



**Comune di Ravenna  
Il Consiglio comunale**

P.G. 58385/2015

Ravenna 28.04.2015

**ORDINE DEL GIORNO**

Promuovere i principi di autodisciplina della comunicazione commerciale in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della persona

**IL CONSIGLIO COMUNALE DI RAVENNA**

**PREMESSO CHE**

Il dibattito intorno alla pubblicità sessista si è intensificato nel nostro paese così come nel resto del mondo e che la sensibilità dell'opinione pubblica è cambiata ed è più attenta a questi temi;

istituzioni internazionali e nazionali si sono espresse negli ultimi venti anni nella direzione di richiedere un deciso cambiamento dell'utilizzo della immagine della donna nei mezzi di comunicazione, tenendo conto dei mutamenti intervenuti nella società contemporanea, promuovendo una immagine equilibrata e non stereotipata nei media;

la IV Conferenza Mondiale della Donna organizzata dalle Nazioni Unite (Pechino 1995) ha posto l'accento sulla perdurante diffusione di immagini femminili negative e degradanti nei mezzi di comunicazione di massa in quanto la maggioranza dei paesi non fornisce una rappresentazione equilibrata della diversità della vita delle donne e del loro contributo alla società in un mondo in trasformazione bensì sfrutta in modo sessista la loro immagine;

il Parlamento Europeo nel 2002 ha dedicato la propria Raccomandazione 1555 al tema dell'immagine della donna nei media, equiparando il concetto di sessismo a quello di razzismo e sollecitando leggi sull'uguaglianza di genere nei media e la promozione di codici di autoregolamentazione su donne e media;

nel 2005 la 49° sessione della Commissione ONU sulla condizione della donna (CSW) ha rinnovato l'impegno assunto dieci anni prima a Pechino di fronte al perdurare di disuguaglianze e discriminazioni di genere in ogni società;

la Risoluzione del Parlamento Europeo del 2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini considera che la pubblicità sui media è parte della vita quotidiana di tutti e che risulta quindi particolarmente importante introdurre norme giuridiche o codici di condotta tesi ad impedire la trasmissione di messaggi discriminatori o degradanti, basati in particolare sugli stereotipi di genere, o che incitino alla violenza;

Considerato che la Convenzione di Istanbul è entrata in vigore nel nostro Paese il 1 agosto 2014 - Convenzione del Consiglio d'Europa sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica, e prevede l'impegno a promuovere il rispetto della dignità della persona e il contrasto dei ruoli di genere stereotipati nei mass media;

Rilevato che nel 2013 il Ministro del lavoro e delle politiche sociali con delega alle pari opportunità ha sottoscritto un Protocollo d'Intesa con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per l'attuazione di forme di collaborazione e assumendo l'impegno a denunciare, anche su segnalazione dei cittadini, le comunicazioni commerciali che ritenga lesive della dignità della donna o che contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne.

Verificato che il 6 marzo 2014 ANCI ha sottoscritto un Protocollo di Intesa con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per attuare forme di collaborazione affinché gli operatori di pubblicità ed i loro utenti:

- adottino modelli di comunicazione che non contengano immagini e rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitino ad atti di violenza sulle donne;

- tutelino la dignità della donna, rispettino il principio di pari opportunità e diffondano valori positivi sulla figura femminile;

- siano attenti alla rappresentazione dei generi, rispettosi delle identità di donne e uomini, coerenti con l'evoluzione dei ruoli nella società; evitino il ricorso a stereotipi di genere.

Considerato che il Protocollo ANCI/IAP intende ampliare l'efficacia del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, spingendo gli inserzionisti pubblicitari che utilizzano le affissioni locali ad adottare modelli di comunicazione ispirati al rispetto della dignità della donna e del principio di pari opportunità.

Considerato inoltre che ANCI invita i Comuni a regolamentare la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni nella direzione espressa dall'Intesa ed ha fornito indicazioni sui possibili dispositivi che le amministrazioni potrebbero attuare.

Visto il Protocollo d'Intesa "DONNE E Media" sottoscritto da Regione Emilia Romagna, CoReCom, Università degli Studi di Bologna e associazioni di categoria il 25 marzo 2014 per promuovere una rappresentazione rispettosa del genere femminile nell'ambito dell'informazione e della comunicazione.

Considerato che la Legge Regionale n. 6 "legge quadro per la parità e contro le discriminazioni di genere" approvata il 25 giugno 2014 dedica il Titolo VIII alla rappresentazione femminile nella comunicazione e ritiene fondamentale promuovere un uso responsabile, di tutti gli strumenti di comunicazione fin dai primi anni di vita, affinché i messaggi, sotto qualunque forma e mezzo espressi, discriminatori o degradanti, basati sul genere e sugli stereotipi di genere siano compresi, decodificati e superati.

Considerato inoltre che la Regione, attraverso il CORECOM nei casi di utilizzo offensivo o discriminatorio dell'immagine della donna si fa parte attiva per segnalare ai soggetti competenti la presenza di comportamenti non conformi ai codice dell'autodisciplina della comunicazione commerciale.

#### **INVITA IL SINDACO E LA GIUNTA**

A dare attuazione e a recepire i principi del codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, con particolare riferimento agli articoli 9 e 10, in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della persona, recepiti nel protocollo d'intesa sottoscritto dall'ANCI e lo IAP, Istituto di Autodisciplina Pubblicitario, nel marzo 2014;

A proporre al Consiglio comunale le modifiche ai Regolamenti comunali in materia di pubblicità, con clausole che:

-Prevedano e regolamentino, previo parere dell'Osservatorio di cui al provvedimento Dirigenziale del 24/12/2010, l'adesione alle norme del codice di autodisciplina da parte dei gestori degli impianti pubblicitari presenti sul territorio comunale, anche al fine di dissuadere i diversi soggetti interessati dal promuovere la pubblicità lesiva della dignità delle persone ed obbligarli a conformarsi alle decisioni degli organi autodisciplinari nonché a regolamentare, previo parere consultivo dell'Osservatorio, i rapporti tra gestori degli impianti pubblicitari comunali e concessionari o sub. concessionari, che dovranno – in virtù di accordi contrattualmente assunti- accettare le norme del codice di autodisciplina anche al fine di dissuadere i diversi soggetti interessati dal promuovere la pubblicità lesiva della dignità delle persone ed obbligarli a conformarsi alle decisioni degli organi autodisciplinari

-Prevedano che le immagini pubblicate non dovranno essere equiparate ad oggetti in maniera sessista.

#### **INVITA INFINE IL SINDACO**

A inviare una nota al Parlamento Italiano affinché si adoperi per colmare l'attuale vuoto normativo, legiferando in materia di prevenzione e contrasto di ogni forma di comunicazione e pubblicità commerciale discriminatoria, sessista e lesiva della dignità della persona.

<i>Brunelli Valentina</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Lippi Benedetta</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Mantovani Mariella</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Molducci Livia</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Morigi Ilaria</i>	Presidente Commissione per le pari Opportunità
<i>Santarella Francesca</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Savorelli Silvia</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Strocchi Patrizia</i>	Componente Commissione per le pari Opportunità
<i>Baroni Giovanna</i>	Componente esterna Commissione per le pari Opportunità