 14067:2018 per le comunicazioni e dichiarazioni sull'impatto ambientale applicata ai prodotti della comunicazione digitale

8.2 CRITERI DI MISURAZIONE RIFERITI A POLITICHE

Per 23 indicatori la Prassi non prevede criteri di valutazione già definiti, ma richiede a ogni organizzazione la definizione di proprie regole. Regolare il processo di valutazione di un indicatore è sicuramente un impegno iniziale oneroso. Ha, però, il vantaggio che, a differenza di una norma tecnica che deve essere acquisita o un regolamento che deve essere rispettato, è più vicina e coerente con gli strumenti e i metodi di lavoro di ogni singola organizzazione.

L'adozione della prassi, in questi casi richiede la redazione di documenti che rappresentino le policy che tutta l'organizzazione deve conoscere e applicare. Probabilmente alcune politiche potrebbero essere già presenti o ci potrebbero essere pratiche non formalizzate già condivise. In alternativa, si potrebbero adottare e adattare documenti provenienti da altre organizzazioni. Oppure si potrebbero realizzare, in modo collaborativo con associazioni o altri soggetti, framework condivisi.

Quando lo si ritenesse funzionale ai propri modelli organizzativi, alcuni documenti di politiche o programmazione o standard di diversi indicatori potrebbero essere aggregati. Per facilitare anche la lettura, di seguito si propongono delle associazioni naturali tra KPI affini.

Un primo documento utile riguarda le politiche che l'organizzazione definisce riguardo al tema della diversità nella comunicazione digitale che dovrebbe considerare almeno due aspetti:

- rappresentare equamente persone di diverse etnie, generi, culture, lingue, religioni, provenienza sociale o geografica (indicatore 1.7 SDG 10);
- adattarsi ai background socioeconomici e ai contesti culturali e linguistici locali e regionali (indicatore 1.8 SDG 11).

Prospetto 21 – Indicatori relativi alle politiche per la diversità

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
1.7	Rappresentazione della diversità	I contenuti, il tono e il linguaggio sono specchio delle diverse etnie, culture, lingue, religioni e provenienza?	Adozione di politiche e regole per una comunicazione inclusiva che rappresenta equamente persone di diverse etnie, generi, culture, lingue, religioni, provenienza sociale o geografica
1.8	Attenzione alle diversità locali	I contenuti sono realizzati anche per rispondere alle esigenze delle comunità vulnerabili e ai contesti locali?	Adozione di politiche e regole per una comunicazione che si adatta ai background socioeconomici e ai contesti culturali e linguistici locali e regionali

Un secondo documento utile riguarda le politiche che l'organizzazione definisce riguardo al tema del benessere dei lavoratori. Adeguate politiche di welfare aziendale devono garantire una tutela effettiva di tutti i lavoratori e le lavoratrici. Si tratta un aspetto che non riguarda solo chi lavora nella comunicazione digitale; infatti, i due indicatori che ricadono in questo ambito sono di livello organizzativo.

Si devono definire politiche aziendali per mettere a disposizione dei lavoratori servizi di welfare (indicatore 2.2 SDG 3):

- salute e benessere (assicurazione sanitaria, programmi benessere, attività fisiche);
- supporto alla famiglia (congedo parentale, asili nido, assistenza anziani);
- mobilità (abbonamento mezzi pubblici, navetta, flessibilità orario);
- qualità della vita (servizi mensa, buoni pasto, attività ricreative).

Si devono definire politiche aziendali a favore di una migliore assistenza sanitaria dei lavoratori (indicatore 2.3SDG 3):

- rafforzamento della copertura sanitaria di base;
- copertura trattamenti specialistici;
- infortuni (lavoro ed extra lavoro);
- salute mentale.

Prospetto 22 – Indicatori relativi alle politiche per il benessere dei lavoratori

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
2.2	Welfare aziendale	L'organizzazione promuove iniziative di welfare in favore dei lavoratori?	Adozione di politiche di welfare per i dipendenti nei diversi ambiti: salute e benessere, supporto alla famiglia, mobilità, qualità della vita
2.3	Copertura sanitaria	Si prevede una copertura sanitaria integrativa per i lavoratori?	Adozione di politiche a favore di una migliore assistenza sanitaria dei lavoratori con diverse forme di intervento

Il tema della formazione spesso è definito all'interno di programmi annuali o pluriennali per lo sviluppo delle competenze delle risorse umane. Rispetto alla sostenibilità della comunicazione digitale è significativo poter rilevare la presenza e il grado di sistematicità delle iniziative e opportunità formative coerenti con le esigenze di chi opera in questo campo (indicatore 2.4 SDG 4) e delle azioni a favore di una maggiore consapevolezza sui temi della sostenibilità (indicatore 2.5 SDG 4).

Più precisamente si dovrebbero monitorare e valutare i risultati di programmi specifici dedicati a:

- promuovere l'educazione digitale e la formazione per garantire competenze sulle tecnologie e le applicazioni utili alla comunicazione digitale;
- realizzare iniziative di informazione e formazione continua rivolta agli obiettivi di sostenibilità e ai principi della sostenibilità digitale.

Prospetto 23 – Indicatori relativi alle politiche per la formazione

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
2.4	Continuità di formazione e aggiornamento	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici?	Programmazione, realizzazione e valutazione di attività formative per lo sviluppo di competenze (sistematiche, sulla base delle esigenze, occasionalmente, con o senza la verifica dei risultati di apprendimento...)
2.5	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici sulla sostenibilità digitale?	Programmazione, realizzazione e valutazione di attività formative specifiche sui temi della sostenibilità (sistematica, sulla base delle esigenze, occasionale, con o senza la verifica dei risultati di apprendimento...)

Le politiche sul lavoro sono normalmente definite a livello organizzativo, ma hanno un rilevante peso sui gruppi di lavoro costituiti quasi sempre da personale interno ed esterno, che si occupano di comunicazione digitale.

Da un lato si devono considerare le politiche retributive e il loro adeguamento alle capacità e alle forme di lavoro (indicatore 2.8 SDG 8). I compensi, in particolare per il lavoro da remoto, devono

essere ponderati rispetto alle competenze possedute e alle condizioni geografiche ed economiche. Si deve garantire che nei progetti di comunicazione digitale sia riconosciuto un compenso dignitoso, siano costituiti gruppi di lavoro inclusivi e siano messi a disposizione ambienti di lavoro confortevoli. In un mercato del lavoro più digitale, fluido e mobile i compensi devono assicurare, alle diverse figure professionali, stabilità, sicurezza e un buon tenore di vita.

Dall'altro si devono rafforzare le condizioni che determinano un miglioramento della qualità lavorativa attraverso un equilibrio tra vita privata e il diritto alla disconnessione (indicatore 2.9 SDG 5). Una equilibrata distribuzione dei carichi di lavoro e un'organizzazione per obiettivi aiutano a mantenere un equilibrio tra lavoro e vita privata, a ridurre lo stress e a prevenire situazioni critiche di burn out.

Rispetto a questi temi si suggerisce l'adozione di strumenti che rilevano il livello di equilibrio. Una particolare attenzione al diritto alla disconnessione, diventata critica con la crescita dello smart working, è sostenuta da una risoluzione del Parlamento Europeo del 2021. Si deve garantire il diritto alla disconnessione, evitare l'uso sistematico dello straordinario e monitorare in modo automatizzato l'over working evitano situazioni sovraccarico.

Prospetto 24 - Indicatori relativi alle politiche per il lavoro

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
2.8	Condizioni di lavoro dignitose	Il livello retributivo degli sviluppatori e degli altri esperti è adeguato rispetto alla forma e al luogo di erogazione della prestazione?	Adozione di politiche e standard di adeguamento del livello retributivo sulla base delle competenze, della localizzazione e del lavoro da remoto
2.9	Equilibrio vita lavoro	C'è equilibrio tra lavoro e vita privata e si rispetta il diritto alla disconnessione?	Adozione di politiche e strategie per una conciliazione vita lavoro, con approcci come l'Assessment del work life balance, per valutare aspetti individuali, organizzativi e sociali e la Risoluzione del Parlamento Europeo del 21 gennaio 2021 sul diritto alla disconnessione

La comunicazione digitale può incidere sulla salute e il benessere degli utenti in almeno due modi:

- contenuti che diffondono informazioni, a volte false, che mettono a rischio la salute (indicatore 3.1 SDG 3);
- modalità di accesso alle applicazioni che mettono a rischio il benessere psicofisico (indicatore 3.2 SDG 3)

Definire delle politiche e delle regole, che tengono conto di questi aspetti, per le diverse forme di comunicazione è imprescindibile.

I sistemi digitali devono essere progettati e sviluppati includendo funzionalità a tutela del benessere digitale degli utenti. Per esempio, si possono prevedere meccanismi per limitare il tempo di connessione, la salvaguardia della vista e si devono rispettare le normative sulla sicurezza e sull'utilizzo di sostanze nocive.

Prospetto 25 - Indicatori relativi alle politiche per benessere degli utenti

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
3.1	Responsabilità sociale	I contenuti sono realizzati nel rispetto per la salute degli utenti?	Adozione di politiche e regole per una redazione dei contenuti rispettosi della salute degli utenti (Fake news sanitarie, eventi automatici...)
3.2	Benessere digitale degli utenti	Le applicazioni sviluppate prevedono funzioni per la salvaguardia del benessere digitale degli utenti?	Adozione di politiche e regole per l'implementazione di funzionalità a tutela del benessere digitale dell'utente (tempo di connessione, interfacce, notifiche...)

Il rispetto degli utenti è un tema centrale della comunicazione digitale. La riduzione dell'impatto sociale dei processi della comunicazione digitale richiede regole per implementare sistemi per prevenire bullismo, molestie o discorsi d'odio.

Si devono stabilire regole chiare e condivise per evitare contenuti e linguaggi inappropriati che possono colpire le persone con minore capacità di difesa. In particolare

- moderando le interazioni e i commenti che arrivano dall'esterno (indicatore 3.3 SDG 9);
- evitando messaggi e linguaggi divisivi (indicatore 3.4 SDG 10).

Un riferimento importante per la comunicazione commerciale è il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) che promuove una maggiore attenzione al rispetto della dignità umana e alla tutela dei minori.

