

Brief B) Proposto da FERPI- Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

1) Cliente: FERPI

Dal 1970 FERPI è l'associazione che rappresenta in Italia i professionisti delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione. I soci e le socie FERPI operano come liberi professionisti, dirigenti, funzionari, dipendenti e collaboratori di aziende, enti pubblici, enti del Terzo Settore, docenti universitari. Partecipano alla vita di FERPI anche studenti e neolaureati.

2) Campagna di sensibilizzazione contro la discriminazione di genere e molestie sul lavoro subite dalle donne

PREMESSA: Nasce a Luglio 2023 la COMMISSIONE FERPI "RELAZIONI DI GENERE" per promuovere la cultura del rispetto fra i generi e individuare azioni concrete di contrasto a violenza, molestie e discriminazioni. Più del 50% dei soci FERPI sono donne, tra cui molte già attive in associazioni contro la violenza e le discriminazioni di genere.

Finalità della Commissione "Relazioni di genere" è ispirare un nuovo paradigma, finalmente pensato da donne e uomini insieme, con l'obiettivo di elaborare un piano per accrescere consapevolezza, nell'ambito professionale dei comunicatori e dei relatori pubblici e nel Paese tutto. La consapevolezza che è necessario un cambiamento culturale forte e radicato che favorisca la prevenzione e la massima tutela nei casi di abuso. A partire dall'interno di ogni organizzazione.

Le aree di lavoro della Commissione "Relazioni di genere":

Iniziative	Linguaggio e formazione	Analisi dei media	Strumenti di parità
Patrocinare eventi e iniziative in linea con la mission della Commissione della Ferpi, attraverso la presenza di relatori Soci che condivideranno il lavoro sul tema	Allargare il piano di formazione con moduli formativi contro gli stereotipi, le molestie e la violenza di genere	Costruire un cruscotto di misurazione del fenomeno per effettuare analisi di confronto nel tempo	Promuovere tutti gli strumenti oggi disponibili - o immaginabili - utili a incentivare le buone pratiche (bilanci di genere, Certificazione della Parità di Genere, bolli, etc.)
Monitorare l'equal panel nella organizzazione degli eventi e sollecitare il rispetto dello stesso	Inserire nelle piattaforme di Intelligenza Artificiale articoli in cui si parla di parità di genere, per allenarle nel linguaggio.	Realizzare Report periodici	Creare criteri e linee guida per il whistleblowing (denuncia di irregolarità)
Promuovere campagne di comunicazione destinate a sensibilizzare sul tema			Istituire uno sportello per il supporto legale e l'assistenza in vicende riconducibili a casi di discriminazioni delle professioniste vittime di pratiche inique, abusi o testimoni di essi
			Proporre il deferimento immediato alle funzioni preposte di eventuali comportamenti scorretti con il fine di espellere dall'associazione chi ne è stato riconosciuto responsabile.

Scenario di riferimento

Legge 15 gennaio 2021, n.4 CONVENZIONE SULL'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA E DELLE MOLESTIE NEL MONDO DEL LAVORO (Ratifica ed esecuzione della Convenzione dell'Organizzazione internazionale del lavoro n. 190 sull'eliminazione della violenza e delle molestie sul luogo di lavoro, adottata a Ginevra)

L'articolo 1 della suindicata Legge - pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana - inizia così:

1. Ai fini della presente Convenzione:

- a) l'espressione «violenza e molestie» nel mondo del lavoro indica un insieme di pratiche e di comportamenti inaccettabili, o la minaccia di porli in essere, sia in un'unica occasione, sia ripetutamente, che si prefiggano, causino o possano comportare un danno fisico, psicologico, sessuale o economico, e include la violenza e le molestie di genere;
- b) l'espressione «violenza e molestie di genere» indica la violenza e le molestie nei confronti di persone in ragione del loro sesso o genere, o che colpiscano in modo sproporzionato persone di un sesso o genere specifico, ivi comprese le molestie sessuali.

In Italia, pertanto, esiste una legge che contrasta il fenomeno della violenza e delle molestie sul lavoro, incluse le molestie sessuali, e tuttavia lo stesso non sembra attenuarsi.