Prospetto 26 - Indicatori relativi alle politiche per una comunicazione equilibrata

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
3.3	Moderazione delle interazioni	Commenti e interazioni sono moderati per prevenire un uso inappropriato?	Adozione di politiche e regole per la gestione delle aree di interazione per prevenire e contenere un uso inappropriato (bullismo, odio, molestie...)
3.4	Comunicazione equilibrata e positiva	La comunicazione è realizzata evitando messaggi divisivi e linguaggi aggressivi?	Adozione del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) che indirizza la comunicazione commerciale verso regole coerenti con la funzione di un servizio pubblico

Un documento sulle politiche e le regole relative a una comunicazione digitale rispettosa del genere è complesso perché deve comprendere molti aspetti sui quali non è facile svolgere un controllo preventivo.

Le politiche di genere devono garantire che nel design e nello sviluppo delle azioni di comunicazione digitale sia rispettato il principio di uguaglianza e di parità di genere, anche per trasmettere ai destinatari, direttamente o indirettamente, un chiaro messaggio di uguaglianza e non discriminazione.

Su questo aspetto incide anche la composizione dei gruppi di lavoro che dovrebbe essere improntata

ai principi della parità di genere, nell'interesse anche dei risultati finali della comunicazione che non deve riportare distorsioni conseguenti a mancanza di equilibrio di rappresentanza dei generi.

L'attenzione all'uguaglianza deve riguardare anche la creazione dei contenuti, degli algoritmi, in particolare quelli dell'IA, e delle interfacce che devono essere equilibrati rispetto alle differenze di genere.

I punti sui quali la Prassi ha definito indicatori sono:

- contenuti che normalizzano pregiudizi o violenze o molestie collegate all'identità di genere (indicatore 4.1 SDG 5);
- linguaggi e toni paternalistici o infantilizzanti che stigmatizzano stili di vita tradizionali o discriminatori o subalterni (indicatore 4.2 SDG 5);
- bias ed elementi discriminatori o polarizzanti di genere (indicatore 4.3 SDG 5);
- forme discriminatorie e pregiudizi di genere nelle interfacce, nei dati, negli algoritmi e nel linguaggio (indicatore 4.4 SDG 5).

Verifiche e controlli sono necessari e devono essere sostenuti da metodi e test continui.

Prospetto 27 – Indicatori relativi alle politiche per una comunicazione rispettosa del genere

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
4.1	Impatto sulla discriminazione di genere	I contenuti sono realizzati considerando gli aspetti sociali e culturali sensibili?	Adozione di politiche e regole per gestire nel processo di creazione dei contenuti gli aspetti sociali e culturali di genere (violenza, identità neutrale, normalizzazione dei bias, pregiudizi...)
4.2	Stereotipi, linguaggio e tono	I contenuti rispettano la maturità e la capacità di giudizio dei destinatari?	Adozione di politiche e regole per una comunicazione rispettosa delle capacità dei destinatari (stereotipi, ruoli tradizionali, paternalismo, condizioni di vita o sanitarie...)
4.3	Stereotipi di genere	Le applicazioni, i contenuti e i dati sono privi di elementi e paradigmi discriminatori?	Definizione di regole e metodi di controllo su dati, interfacce, immagini e testi per verificare l'assenza di contenuti e paradigmi discriminatori anche coinvolgendo gli utenti finali
4.4	Neutralità del design e del linguaggio	L'applicazione si rivolge all'utente con un design e un linguaggio corretto?	Adozione di strumenti e test che coinvolgono i destinatari per verificare l'assenza di forme discriminatorie e pregiudizi di genere nelle interfacce e nel linguaggio (colori, forme personali, simboli...)

Una comunicazione digitale a basso impatto richiede una policy redazionale per creare contenuti visivi e testuali che siano trasparenti (indicatore 5.3 SDG 9), resilienti e durabili nel tempo (indicatore 5.4 SDG 9), adottando regole per la gestione di tutto il ciclo di vita dei contenuti.

Come per esempio:

- progettare materiali digitali che rimangano rilevanti e aggiornabili nel tempo
- produrre contenuti modulari
- ridurre la necessità di produrre nuovi contenuti
- riportare sempre le fonti di riferimento
- specificare la data di aggiornamento delle informazioni pubblicate per garantire la loro affidabilità

- realizzarli adattabili a diverse piattaforme e dispositivi senza bisogno di una rielaborazione completa.

Regole che dovrebbero essere condivise in un documento sulle politiche redazionali con tutta l'organizzazione.

Prospetto 28 – Indicatori relativi alle politiche per una redazione sostenibile dei contenuti

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.3	Trasparenza dei dati	I contenuti sono pubblicati in modo trasparente?	Adozione di politiche e regole per una comunicazione trasparente
5.4	Resilienza, durabilità e scalabilità dei contenuti	I contenuti sono realizzati considerando la loro durata nel tempo?	Adozione di politiche e regole per la gestione del ciclo di vita e la produzione modulare dei contenuti (aggiornamento, rimozione, modularità, responsabilità, modelli standardizzati, adattamento...)

Le informazioni, i dati e il codice condivisi e rilasciati con licenze e modalità aperte (indicatore 5.8 SDG 11) diventano un bene comune a beneficio della collettività e si possono definire politiche che incentivano il loro utilizzo e il loro rilascio. Si può dare un valore ai contenuti e al software aperto, alle infrastrutture e ai dati generati da processi o da sensori (IOT) all'interno di nuovi servizi digitali, così come i servizi digitali, che hanno impatto sulla comunità, possono mettere a disposizione, in repository pubblici aperti, i dati e il codice.

Prospetto 29 – Indicatori relativi alle politiche per contenuti aperti

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.8	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto	I servizi digitali sviluppati utilizzano dati o applicazioni disponibili in formato aperto?	Adozione di politiche e strategie per l'utilizzo, nei servizi digitali sviluppati, di contenuti rilasciati con licenze aperte, di open data generati da processi o da IoT, di codice o di librerie open source

La comunicazione digitale può essere indirizzata per accrescere la sostenibilità nei trasporti, nella salute, nella gestione dei rifiuti o delle acque, nei servizi sociali o per migliorare il bilancio energetico e carbonico delle organizzazioni pubbliche e private. Per ogni organizzazione è importante attivare un processo di valutazione dell'impatto esterno delle iniziative di comunicazione digitale (indicatore 5.9 SDG 11). Nella UNI/PdR 147:2025 è suggerito un metodo che aiuta la creazione di un indice che sintetizza l'impatto per tutti i 17 SDG.

Parallelamente, con un metodo analogo, si dovrebbe valutare l'impatto della sostituzione della comunicazione tradizionale con quella digitale (indicatore 5.10 SDG 11), in modo da avere la possibilità di monitorare i cambiamenti indotti dalle nuove tecnologie digitali sulla sostenibilità della comunicazione.

Prospetto 30 – Indicatori relativi all’impatto sulla sostenibilità

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
5.9	Impatto della comunicazione digitale sulla sostenibilità	La comunicazione digitale realizzata genera un impatto positivo sulla sostenibilità sociale, economica o ambientale?	Attivazione di un processo per valutare l'impatto esterno, su tutti i 17 SDG, delle iniziative di comunicazione digitale, che abilita un miglioramento collettivo nella salute, nell'ambiente o in altri ambiti della vita
5.10	Livello di sostituzione della comunicazione tradizionale	La comunicazione tradizionale viene sostituita dalla comunicazione digitale quando possibile in modo da migliorare l'impatto in termini di sostenibilità?	Attivazione di un processo per valutare l'impatto in termini di sostenibilità ambientale, economica e sociale della sostituzione della comunicazione tradizionale con quella digitale.

Chi produce prodotti e servizi digitali ha la responsabilità di pensare alla sostenibilità e all’impatto sulle risorse utilizzate nell’intero loro ciclo di vita.

Si dovrebbero definire politiche e regole che abilitano pratiche responsabili di consumo delle risorse tradizionali e digitali focalizzate su due punti:

- ottimizzazione dell’utilizzo delle risorse, dalla carta alle risorse digitali (indicatore 6.2 SDG 12);
- riduzione degli sprechi digitali, con particolare attenzione al traffico della rete interna e esterna (indicatore 6.3 SDG 12)

Prospetto 31 – Indicatori relativi alle politiche per l’uso responsabile delle risorse

N	INDICATORE	DOMANDA	COME VALUTARE
6.2	Ottimizzazione delle risorse	I contenuti sono realizzati riducendo lo spreco di risorse?	Adozione di politiche e regole per un utilizzo responsabile delle risorse materiali e digitali (consumo di carta, CPU, memoria, algoritmi...)
6.3	Sprechi digitali	I contenuti sono realizzati ottimizzando il traffico dei dati?	Adozione di politiche e regole per un utilizzo responsabile delle risorse di rete (traffico dati, dimensione dei file, trasferimento file...)

8.3 INDICATORI ORGANIZZATIVI

15 indicatori, su 40, sono legati a decisioni che riguardano tutta l’organizzazione e costituiscono una condizione generale abilitante, indispensabile per avviare la valutazione della sostenibilità della comunicazione digitale.

Diversi indicatori sono legati ai processi di procurement necessari per dotare l’organizzazione dei prodotti e dei servizi funzionali alle attività di comunicazione digitale e devono, in qualche modo, essere applicati ai criteri di qualificazione e selezione di fornitori e forniture.

Questi indicatori dovrebbero essere verificati in maniera preliminare, anche attivando un confronto e

dialogo con le altre aree organizzative che presidiano decisioni e informazioni indispensabili per applicare i criteri di valutazione richiesti.

Prospetto 32 – Indicatori organizzativi

N	SDG	INDICATORE
2.1	1	Politiche per il lavoro sostenibile
2.2	3	Welfare aziendale
2.3	3	Copertura sanitaria
2.4	4	Continuità di formazione e aggiornamento
2.1	4	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale
2.6	5	Parità di genere, in tutti i ruoli
2.7	5	Parità salariale di genere
1.4	8	Diversità e inclusione lavorativa
1.4	8	Barriere di accesso per i diversamente abili
2.8	8	Condizioni di lavoro dignitose
5.5	10	Protezione dei dati personali
5.6	10	Controllo degli accessi ai sistemi di IA
5.9	11	Impatto della comunicazione digitale sulla sostenibilità
5.10	11	Livello di sostituzione della comunicazione tradizionale
6.4	13	Sostenibilità ambientale dei materiali

8.4 INDICATORI DI COMUNICAZIONE

Questi 25 indicatori sono quelli più specificatamente riferiti ai diversi aspetti che costituiscono il vasto lavoro della comunicazione digitale:

- Strategia di comunicazione digitale (piano di comunicazione, piano editoriale, analisi del pubblico e della concorrenza)
- Content marketing e storytelling (creazione di contenuti testuali, produzione di contenuti multimediali, gestione blog e posting, storytelling di marca)
- Social Media Management (gestione profili social, campagne pubblicitarie, influencer e affiliazioni, monitoraggio delle conversazioni online)
- E-mail e marketing (newsletter, sequenze automatiche per conversioni, personalizzazione delle comunicazioni)
- Visibilità nella rete (ottimizzazione SEO, aumento del ranking, gestione recensioni online)
- Canali Web (user experience, landing page ottimizzate, chatbot e live chat, analisi del comportamento utente)
- Eventi digitali (webinar e live streaming, contest, interazione diretta col pubblico)
- Piani di risposta alle crisi (reputazione online, gestione reclami, fake news, monitoraggio sentiment)
- Analisi delle performance (reportistica e KPI, misurazione ROI, retargeting)

- Innovazione (sperimentazione nuovi formati, adozione nuove piattaforme, trend)

Prospetto 33 - Indicatori della comunicazione

N	SDG	INDICATORE
1.1	1	Riduzione delle barriere digitali
1.2	3	Affaticamento cognitivo
3.1	3	Responsabilità sociale
3.2	3	Benessere digitale degli utenti
4.1	5	Impatto sulla discriminazione di genere
4.2	5	Stereotipi, linguaggio e tono
4.3	5	Stereotipi di genere
4.4	5	Neutralità del design e del linguaggio
2.9	8	Equilibrio vita lavoro
3.3	9	Moderazione delle interazioni
5.1	9	Responsabilità nella creazione e distribuzione digitale
5.2	9	Responsabilità nella comunicazione commerciale
5.3	9	Trasparenza dei dati
5.4	9	Resilienza, durabilità e scalabilità dei contenuti
1.5	10	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi
1.6	10	Usabilità delle applicazioni
1.7	10	Rappresentazione della diversità
3.4	10	Comunicazione equilibrata e positiva
5.7	10	Manipolazione dei comportamenti
1.8	11	Attenzione alle diversità locali
5.8	11	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto
6.1	12	Strategia delle 5R
6.2	12	Ottimizzazione delle risorse
6.3	12	Sprechi digitali
6.5	13	Comunicazione dell'impatto ambientale

APPENDICE A (INFORMATIVA)
DESCRIZIONE DEGLI INDICATORI

La presente Appendice descrive nel dettaglio, dal prospetto A.1 ad A.6, ogni singolo indicatore. Una copia completa è disponibile su file (CSV / XLS).

Di seguito la legenda per tutti i prospetti della presente appendice:

Ambito	Ambito del manifesto
Numero	Numero progressivo dell'indicatore
Indicatore	Indicatore di performance, Key Performance Indicator (KPI)
Domanda	A quale domanda risponde l'indicatore
Perché è importante	Rilevanza
Come valutare	Possibile criterio di valutazione
Come misurare	Metrica di misurazione proposta
Peso	Peso del KPI per calcolare l'indice del Target
Tipo indicatore	Obiettivo Organizzativo o di Comunicazione
SDG	SDG collegato

Prospetto A.1 - Indicatori di Ambito “Inclusione e accessibilità universale”

Codice KPI	1.1
Indicatore	Riduzione delle barriere digitali
Domanda	Viene verificata la adattabilità e scalabilità degli applicativi su dispositivi con funzionalità meno evolute o aggiornate?
Perché è importante	Garantire la portabilità su reti e dispositivi low-cost, non aggiornati o obsoleti riduce l'esclusione delle fasce di popolazione che non dispongono di tecnologie e infrastrutture avanzate
Come valutare	Applicazione dei criteri di portabilità (in particolare adaptability e installability) della norma UNI CEI ISO/IEC 25010:2024 che fornisce un modello esaustivo per valutare la qualità del software
Come misurare	5 - sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerati senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	
SDG	1
Codice KPI	1.2
Indicatore	Affaticamento cognitivo
Domanda	I contenuti sono realizzati minimizzando il carico cognitivo?
Perché è importante	Garantisce la tutela del benessere psicologico degli utenti attraverso interfacce intuitive e prive di disturbi con interazioni semplici che limitano lo sforzo mentale necessario, le azioni e le decisioni
Come valutare	Adozione di regole e standard per la verifica dell'usabilità delle applicazioni, come la norma UNI EN ISO 9241-210:2019 (metodologie di progettazione delle interfacce basate sulla User Experience)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	3
Codice KPI	1.3
Indicatore	Diversità e inclusione lavorativa
Domanda	Sono adottate politiche volte alla inclusione sociale e lavorativa?
Perché è importante	Mettere la diversità e l'inclusione al centro delle attività di selezione e organizzazione dei gruppi di lavoro garantisce che tutti abbiano pari opportunità di esprimere il proprio potenziale
Come valutare	Adozione dei principi di 'Non discriminazione' dello standard SA8000 per certificare l'assenza di ogni forma di discriminazione di razza, etnia, genere, religione, età lungo tutta la catena di approvvigionamento

Come misurare	5 - sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerati senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Processo
SDG	8
Codice KPI	1.4
Indicatore	Barriere di accesso per i diversamente abili
Domanda	È garantita la fruibilità di spazi e strumenti di lavoro per le persone con disabilità?
Perché è importante	Mettere a disposizione dei lavoratori con disabilità la strumentazione hardware e software e la tecnologia assistiva, adeguata alla specifica disabilità, favorisce l'inclusività delle persone e le abilita a lavorare efficacemente
Come valutare	Applicazione della norma UNI CEI 301549:2021 sulla conformità ai requisiti di accessibilità per i prodotti e servizi ICT
Come misurare	5 - è applicata sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicata per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicata per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicata senza misurare i risultati 1 - Non è applicata
Tipo indicatore	Processo
SDG	8
Codice KPI	1.5
Indicatore	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi
Domanda	Quanto sono conformi i siti web, le applicazioni, i documenti o le tecnologie ai requisiti di accessibilità?
Perché è importante	Garantisce che i servizi e i prodotti digitali siano disponibili per qualsiasi dispositivo in modo da garantire la fruizione da parte di qualunque utente
Come valutare	Applicazione della norma UNI EN 301549:2021 con particolare attenzione ai punti che richiamano le linee guida Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1) rispetto a qualunque prodotto o servizio digitale (hardware, software, contenuti)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	
SDG	10
Codice KPI	1.6
Indicatore	Usabilità delle applicazioni
Domanda	È prevista la valutazione del livello di qualità e usabilità dei servizi rispetto ai fabbisogni dei destinatari?

Perché è importante	Garantisce che il software sviluppato sia effettivamente fruibile dall'utente a cui è destinato.
Come valutare	Adozione di regole e standard per la verifica dell'usabilità delle applicazioni, come la norma UNI EN ISO 9241-210:2019 (metodologie di progettazione basate sulla User Experience, test di usabilità, feedback da parte degli utenti riguardo...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	
SDG	10
Codice KPI	1.7
Indicatore	Rappresentazione della diversità
Domanda	I contenuti, il tono e il linguaggio sono specchio delle diverse etnie, culture, lingue, religioni e provenienza?
Perché è importante	Una rappresentazione equilibrata e diversificata delle diversità nei testi e nelle immagini, con un linguaggio senza stereotipi, facilita l'inclusione
Come valutare	Adozione di politiche e regole per una comunicazione inclusiva che rappresenta equamente persone di diverse etnie, generi, culture, lingue, religioni, provenienza sociale o geografica
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	10
Codice KPI	1.8
Indicatore	Attenzione alle diversità locali
Domanda	I contenuti sono realizzati anche per rispondere alle esigenze delle comunità vulnerabili e ai contesti locali?
Perché è importante	Dare voce alle minoranze culturali e linguistiche di un territorio facilita la creazione di smart communities
Come valutare	Adozione di politiche e regole per una comunicazione che si adatta ai background socioeconomici e ai contesti culturali e linguistici locali e regionali
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	11

Prospetto A.2 - Indicatori di Ambito “Benessere e qualità delle condizioni di lavoro”

Codice KPI	2.1
Indicatore	Politiche per il lavoro sostenibile
Domanda	Sono adottate e applicate politiche sui diritti dei lavoratori e sul lavoro giovanile?
Perché è importante	La garanzia estesa a tutti i lavoratori dei diritti di base, di una remunerazione adeguata e di condizioni di salute e sicurezza sul posto di lavoro è una condizione primaria di sostenibilità
Come valutare	Applicazione dello standard SA8000 (Social Accountability 8000) o delle raccomandazioni UNI EN ISO 26000:2020 per garantire pratiche di lavoro etiche e responsabili lungo tutta la catena di approvvigionamento
Come misurare	5 - è applicato sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicato per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicato per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicato senza misurare i risultati 1 - Non è applicato
Tipo indicatore	Processo
SDG	1
Codice KPI	2.2
Indicatore	Welfare aziendale
Domanda	L'organizzazione promuove iniziative di welfare in favore dei lavoratori?
Perché è importante	Iniziative di welfare aziendale migliorano il grado di benessere delle lavoratrici e dei lavoratori e favoriscono la conciliazione tra vita privata e professionale
Come valutare	Adozione di politiche di welfare per i dipendenti nei diversi ambiti: Salute e benessere (assicurazione sanitaria, programmi benessere, attività fisiche); Supporto alla famiglia (congedo parentale, asili nido, assistenza anziani); Mobilità (abbonamento mezzi pubblici, navetta, flessibilità orario); Qualità della vita (servizi mensa, buoni pasto, attività ricreative)
Come misurare	5 - sono adottate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono adottate con il monitoraggio e controllo dei risultati 3 - sono adottate parzialmente misurando i risultati raggiunti 2 - sono adottate parzialmente senza misurare i risultati 1 - Non si adottano
Tipo indicatore	Processo
SDG	3
Codice KPI	2.3
Indicatore	Copertura sanitaria
Domanda	Si prevede una copertura sanitaria integrativa per i lavoratori?
Perché è importante	L'assicurazione sanitaria aziendale permette di beneficiare di una protezione assicurativa per coprire le spese mediche che non sono coperte dal sistema pubblico e accorciare i tempi di attesa nelle strutture sanitarie
Come valutare	Adozione dei principi di 'Non discriminazione' dello standard SA8000 per certificare l'assenza di ogni forma di discriminazione di razza, etnia, genere, religione, età lungo tutta la catena di approvvigionamento
Come misurare	5 - sono adottate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono adottate con il monitoraggio e controllo dei risultati 3 - sono adottate parzialmente misurando i risultati raggiunti