In particolare, e in riferimento alle molestie di genere:

Sono un milione 404 mila le donne che nel corso della loro vita lavorativa hanno subito molestie fisiche o ricatti sessuali sul posto di lavoro. Rappresentano l'8,9% per cento delle lavoratrici attuali o passate, incluse le donne in cerca di occupazione. Nei tre anni precedenti all'indagine, ovvero fra il 2013 e il 2016, hanno subito questi episodi oltre 425 mila donne (il 2,7%). La percentuale di coloro che hanno subito molestie o ricatti sessuali sul lavoro negli ultimi tre anni è maggiore della media del 2,7% tra le donne da 25 a 34 anni (3,1%) e fra le 35-44enni (3,3%) Fonte ISTAT (2016)

3) Pubblico obiettivo (TARGET)

Due livelli di pubblico:

- 1_ SPECIFICO Tutti coloro che lavorano in azienda, in azienda o che nel mondo del lavoro assistono o subiscono casi di discriminazione di genere e molestie.
- 2_ ALLARGATO Sensibilizzare e raggiungere l'opinione pubblica, tutte le fasce sociali e di età, a partire dai più giovani, affinché si prenda maggiormente coscienza da parte di ognuno che violenza e molestie sul lavoro rappresentano una evidente falla nel sistema relazionale tra persone in Italia.

4) Posizione attuale

Proprio sul lavoro, e quindi nell'ambito e nei luoghi dove "ogni cittadino ha il dovere di svolgere, secondo le proprie possibilità e la propria scelta, un'attività o una funzione che concorra al progresso materiale o spirituale della società" (dall'art.4 della nostra Costituzione) tali deprecabili comportamenti avvengono di frequente e molte volte non vengono denunciati da chi li subisce per una serie di motivi, spesso riconducibili all'attività lavorativa stessa. Sono soprattutto le donne ad essere vittime di manifestazioni di violenza e molestie sul lavoro. Dalla battuta allusiva all'apprezzamento non richiesto, fino al ricatto sessuale, oppure alla discriminazione subita, semmai in favore di un altro collega, uomo; queste sono alcune delle suddette situazioni. Che sia fisica o psicologica, la violenza sulle donne è ricorrente, pura realtà di un Paese che, in alcuni casi, non è facile definire civile. E questa realtà è anche un evidente problema culturale.

4) Posizione desiderata (OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA):

Due obiettivi:

- 1_ SPECIFICO L'ambito lavorativo deve rappresentare un'opportunità e una crescita professionale per tutti, senza distinzioni; è necessaria equità e perciò rispetto dei diritti delle donne. Violenze e molestie sul lavoro sono gli ostacoli che vanno abbattuti per eliminare la disuguaglianza tra lavoratori e lavoratrici, che esisterà fino a quando mancheranno rispetto, e giusti comportamenti.

Questo problema culturale e questo errato "modus operandi" nella quotidianità di tanti vanno affrontati anche con una

costante opera di sensibilizzazione e di comunicazione all'opinione pubblica. L'obiettivo della campagna deve essere appunto quello di far emergere nella sua gravità l'attuale situazione di molte donne sul proprio posto di lavoro, perché violenze e molestie possono creare disagio non solo alla singola persona ma avere ripercussioni sulla famiglia e sul contesto sociale.

2_COLLATERALE Far conoscere l'esistenza della Commissione "Relazioni di Genere" della FERPI, punto di riferimento per i professionisti del settore

6) "Tono della comunicazione"

Il messaggio deve essere, diretto e coinvolgente. Adatto ad essere declinato sia sui media classici che digitali, visto che i social appartengono sempre più al nostro quotidiano e che vengono sempre più spesso ripresi dai media e dall'informazione tradizionale.

E' richiesto l'uso del marchio FERPI.

#TheYoungestAward

Per informazioni, incontri, sui brief del XXII Spot School Award scrivere a:

info@spotschoolaward.it

o collegarsi al sito ufficiale www.spotschoolaward.it