	2 - sono adottate parzialmente senza misurare i risultati 1 - Non si adottano
Tipo indicatore	Processo
SDG	3
Codice KPI	2.4
Indicatore	Continuità di formazione e aggiornamento
Domanda	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici?
Perché è importante	Aggiornare le abilità e le conoscenze rende le performance lavorative più efficienti, coscienti e produttive allineando le competenze di tutti e creando maggiore condivisione e scambio
Come valutare	Programmazione, realizzazione e valutazione di attività formative per lo sviluppo di competenze (sistematiche, sulla base delle esigenze, occasionalmente, con o senza la verifica dei risultati di apprendimento...)
Come misurare	5 - sono realizzate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono realizzate quando necessario con il monitoraggio e controllo dei risultati 3 - sono realizzate occasionalmente misurando i risultati 2 - sono realizzate occasionalmente senza misurare i risultati 1 - Non si realizzano
Tipo indicatore	Processo
SDG	4
Codice KPI	2.5
Indicatore	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale
Domanda	Sono previsti corsi e iniziative di formazione o aggiornamento periodici sulla sostenibilità digitale?
Perché è importante	La formazione crea consapevolezza rispetto ai principi di sostenibilità digitale e permette di adottare le migliori pratiche al momento conosciute
Come valutare	Programmazione, realizzazione e valutazione di attività formative specifiche sui temi della sostenibilità (sistematica, sulla base delle esigenze, occasionale, con o senza la verifica dei risultati di apprendimento...)
Come misurare	5 - sono realizzate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono realizzate quando necessario con il monitoraggio e controllo dei risultati 3 - sono realizzate occasionalmente misurando i risultati 2 - sono realizzate occasionalmente senza misurare i risultati 1 - Non si realizzano
Tipo indicatore	Processo
SDG	4
Codice KPI	2.6
Indicatore	Parità di genere, in tutti i ruoli
Domanda	Sono previste politiche per garantire la parità di genere nell'ambito della struttura organizzativa?
Perché è importante	Considerare l'importanza della presenza di donne, anche in ruoli di responsabilità, nei gruppi di progetto accresce la diversità di pensiero e la capacità di creare innovazione
Come valutare	Applicazione delle Linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022, che prevede l'adozione di specifici KPI nelle organizzazioni
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo

	4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Processo
SDG	5
Codice KPI	2.7
Indicatore	Parità salariale di genere
Domanda	Il rapporto tra lo stipendio delle donne e quello degli uomini è equilibrato?
Perché è importante	Il principio di uguaglianza retributiva permette alle donne di accedere a posizioni più alte e remunerative
Come valutare	Rilevazione dei tre KPI di equità remunerativa previsti dalle Linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022
Come misurare	5 - sono rilevati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono rilevati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono rilevati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono rilevati 1 - Non sono rilevati
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	5
Codice KPI	2.8
Indicatore	Condizioni di lavoro dignitose
Domanda	Il livello retributivo degli sviluppatori e degli altri esperti è adeguato rispetto alla forma e al luogo di erogazione della prestazione?
Perché è importante	Assicurare stabilità, sicurezza e un buon tenore di vita al team di progetto anche in condizioni di lavoro agile o dal vivere in paesi con un diverso reddito pro capite
Come valutare	Adozione di politiche e standard di adeguamento del livello retributivo sulla base delle competenze, della localizzazione e del lavoro da remoto
Come misurare	5 - sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerati senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Processo
SDG	8
Codice KPI	2.9
Indicatore	Equilibrio vita lavoro
Domanda	C'è equilibrio tra lavoro e vita privata e si rispetta il diritto alla disconnessione?
Perché è importante	Mantenere l'equilibrio tra lavoro e vita privata, anche limitando il ricorso a prestazioni di lavoro non programmate, aiuta a ridurre lo stress e a prevenire il burnout sul posto di lavoro.
Come valutare	Adozione di politiche e strategie per una conciliazione vita lavoro, con approcci come l'Assessment del work life balance, per valutare aspetti individuali, organizzativi e sociali e la Risoluzione del Parlamento Europeo del 21 gennaio 2021 sul diritto alla disconnessione
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo

	4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Processo
SDG	8

Prospetto A.3 - Indicatori di Ambito “Benessere digitale e uso consapevole”

Codice KPI	3.1
Indicatore	Responsabilità sociale
Domanda	I contenuti sono realizzati nel rispetto per la salute degli utenti?
Perché è importante	Garantisce il rispetto degli utenti attraverso contenuti che non inducono a comportamenti dannosi per la salute
Come valutare	Adozione di politiche e regole per una redazione dei contenuti rispettosi della salute degli utenti (Fake news sanitarie, eventi automatici...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	3
Codice KPI	3.2
Indicatore	Benessere digitale degli utenti
Domanda	Le applicazioni sviluppate prevedono funzioni per la salvaguardia del benessere digitale degli utenti?
Perché è importante	Promuove l'implementazione di funzionalità a tutela del benessere digitale degli utenti, compatibilmente con le specifiche del software
Come valutare	Adozione di politiche e regole per l'implementazione di funzionalità a tutela del benessere digitale dell'utente (tempo di connessione, interfacce, notifiche...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	3
Codice KPI	3.3
Indicatore	Moderazione delle interazioni
Domanda	Commenti e interazioni sono moderati per prevenire un uso inappropriato?
Perché è importante	Contiene l'impatto sociale causato da Cyberbullismo e Hate speech
Come valutare	Adozione di politiche e regole per la gestione delle aree di interazione per prevenire e contenere un uso inappropriato (bullismo, odio, molestie...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti

	3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	9
Codice KPI	3.4
Indicatore	Comunicazione equilibrata e positiva
Domanda	La comunicazione è realizzata evitando messaggi divisivi e linguaggi aggressivi?
Perché è importante	Garantisce la tutela degli utenti e, in particolare, dei minori attraverso contenuti e linguaggi equilibrati, trasparenti e veritieri
Come valutare	Adozione del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) che indirizza la comunicazione commerciale verso regole coerenti con la funzione di un servizio pubblico
Come misurare	5 - è applicato sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicato per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicato per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicato senza misurare i risultati 1 - Non è applicato
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	10

Prospetto A.4 - Indicatori di Ambito “Diversità e impatto culturale e sociale positivo”

Codice KPI	4.1
Indicatore	Impatto sulla discriminazione di genere
Domanda	I contenuti sono realizzati considerando gli aspetti sociali e culturali sensibili?
Perché è importante	Escludere contenuti che normalizzano pregiudizi o violenze o molestie collegate all'identità di genere è fondamentale per garantire correttezza nella comunicazione
Come valutare	Adozione di politiche e regole per gestire nel processo di creazione dei contenuti gli aspetti sociali e culturali di genere (violenza, identità neutrale, normalizzazione dei bias, pregiudizi...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	5
Codice KPI	4.2
Indicatore	Stereotipi, linguaggio e tono
Domanda	I contenuti rispettano la maturità e la capacità di giudizio dei destinatari?
Perché è importante	Evitare nella comunicazione linguaggi e toni paternalistici o infantilizzanti che stigmatizzano stili di vita tradizionali o discriminatori o subalterni aumenta l'inclusione

Come valutare	Adozione di politiche e regole per una comunicazione rispettosa delle capacità dei destinatari (stereotipi, ruoli tradizionali, paternalismo, condizioni di vita o sanitarie...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	5
Codice KPI	4.3
Indicatore	Stereotipi di genere
Domanda	Le applicazioni, i contenuti e i dati sono privi di elementi e paradigmi discriminatori?
Perché è importante	Si deve avere cura che il software, in particolare gli algoritmi e i dati che alimentano i sistemi di intelligenza artificiale, non possiedano bias ed elementi discriminatori o polarizzanti di genere
Come valutare	Adozione di strumenti e test che coinvolgono i destinatari per verificare l'assenza di forme discriminatorie e pregiudizi di genere nelle interfacce e nel linguaggio (colori, forme personali, simboli...)
Come misurare	5 - sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerati senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	5
Codice KPI	4.4
Indicatore	Neutralità del design e del linguaggio
Domanda	L'applicazione si rivolge all'utente con un design e un linguaggio corretto?
Perché è importante	L'interfaccia del software si rivolge all'utente usando il genere corretto o interfacce o colori che non implicano pregiudizi di genere
Come valutare	Adozione di strumenti e test che coinvolgono i destinatari per verificare l'assenza di forme discriminatorie e pregiudizi di genere nelle interfacce e nel linguaggio (colori, forme personali, simboli...)
Come misurare	5 - sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicati per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerati senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	5

Prospetto A.5 - Indicatori di Ambito “Etica, responsabilità e trasparenza”

Codice KPI	5.1
Indicatore	Responsabilità nella creazione e distribuzione digitale
Domanda	I contenuti sono creati e distribuiti in modo da rispettare i diritti degli utenti?
Perché è importante	Garantisce che i contenuti siano trasparenti, corretti, rimovibili e monitorati nel pieno rispetto degli utenti, facilitando la segnalazione di messaggi inappropriati
Come valutare	Applicazione della Regolamento UE 2022/2065, Digital Service Act (DSA) su trasparenza commerciale, identificabilità, rimozione dei contenuti, pubblicità occulta, minori
Come misurare	5 - è applicata sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicata per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicata per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicata senza misurare i risultati 1 - Non è applicata
Tipo indicatore	
SDG	9
Codice KPI	5.2
Indicatore	Responsabilità nella comunicazione commerciale
Domanda	I contenuti sono realizzati in modo da non generare pratiche commerciali sleali?
Perché è importante	Garantisce che i contenuti siano privi di informazioni manipolative o ingannevoli sulle condizioni commerciali, in particolare sui temi legati alla sostenibilità
Come valutare	Applicazione della Direttiva UE 2005/29, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno, in particolare riguardo alle azioni e omissioni ingannevoli e all'indebito condizionamento
Come misurare	5 - è applicata sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicata per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicata per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicata senza misurare i risultati 1 - Non è applicata
Tipo indicatore	
SDG	9
Codice KPI	5.3
Indicatore	Trasparenza dei dati
Domanda	I contenuti sono pubblicati in modo trasparente?
Perché è importante	Completare i contenuti con le fonti di riferimento (compresa AI), le citazioni, le date di pubblicazione o aggiornamento aumenta la trasparenza dell'informazione
Come valutare	Adozione di politiche e regole per una comunicazione trasparente
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	
SDG	9

Codice KPI	5.4
Indicatore	Resilienza, durabilità e scalabilità dei contenuti
Domanda	I contenuti sono realizzati considerando la loro durata nel tempo?
Perché è importante	Gestire il ciclo di vita dei contenuti per rimuovere o aggiornare, anche in modo modulare, quelli non più rilevanti contiene l'impatto economico, sociale e ambientale
Come valutare	Adozione di politiche e regole per la gestione del ciclo di vita e la produzione modulare dei contenuti (aggiornamento, rimozione, modularità, responsabilità, modelli standardizzati, adattamento...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	9
Codice KPI	5.5
Indicatore	Protezione dei dati personali
Domanda	Sono adottate misure a garantire la protezione dei dati personali?
Perché è importante	Garantisce che i dati personali degli utenti siano trattati e protetti rispettando il regolamento europeo GDPR, in particolare, applicando i principi del privacy by design ai dati e alle applicazioni
Come valutare	Applicazione del regolamento UE 2016/679, Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), in particolare adottando i principi del privacy by design nella progettazione delle basi di dati e delle applicazioni
Come misurare	5 - è applicato sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicato per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicato per misurare i risultati raggiunti 2 - è considerato senza misurare i risultati 1 - Non si applica
Tipo indicatore	
SDG	10
Codice KPI	5.6
Indicatore	Controllo degli accessi ai sistemi di IA
Domanda	Sono previste forme di verifica della idoneità degli utenti all'accesso ai sistemi di intelligenza artificiale?
Perché è importante	Serve a garantire che i sistemi di intelligenza artificiale generativa e non siano fruiti da utilizzatori qualificati per prevenire rischi e utilizzi impropri
Come valutare	Adozione di strategie e regole per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa e per il controllo delle responsabilità e dei rischi connessi alle norme armonizzate sull'intelligenza artificiale del regolamento (UE) 2024/1689 (AI Act)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	10

Codice KPI	5.7
Indicatore	Manipolazione dei comportamenti
Domanda	I contenuti sono realizzati in modo che le scelte degli utenti siano veramente libere?
Perché è importante	Garantisce la tutela del benessere psicologico degli utenti attraverso strategie comunicative prive di forme di manipolazione
Come valutare	Adozione delle Linee Guida 3/2022 del Comitato Europeo per la Protezione dei Dati (EDPB) su dark pattern e su condizionamenti che inducono scelte involontarie
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	10
Codice KPI	5.8
Indicatore	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto
Domanda	I servizi digitali sviluppati utilizzano dati o applicazioni disponibili in formato aperto?
Perché è importante	I contenuti aperti, i dati aperti e il software open source sono un bene comune e il loro riuso nello sviluppo di nuovi servizi li valorizza
Come valutare	Adozione di politiche e strategie per l'utilizzo, nei servizi digitali sviluppati, di contenuti rilasciati con licenze aperte, di open data generati da processi o da IoT, di codice o di librerie open source
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	
SDG	11
Codice KPI	5.9
Indicatore	Impatto della comunicazione digitale sulla sostenibilità
Domanda	La comunicazione digitale realizzata genera un impatto positivo sulla sostenibilità sociale, economica o ambientale?
Perché è importante	La comunicazione, se svolta con canali e modalità digitali, può generare impatti positivi sulla sostenibilità che devono essere rilevati e valutati.
Come valutare	Attivazione di un processo per valutare l'impatto esterno su tutti i 17 SDG, delle iniziative di comunicazione digitale, che abilita un miglioramento collettivo nella salute, nell'ambiente o in altri ambienti della vita
Come misurare	5 - sono misurati per un miglioramento continuo 4 - sono misurati e valutati 3 - c'è e sono misurati i risultati raggiunti 2 - c'è ma non è misurato 1 - Non c'è impatto
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	11

Codice KPI	5.10
Indicatore	Livello di sostituzione della comunicazione tradizionale
Domanda	La comunicazione tradizionale viene sostituita dalla comunicazione digitale quando possibile in modo da migliorare l'impatto in termini di sostenibilità?
Perché è importante	Verificare e confrontare gli impatti esterni della comunicazione in modalità tradizionale e digitale permette di individuare le modalità maggiormente sostenibili oltre che fornire informazioni operative sui benefici ottenuti.
Come valutare	Definizione di politiche o strategie per valutare l'impatto in termini di sostenibilità ambientale, economica e sociale della sostituzione della comunicazione tradizionale con quella digitale.
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	11

Prospetto A.6 - Indicatori di Ambito "Sostenibilità Ambientale e riduzione dell'impatto"

Codice KPI	6.1
Indicatore	Strategia delle 5R
Domanda	Sono state adottate politiche di riduzione, riuso, riciclo, raccolta e recupero degli apparati IT?
Perché è importante	Adottare meccanismi di raccolta e riutilizzo delle infrastrutture, anche attraverso programmi dedicati riduce l'impatto sui rifiuti speciali
Come valutare	Applicazione della norma UNI CEI EN 45556:2022 (assessment of the proportion of re-used components in energy-related products) con l'eventuale sostegno di programmi di riduzione dell'e-waste come "Take IT Back"
Come misurare	5 - è applicata sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicata per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicata per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicata senza misurare i risultati 1 - Non è applicata
Tipo indicatore	
SDG	12
Codice KPI	6.2
Indicatore	Ottimizzazione delle risorse
Domanda	I contenuti sono realizzati riducendo lo spreco di risorse?
Perché è importante	Contiene l'impatto ambientale causato dallo spreco di carta e risorse digitali
Come valutare	Adozione di politiche e regole per un utilizzo responsabile delle risorse materiali e digitali (consumo di carta, traffico dati...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano

Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	12
Codice KPI	6.3
Indicatore	Sprechi digitali
Domanda	I contenuti sono realizzati ottimizzando il traffico dei dati?
Perché è importante	Riduce l'impatto ambientale causato dalle dimensioni e dalla frequenza dei contenuti distribuiti
Come valutare	Adozione di politiche e regole per un utilizzo responsabile delle risorse di rete (algoritmi di programmazione, dimensione dei file...)
Come misurare	5 - sono applicate sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - sono applicate per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - sono applicate per misurare i risultati raggiunti 2 - sono considerate senza misurare i risultati 1 - Non si applicano
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	12
Codice KPI	6.4
Indicatore	Sostenibilità ambientale dei materiali
Domanda	Esiste un monitoraggio della filiera di approvvigionamento dei materiali che verifica il rispetto ambientale?
Perché è importante	Il rispetto di requisiti più severi sul riciclo dei materiali, la durabilità dei prodotti, il ritiro dei rifiuti elettronici promuove prodotti più sostenibili e riduce l'impatto ambientale
Come valutare	Applicazione del regolamento UE 2024/1781 Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) con l'adozione del Digital Product Passport lungo tutta la catena di approvvigionamento
Come misurare	5 - è applicato sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicato per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicato per misurare i risultati raggiunti 2 - è considerato senza misurare i risultati 1 - Non si applica
Tipo indicatore	Comunicazione
SDG	13
Codice KPI	6.5
Indicatore	Comunicazione dell'impatto ambientale
Domanda	Si calcola e comunica l'impronta carbonica dei prodotti della comunicazione?
Perché è importante	La corretta e trasparente comunicazione della produzione di CO2 associata ai prodotti editoriali digitali e cartacei contribuisce a ridurre l'impatto ambientale
Come valutare	Adozione della norma UNI EN ISO 14067:2018 per le comunicazioni e dichiarazioni sull'impatto ambientale applicata ai prodotti della comunicazione digitale
Come misurare	5 - è applicata sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo 4 - è applicata per monitorare e controllare i risultati raggiunti 3 - è applicata per misurare i risultati raggiunti 2 - è applicata senza misurare i risultati 1 - Non è applicata
Tipo indicatore	
SDG	13

APPENDICE B (INFORMATIVA)
NOTE METODOLOGICHE SUGLI INDICATORI

La modalità di calcolo dei KPI usa come scala di riferimento quella del Capability Maturity Model (CMM 1986) basata su cinque valori. Il termine Maturity, nella sua accezione originaria, fa riferimento al grado di formalità e ottimizzazione dei processi di sviluppo del software, motivo per cui è stato utilizzato nella valutazione dei KPI della prassi 147:2025. Per estensione questo modello è stato adottato anche nella presente prassi, indicando il livello di maturità dei processi di controllo e gestione dei differenti ambiti della sostenibilità digitale della comunicazione.

Il suo adattamento in questo contesto prevede una scala di cinque valori compresi tra 1 e 5.

Prospetto B.1 - Modalità di calcolo dei KPI con scala di riferimento del Capability Maturity Model

Valore		Caratteristiche	KPI
5	Ottimizzato (Optimizing)	L'organizzazione si concentra sul miglioramento continuo dei processi attraverso l'innovazione e il feedback. I processi sono ottimizzati in modo proattivo.	Politiche e standard sono applicati sistematicamente per conseguire un miglioramento continuo
4	Gestito (Managed)	I processi sono misurati e controllati. Si utilizzano metriche per comprendere le prestazioni dei processi e migliorare continuamente.	Politiche e standard sono applicati per monitorare e controllare i risultati raggiunti
3	Definito (Defined)	I processi di sviluppo software sono ben definiti e documentati a livello organizzativo. Esiste un insieme standard di processi che è adattato per ogni progetto.	Politiche e standard sono applicati per misurare i risultati raggiunti
2	Ripetibile (Repeatable)	I processi di gestione dei progetti sono definiti, documentati e ripetibili. Esistono pratiche di gestione di progetto per pianificazione, monitoraggio e controllo.	Politiche e standard sono considerati senza misurare i risultati
1	Iniziale o assente (Initial)	I processi sono generalmente ad hoc e caotici. Il successo dipende in gran parte dagli sforzi individuali. Non esistono pratiche o processi standardizzati.	Non si applicano politiche e standard

L'indicatore del SDG si calcola come media degli indicatori associati a ciascun SDG

L'indicatore per ambito si calcola come media degli indicatori associati a ciascun ambito.

L'indicatore generale si calcola come media degli indicatori di tutti gli e 6 gli ambiti.

APPENDICE C (INFORMATIVA)
IL MANIFESTO DELLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE DELLA COMUNICAZIONE

Principio 1 On-line ed off-line: verso un contesto integrato di sostenibilità

Il digitale è oggi il principale motore di evoluzione della comunicazione. La trasformazione digitale ridefinisce profondamente sia la comunicazione on-line che quella off-line, determinando cambiamenti strutturali e di significato che investono persone, società, cultura ed economia. Una visione orientata alla sostenibilità digitale della comunicazione deve partire dalla convergenza e dall'integrazione di questi due elementi.

Principio 2 Biunivocità della relazione tra sostenibilità e comunicazione digitale

La relazione tra comunicazione digitale e sostenibilità, in coerenza con il manifesto per la sostenibilità digitale, è sistemica e bidirezionale. Il digitale nella comunicazione va quindi sviluppato in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità, ma nel contempo diventa esso stesso motore di sviluppo sostenibile della comunicazione.

Principio 3 La Persona al Centro

La comunicazione deve essere orientata al benessere umano, garantendo il rispetto della dignità e dei diritti come sanciti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea e dagli obiettivi di sviluppo sostenibile di Agenda2030. La centralità della persona deve essere promossa sia attraverso l'attenzione ai contenuti, che alle infrastrutture digitali che permettono tale comunicazione.

Criterio 1 Inclusione e Accessibilità Universale

La comunicazione digitale deve superare ogni forma di esclusione e garantire accessibilità equa, contribuendo così alla riduzione delle disuguaglianze. La trasformazione digitale applicata alla comunicazione deve quindi essere sviluppata in coerenza con tali principi affinché l'accessibilità diventi un valore integrato in ogni fase del processo comunicativo.

Criterio 2 Benessere e Qualità delle Condizioni di Lavoro

La digitalizzazione deve assicurare condizioni lavorative dignitose e sicure per tutti gli operatori coinvolti, tutelando il benessere psicofisico dei professionisti della comunicazione e degli utenti, in linea con gli obiettivi di lavoro dignitoso e crescita economica.

Criterio 3 Benessere Digitale e Uso Consapevole

La comunicazione deve incoraggiare un uso consapevole e responsabile delle tecnologie digitali, prevenendo dipendenze e fenomeni di isolamento sociale, in accordo con gli obiettivi di salute e benessere di Agenda 2030 e incentivando contenuti che promuovano l'adozione di comportamenti responsabili.

Criterio 4 Diversità e Impatto Culturale e Sociale Positivo

La comunicazione digitale deve valorizzare le diversità sociali e culturali, favorendo una società più inclusiva, equa e dinamica, in linea con gli obiettivi relativi all'istruzione di qualità e allo sviluppo di città e comunità sostenibili.

Criterio 5 Etica, Responsabilità e Trasparenza

La comunicazione digitale deve fondarsi su principi di etica e responsabilità, prevenendo disinformazione e manipolazioni algoritmiche e garantendo trasparenza sui contenuti e sui processi decisionali.

Criterio 6 Sostenibilità Ambientale e Riduzione dell'Impatto

La digitalizzazione della comunicazione deve minimizzare l'impatto ambientale legato a infrastrutture e processi, contribuendo alla lotta contro il cambiamento climatico e a promuovere comportamenti di uso e produzione responsabili. Ciò implica sia garantire la sostenibilità della comunicazione digitale che valutare le modalità con le quali la digitalizzazione possa rendere più sostenibile la comunicazione nel complesso.

Principio 4 Collaborazione tra Attori

È essenziale un'azione coordinata tra aziende che sviluppano azioni di comunicazione, istituzioni che definiscono il contesto normativo, operatori del settore che mettono in pratica le iniziative, piattaforme digitali che ne favoriscono la veicolazione, per sviluppare modelli comunicativi sostenibili ed a supporto della sostenibilità.

Principio 5 Educazione, Formazione e Consapevolezza Digitale

La rapidità della trasformazione digitale richiede un impegno condiviso di aziende e istituzioni nel garantire una formazione continua sia degli operatori della comunicazione che degli utenti finali. È essenziale diffondere la consapevolezza della natura e delle caratteristiche degli strumenti digitali, creando così un ecosistema comunicativo sostenibile e consapevole.

APPENDICE D (INFORMATIVA) DISCLOSURE

Con l'obiettivo di facilitare alle aziende l'adempimento delle esigenze di disclosure previste dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), è stata realizzata una mappatura tra i KPI previsti dalla norma e gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Tale allineamento consente di garantire che i dati raccolti e monitorati a livello di progetto e organizzativo non solo supportino le decisioni interne e l'ottimizzazione dei processi, ma siano anche utilizzabili per rispondere efficacemente agli obblighi di reporting esterno, facilitando la necessaria classificazione secondo gli standard previsti.

Ad ogni KPI è stato associato uno o più ESRS definiti come “principali”: essi identificano gli impatti prevalenti che sono direttamente collegati con l'indicatore in questione.

Eventualmente possono essere associati ad ogni KPI anche uno o più ESRS “secondari”: essi identificano impatti comunque correlati con l'indicatore in questione, ma solitamente come effetto secondario di un ESRS associato in modalità primaria.

Prospetto D.1 – Matrice di correlazione tra KPI e ESRS

KPI	INDICATORE	ESRS	SOTTOTEMA	SOTTO-SOTTOTEMA	TIPO
1.1	Riduzione delle barriere digitali	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali	Accesso a informazioni di qualità	P
		S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Accesso a prodotti e servizi	P
1.2	Affaticamento cognitivo	S4	Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Salute e sicurezza	P
1.3	Diversità e inclusione lavorativa	S1	Condizioni di lavoro	Parità di trattamento e di opportunità per tutti	P
		S2	Condizioni di lavoro	Parità di trattamento e di opportunità per tutti	P
1.4	Barriere di accesso per i diversamente abili	S1	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Occupazione e inclusione delle persone con disabilità	P
		S1	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Diversità	P
		S2	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Occupazione e inclusione delle persone con disabilità	P
		S2	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Diversità	P
1.5	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione /	P
				Accesso a prodotti e servizi	
1.6	Usabilità delle applicazioni	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali		P
1.7	Rappresentazione della diversità	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione	P
1.8	Attenzione alle diversità locali	S3	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità		P

2.1	Politiche per il lavoro sostenibile	S1	Condizioni di lavoro	Altri diritti connessi al lavoro	P
		S2	Condizioni di lavoro	Altri diritti connessi al lavoro	P
2.2	Welfare aziendale	S1	Condizioni di lavoro	Equilibrio tra vita professionale e vita privata / Salute e sicurezza / Orario di lavoro	P
		S2	Condizioni di lavoro	Equilibrio tra vita professionale e vita privata / Salute e sicurezza / Orario di lavoro	P
2.3	Copertura sanitaria	S1	Condizioni di lavoro	Salute e sicurezza	P
		S1	Condizioni di lavoro	Contrattazione collettiva/Dialogo sociale	P
		S2	Condizioni di lavoro	Salute e sicurezza	P
		S2	Condizioni di lavoro	Contrattazione collettiva/Dialogo sociale	P
2.4	Continuità di formazione e aggiornamento	S1	Parità di opportunità e di trattamento per tutti	Formazione e sviluppo delle competenze	P
2.5	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale	S1	Parità di opportunità e di trattamento per tutti	Formazione e sviluppo delle competenze	P
		E5			S
		E1	Energia		S
2.6	Parità di genere, in tutti i ruoli	S1	Parità di opportunità e di trattamento per tutti	Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore	P
		S2	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore	P
2.7	Parità salariale di genere	S1	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore	P
		S2	Parità di trattamento e opportunità per tutti	Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore	P
2.8	Condizioni di lavoro dignitose	S1	Condizioni di lavoro	Salari adeguati	P
		S2	Condizioni di lavoro	Salari adeguati	P
2.9	Equilibrio vita lavoro	S1	Condizioni di lavoro	Orari di lavoro	P
		S1	Condizioni di lavoro	Equilibrio fra vita professionale e vita privata	P
		S2	Condizioni di lavoro	Orari di lavoro	P
		S2	Condizioni di lavoro	Equilibrio fra vita professionale e vita privata	P
3.1	Responsabilità sociale	S4	Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Salute e sicurezza	P
3.2	Benessere digitale degli utenti	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Accesso a prodotti e servizi	P
3.3	Moderazione delle interazioni	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali		P
		G1	Cultura e integrità aziendale		S

UNI/PdR 187:2026

3.4	Comunicazione equilibrata e positiva	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali		
		G1	Cultura e integrità aziendale		S
4.1	Impatto sulla discriminazione di genere	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione	P
		S3	Diritti civili e politici delle comunità		P
4.2	Stereotipi, linguaggio e tono	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione	P
		S3	Diritti civili e politici delle comunità		P
4.3	Stereotipi di genere	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali		P
		S3	Diritti civili e politici delle comunità		P
4.4	Neutralità del design e del linguaggio	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Non discriminazione	P
5.1	Responsabilità nella creazione e distribuzione digitale	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori	Accesso a informazioni (di qualità)	P
5.2	Responsabilità nella comunicazione commerciale	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Pratiche commerciali responsabili	P
		G1	Cultura e integrità aziendale		S
5.3	Trasparenza dei dati	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori	Accesso a informazioni (di qualità)	P
5.4	Resilienza, durabilità e scalabilità dei contenuti	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori	Accesso a informazioni (di qualità)	P
		E5			S
5.5	Protezione dei dati personali	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori	Riservatezza	P
		S3	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	Impatti legati alla sicurezza	S
5.6	Controllo degli accessi	S4	Impatti legati alle informazioni per i consumatori		P
		S3	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	Impatti legati alla sicurezza	S
5.7	Manipolazione dei comportamenti	S4	Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Pratiche commerciali responsabili	P
		G1	Cultura e integrità aziendale		P
5.8	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto	E5			P
		E2			S
5.9	Impatto della comunicazione digitale sulla sostenibilità	-			
5.10	Livello di sostituzione della comunicazione tradizionale	-			
6.1	Strategia delle 5R	E5			P
		E1	Energia		S

		E2			S
6.2	Ottimizzazione delle risorse	E5			P
		E1	Energia		S
6.3	Sprechi digitali	E5			P
		E1	Energia		S
6.4	Sostenibilità ambientale dei materiali	E2			P
		E3			P
		E4	Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità		P
		E4	Impatti sull'estensione e sulla condizione degli ecosistemi		P
6.5	Comunicazione dell'impatto ambientale	G1	Cultura e integrità aziendale		P
		E2			P

APPENDICE E (INFORMATIVA)
MATRICE DI CORRELAZIONE CON KPI PRASSI UNI/PdR 147:2025

Alcuni indicatori della presente prassi, per lo più di tipo organizzativo, coincidono con indicatori presenti all'interno della prassi 147:2025.

Di seguito la tabella di correlazione dei codici degli indicatori in comune tra le due prassi:

Prospetto E.1 - Matrice di correlazione con KPI prassi UNI/PdR 147:2025

Indicatore Prassi COM	Indicatore 147	KPI
1.1	1.2.1	Riduzione delle barriere digitali
1.3	8.3.1	Diversità e inclusione lavorativa
1.4	8.3.2	Barriere di accesso per i diversamente abili
1.5	10.1.1	Accessibilità delle applicazioni, dei contenuti e dei dispositivi
1.6	10.1.2	Usabilità delle applicazioni
2.1	1.1.1	Politiche per il lavoro sostenibile
2.2	3.2.1	Welfare aziendale
2.3	3.2.2	Copertura sanitaria
2.4	4.1.1	Continuità di formazione e aggiornamento
2.5	4.1.2	Conoscenza dei principi della sostenibilità digitale
2.6	5.1.1	Parità di genere, in tutti i ruoli
2.7	5.1.2	Parità salariale di genere
2.8	8.1.1	Condizioni di lavoro dignitose
2.9	8.2.1	Equilibrio vita lavoro
3.2	3.1.2	Benessere digitale degli utenti
4.3	5.2.1	Stereotipi di genere
4.4	5.2.2	Neutralità del design e del linguaggio
5.5	10.2.1	Protezione dei dati personali
5.6	10.2.2	Controllo degli accessi
5.8	11.2.1	Utilizzo di contenuti, di dati o di codice aperto
6.1	12.1.1	Strategia delle 5R
6.4	13.1.1	Sostenibilità ambientale dei materiali

APPENDICE F (NORMATIVA)

VALUTAZIONE DI CONFORMITÀ DI TERZA PARTE (CERTIFICAZIONE) PER LE ORGANIZZAZIONI CHE HANNO IMPLEMENTATO UN SISTEMA DI GESTIONE PER LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE

Il presente prospetto definisce schematicamente gli elementi necessari, per un Organismo di Certificazione (OdC), per valutare la conformità alla presente UNI/PdR da parte di un'organizzazione, di qualunque forma giuridica e operante nel settore pubblico o privato.

Prospetto F.1 - Regole di certificazione

REGOLE DI CERTIFICAZIONE	
Norma di Accredimento degli OdC	UNI CEI EN ISO/IEC 17021-1:2015
UNI/PdR di certificazione	La presente UNI/PdR.
Soggetti che possono richiedere la certificazione	La certificazione ai sensi della presente UNI/PdR può essere richiesta da qualunque tipo di organizzazione, di qualsiasi dimensione e forma giuridica, operante nel settore pubblico o privato.
Possibili esclusioni	La certificazione viene rilasciata a una entità giuridica (<i>legal entity</i>) o, con le precisazioni di seguito descritte, a “un gruppo di società”, e deve considerare tutti i siti, filiali, sedi secondarie, attività e processi effettivamente svolti dall'organizzazione. È possibile rilasciare una certificazione di “gruppo” che ricomprenda diverse entità giuridiche, ma solo in presenza di una struttura organizzativa “centralizzata” che gestisce e controlla la compliance per tutte le società del gruppo (si veda IAF MD01). Non sono ammesse esclusioni di processi/funzioni, mentre è possibile escludere, in una certificazione di gruppo, delle singole <i>legal entity</i> .
Requisiti strutturali minimi dell'OdC	Accreditamento per Sistemi di Gestione: Qualità, Ambientale, Salute e Sicurezza sul Lavoro
Criteri di competenza del Gruppo di verifica	Nel gruppo di audit le competenze si ritengono soddisfatte quando, tenendo conto delle competenze complessive del gruppo (auditor ed eventuali esperti/e tecnici/che) sia presente: – almeno un/una componente qualificato/a per le valutazioni di sistemi di gestione per la qualità ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015+A1:2024. Qualificato per il settore EAC 33 e EAC 35. Tale componente deve altresì dimostrare la conoscenza approfondita e documentata della presente UNI/PdR e UNI/PdR 147:2025

REGOLE DI CERTIFICAZIONE	
	<p>Nel gruppo di verifica, in aggiunta alle competenze sui sistemi di gestione e alla gestione degli audit, devono essere presenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> – altro/altra professionista che dimostri significativa e consolidata esperienza documentata nel settore specifico in cui opera l'organizzazione sottoposta al processo di certificazione in accordo alla presente UNI/PdR, e conoscenza della normativa applicabile. <p>Nel team di verifica possono partecipare anche altri/e esperti/e, scelti di volta in volta in base al contesto di riferimento e tenendo in considerazione le aree di riferimento che devono essere sottoposte a valutazione.</p> <p>La presenza di altri/e esperti/e non è obbligatoria ma eventualmente necessaria per completare le competenze del gruppo di audit se non già soddisfatte.</p>
<p>Criteria di competenza del comitato di delibera (o del <i>decision maker</i>)</p>	<p>I requisiti di competenza del comitato di delibera si ritengono soddisfatti quando siano presenti uno o più membri che nel loro insieme rispondano ai requisiti di competenza necessari per la valutazione di una certificazione UNI EN ISO 9001:2015+A1:2024 e possono dimostrare la conoscenza della presente UNI/PdR e la competenza nel settore EAC 33 e EAC 35</p>
<p>Tempi di audit e periodicità degli audit di terza parte</p>	<p>Si applicano i requisiti applicabili della UNI CEI EN ISO/IEC 17021-1:2015. Si applica il documento IAF MD 05: Table QMS 1 - Quality Management Systems Low Risk</p> <p>Il tempo impiegato dagli/dalle esperti/e (esperti/e tecnici/che), ai fini della durata dell'audit, può essere conteggiato al 50%. La presenza dell'esperto/a è necessaria quando vengono valutati gli indicatori aziendali previsti nella presente UNI/PdR.</p> <p>Nel caso in cui l'Organizzazione oggetto di Certificazione in accordo al presente schema disponga di una Certificazione rilasciata da un ente accreditato in accordo ai requisiti della Uni/PdR 147:2025, a parità di campo applicativo, è prevista una ulteriore riduzione del 33% dei tempi di verifica per l'audit iniziale, nella misura massima di 2gg/uomo di verifica e del 25% per le verifiche di sorveglianza e rinnovo, nella misura massima di 1g/uomo. Tali riduzioni si applicano soltanto se, al momento dello svolgimento della verifica, la Certificazione in accordo alla UNI/PdR 147:2025 è valida.</p>

Modalità di svolgimento dell'audit	<p>La documentazione di audit deve riportare, fra le altre registrazioni, anche quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il perimetro e l'applicabilità della presente UNI/PdR, con la definizione degli indirizzi legali e operativi della/e sede/i dell'organizzazione, - la mappatura dei processi (interni ed esterni) e l'elenco delle relative leggi, norme e regolamenti applicabili riferibili sostenibilità digitale, - la mappatura dei processi (interni ed esterni) e l'elenco delle relative leggi, norme e regolamenti applicabili riferibili sostenibilità digitale, - le cause giudiziarie, i reclami, o gli incidenti mediatici riferiti a episodi di presunta violazione di impegni di sostenibilità digitale in cui è eventualmente coinvolta l'organizzazione, - la registrazione delle evidenze in apposite check list/documenti di supporto per il gruppo di audit. Tale documentazione deve tenere conto del grado di applicazione dei requisiti definiti nella presente UNI/PdR, <ul style="list-style-type: none"> - requisiti sistemici come ad esempio: la definizione della politica, degli obiettivi, del piano strategico e del risultato del monitoraggio del sistema, - requisiti operativi: la definizione, le modalità e la frequenza di misurazione degli indicatori qualitativi e quantitativi.
------------------------------------	---

REGOLE DI CERTIFICAZIONE

Scopo del certificato	I criteri per la formulazione dello scopo del certificato sono gli stessi già applicati per la certificazione di sistemi di gestione, con particolare attenzione al campo di applicazione del sistema di gestione, che deve menzionare le "Misure per garantire il rispetto degli obiettivi per la Comunicazione della Sostenibilità Digitale".
Documenti IAF applicabili	Trovano applicazione tutti i documenti IAF relativi ai sistemi di gestione, fatto salvo quanto chiarito in precedenza sul documento IAF MD 05.
Riferimento alla certificazione e utilizzo del Marchio UNI	<p>In aggiunta a quanto previsto dal punto 8.3 della UNI CEI EN ISO/IEC 17021-1:2015, l'OdC deve disporre di regole che consentano all'organizzazione di dichiarare la propria conformità alla presente UNI/PdR nel modo seguente:</p> <p>Organizzazione (<i>nome o marca</i>) con sistema di gestione per la comunicazione della sostenibilità digitale certificato ai sensi della UNI/PdR 125:2022 dall'Organismo di Certificazione (<i>nome dell'OdC</i>) con Marchio UNI.</p> <p>L'OdC deve pertanto disporre di regole per la concessione della licenza d'uso del proprio marchio di certificazione di sistemi di gestione che ne preveda l'utilizzo combinato al Marchio UNI "Organizzazioni".</p> <p>L'utilizzo combinato del marchio dell'OdC e del Marchio UNI "Organizzazioni", deve essere permesso a partire dalla data di emissione del certificato da parte dell'organismo.</p> <p>NOTA: Il Marchio di conformità UNI "Organizzazioni" ha lo scopo di attestare che i requisiti di un sistema di gestione certificato siano stabiliti dall'UNI tramite la pubblicazione di norme o prassi di riferimento.</p>

APPENDICE G (NORMATIVA) DESCRIZIONE DELLO SCHEMA DI CERTIFICAZIONE

1. Scopo dello Schema

Lo schema di certificazione per la presente prassi mira a valutare e certificare la capacità di un Organizzazione di assicurare la gestione della Comunicazione della sostenibilità digitale e, allineando la certificazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030.

2. Fasi del Processo di Certificazione

- **Fase Preliminare:**
- Prima dello svolgimento delle attività di verifica, l'Organizzazione dovrà:
 - Predisporre e rendere disponibili alla valutazione politiche, prassi, procedure e processi attraverso le quali essa attua quanto previsto dalla presente PdR.
 - Rendere disponibili tutte le Certificazioni e Attestazioni di Sistema, Processo, Prodotto o Servizio o allo scopo di consentire, all'Organismo di Certificazione selezionato, estensione, durata e costo delle attività di verifica da condurre. In particolare, l'Organizzazione dovrà comunicare all'Organismo di Certificazione se essa ha in corso, o ha già concluso, un percorso di certificazione con riferimento alla UNI/PdR 147:2025. Laddove l'Organizzazione disponga di una certificazione accreditata in accordo alla UNI/PdR 147:2025, l'Organismo di Certificazione durante le diverse attività di Verifica (Audit Iniziale, Verifiche di Sorveglianza, Rinnovo) dovrà limitare l'ambito delle proprie attività di verifica ai soli processi correlabili ai 26 KPI di Comunicazione, previa analisi e valutazione dei rapporti di verifica relativi alla Certificazione UNI/PdR 147:2025.
 - Predisporre e rendere disponibile alla valutazione il Piano di Azione
- **Autovalutazione dell'organizzazione con riferimento ai KPI indicati dalla prassi.**
- **Audit Iniziale:**

Un organismo di certificazione accreditato eseguirà un audit per valutare la conformità ai requisiti di comunicazione della sostenibilità digitale. Questo audit includerà l'analisi della documentazione (politiche, procedure e piano di azione), la verifica dell'attuazione degli impegni in essa contenuti (Obiettivi), l'analisi dei risultati e delle evidenze di attuazione (con particolare riferimento ai KPI) del piano di azione attraverso verifiche a campione svolte sui processi chiave, sulle iniziative e sui progetti di comunicazione della sostenibilità digitale ai KPI. Le attività di audit prenderanno in considerazione anche gli aspetti organizzativi ed i processi aziendali di supporto alla conduzione di iniziative di Trasformazione Digitale. L'estensione d In particolare, le attività di Audit avranno il compito di assicurare che gli impegni assunti dalla Direzione siano opportunamente trasferiti ai fornitori coinvolti nei progetti di trasformazione digitale. Le attività di Audit On-Site potranno essere condotte in concomitanza con Audit relativi ad altri processi Certificazione o Verifica affini, a condizione che l'Organismo di Certificazione sia lo stesso e che il team di Verifica messo a disposizione dall'OdC soddisfi i necessari criteri di qualificazione.

Condizione necessaria, ma non sufficiente, affinché l'audit possa essere valutato con esito positivo, è che almeno l'80% dei KPI identificati dall'organizzazione a livello di progetto, processo o altra iniziativa abbiano conseguito un valore 0,50 (Defined) che sia stato confermato dall'esito delle verifiche a campione eseguite dal Team di Audit nominato dall'OdC,

- **Certificazione:**
In caso di esito positivo dell'audit, e di delibera da parte del comitato dell'OdC, l'organizzazione riceverà la certificazione di conformità ai requisiti della presente prassi. La certificazione è valida per tre anni, con audit di sorveglianza annuali.
- **Audit di Sorveglianza:**
Audit periodici per monitorare il mantenimento dei requisiti e la continua conformità ai KPI.
Condizione necessaria, ma non sufficiente, affinché l'audit possa essere valutato con esito positivo, è che almeno l'80% dei KPI identificati dall'organizzazione a livello di progetto, processo o altra iniziativa abbiano conseguito un valore 0,50 (Defined) che sia stato confermato dall'esito delle verifiche a campione eseguite dal Team di Audit nominato dall'OdC,
- **Rinnovo della Certificazione:**
Dopo tre anni, l'organizzazione potrà richiedere il rinnovo della certificazione, soggetto a una nuova valutazione completa.

3. Struttura dello Schema di Valutazione

KPI:

I KPI sono valutati su una scala da 1 a 5, con un livello minimo di certificabilità fissato a 3. La personalizzazione dei pesi dei KPI permette di adattare lo schema alle specificità del progetto.

- **Pesi:**
I pesi dei KPI non applicabili possono essere azzerati. Questo offre flessibilità e garantisce che la valutazione rifletta la realtà operativa dell'organizzazione.
- **Flessibilità dei Criteri:**
Nei criteri di conformità, è possibile aggiungere l'espressione "o similare" per consentire l'adozione di standard equivalenti o similari ai requisiti normativi indicati.

4. Audit e Metodologia di Valutazione

Competenza degli Auditor:

Gli auditor dovranno avere esperienza specifica nella Comunicazione e nella sostenibilità digitale e nei sistemi di gestione ISO pertinenti. Devono essere formati per valutare l'efficacia dei processi di digitalizzazione sostenibile.

- **Audit Documentale:**
Verifica della documentazione presentata dall'organizzazione (politiche, report, analisi dei KPI). Analisi delle Certificazioni e delle Attestazioni già rilasciate all'organizzazione.
Calibrazione delle attività On-Site.
- **Audit On-Site:**
Valutazione diretta dei processi operativi e della loro conformità ai KPI. Gli auditor dovranno verificare che i KPI siano implementati correttamente nelle fasi del ciclo di vita del progetto, all'interno dell'organizzazione, nell'ambito dei processi di procurement dei fornitori coinvolti nei progetti e nei processi impattanti le iniziative di Trasformazione Digitale. **Le attività di Audit On-Site** potranno essere condotte in concomitanza con Audit relativi ad altri processi Certificazione o Verifica affini, a condizione che l'Organismo di Certificazione sia lo stesso e che il team di Verifica messo a disposizione dall'OdC soddisfi i necessari criteri di qualificazione.
Gestione delle Non Conformità: Le non conformità dovranno essere gestite con azioni correttive entro un termine definito dall'organismo di certificazione. L'organizzazione deve fornire evidenza dell'implementazione delle azioni correttive.

5. Validità e Rinnovo della Certificazione

La certificazione è valida per un periodo di 3 anni. Durante questo periodo, sono condotti audit annuali di sorveglianza per monitorare il mantenimento dei requisiti.

Alla scadenza del periodo di validità, l'organizzazione potrà richiedere il rinnovo della certificazione, con un nuovo audit completo.

6. Comunicazione e Trasparenza

L'organizzazione certificata dovrà comunicare in modo trasparente i risultati raggiunti in termini di sostenibilità digitale e mettere a disposizione le informazioni chiave sui processi certificati, comprese le politiche di miglioramento continuo.

BIBLIOGRAFIA

- [1] UNI/PdR 164:2024 - Pubblicità accessibile e inclusiva - Principi, requisiti e linee guida per il servizio universale di comunicazione commerciale multicanale
- [2] Aksin-Sivrikaya Sezen, Bhattacharya C.B. Sustainability in a digital world. Springer; Cham: 2017. Where digitalization meets sustainability: Opportunities and challenges; pp. 37-49
- [3] Bradley, K. (2007). Defining digital sustainability. Library Trends, 56(1), 148-163
- [4] CISQ, Green IT Measure <https://www.it-cisq.org/standards/green-it-measure/>
- [5] Commissione europea (2015), Direttiva di conformità materiali e sostanze pericolose UE 2015/863 (RoHS III) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L0863&from=EN>
- [6] Dapp, M. 2013. Open Government Data and Free Software - Cornerstones of a Digital Sustainability Agenda. In The 2013 Open Reader - Stories and articles inspired by OKCon 2013: Open Data, Broad, Deep, Connected
- [7] EnergyStar, Energy Efficient Products for Businesses (USA) <https://www.energystar.gov/products/business>
- [8] Epifani, S. (2020). Sostenibilità Digitale: perché la sostenibilità non può fare a meno della trasformazione digitale. Edizioni Digital Transformation Institute
- [9] Fondazione per la sostenibilità digitale (2022), Decalogo della sostenibilità digitale <https://sostenibilitadigitale.it/advocacy/decalogo-della-sostenibilita-digitale/>
- [10] Fondazione per la sostenibilità digitale (2022), Sustainable Coding <https://sostenibilitadigitale.it/advocacy/sustainable-coding/>
- [11] George, G., Merrill, R. K., & Schillebeeckx, S. J. (2021). Digital sustainability and entrepreneurship: How digital innovations are helping tackle climate change and sustainable development. Entrepreneurship Theory and Practice, 45(5), 999-1027
- [12] Guglielmi, L. (2022). Sostenibilità, il ruolo del digitale, in Datamanager <https://www.datamanager.it/2022/04/sostenibilita-il-ruolo-del-digitale/>
- [13] Hagberg, J., Sundstrom, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The digitalization of retailing: an exploratory framework. International Journal of Retail & Distribution Management
- [14] Legner, C., Eymann, T., Hess, T., Matt, C., Böhmman, T., Drews, P., & Ahlemann, F. (2017). Digitalization: opportunity and challenge for the business and information systems engineering community. Business & information systems engineering, 59(4), 301-308
- [15] Martin D.M., & Schouten, J.W. (2012) Sustainable marketing. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall
- [16] Moore, R. (2008). Towards a Theory of Digital Preservation. International Journal of Digital Curation, 3, 1, 63-75
- [17] OWASP (2021), OWASP Top Ten <https://owasp.org/www-project-top-ten>
- [18] Parlamento europeo (2016), regolamento (UE) 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=IT>
- [19] Project Management Institute (PMI) Guida PMBOK 2021
- [20] Sparviero, S., & Ragnedda, M. (2021). Towards digital sustainability: the long journey to the sustainable development goals 2030. Digital Policy, Regulation and Governance

- [21] TCO, Efficienza energetica dispositivi (Svezia) <https://tcocertified.com/criteria-documents/>
- [22] UNDP, Agenda 2030 <https://www.undp.org/tag/agenda-2030>
- [23] UNDP, Gli obiettivi di sviluppo sostenibile <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
- [24] Vial, G. (2019), Understanding digital transformation: A review and a research agenda. Journal of Strategic Information Systems, 28, 118-144
- [25] W3C, (2018) Recommendation Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>
- [26] World Commission on Environment and Development, & Brundtland, G. H. (1987). Presentation of the Report of World Commission on Environment and Development to African and International and Non-governmental Organizations June 7, 1987, Nairobi, Kenya. World Commission on Environment and Development
- [27] Yoo, Y. (2010). Digitalization and innovation (No. 10-09). Institute of Innovation Research, Hitotsubashi University
- [28] Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio del 18 giugno 2020 relativo all'istituzione di un quadro che favorisce gli investimenti sostenibili e recante modifica del Regolamento (UE) 2019/2088
- [29] Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale <https://www.iap.it/codice-e-altre-fonti/il-codice/>
- [30] UNESCO, Guidelines for Regulating Digital Platforms (2023)
- [31] Commissione europea – Ethics Guidelines for Trustworthy AI (2019)
- [32] AI4People – Framework for an Ethical AI in Europe (2018)
- [33] Consiglio d'Europa – Recommendation on the impact of digital technologies on freedom of expression (2022) Agenda 2030 delle Nazioni Unite – Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)
- [34] UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners
- [35] Manifesto per la Sostenibilità Digitale – Fondazione per la Sostenibilità Digitale
- [36] Manifesto per la Sostenibilità Digitale dell'Intelligenza Artificiale – Fondazione per la Sostenibilità Digitale
- [37] Sostenibilità digitale - IAB Italia - Interactive Advertising Bureau, 9 settembre 2025 <https://iab.it/iab-italia-pubblica-il-white-paper-sostenibilita-del-digitale/>





UNI Ente Italiano di Normazione
Membro italiano ISO e CEN

Via Sannio, 2 - 20137 Milano
Via del Collegio Capranica, 4 - 00186 Roma

www.uni.com



[normeUNI](https://www.linkedin.com/company/normeUNI)



[@normeUNI](https://twitter.com/normeUNI)



[normeUNI](https://www.youtube.com/channel/UCnormeUNI)