

3 dicembre 2023 – Giornata Internazionale dei Diritti delle Persone con Disabilità

AL VIA "SHOWREAL" LA CAMPAGNA CHE PROMUOVE IL CAMBIAMENTO NELLA RAPPRESENTAZIONE DELLA DISABILITÀ IN COMUNICAZIONE

Valore D, Fondazione Diversity, OBE – Osservatorio Branded Entertainment e YAM112003 - con la partecipazione di tre creator con disabilità - Arianna Talamona, Ludovica Billi e Marco Andriano - si uniscono per sensibilizzare le aziende e il mondo della comunicazione a cambiare prospettiva adottando una rappresentazione autentica delle persone con disabilità

Milano, 1 dicembre 2023 - **Rompere gli stereotipi, cambiare la narrazione, promuovere una rappresentazione più autentica delle persone con disabilità** per accelerare il processo di inclusione. È da questa esigenza profonda che nasce la **campagna "showREAL"**, ideata e promossa da **Valore D, Fondazione Diversity, OBE – Osservatorio Branded Entertainment e YAM112003**, con la collaborazione di un team di professioniste e professionisti con disabilità tra cui **Marina Cuollo, D&I Consultant di Diversity Lab e Arianna Talamona, Content Strategist di YAM112003**.

A partire dal **primo dicembre** – in occasione della **Giornata Internazionale dei Diritti delle Persone con Disabilità** che ricorre il **3 dicembre** - la campagna sarà diffusa e visibile sui canali social dei partner di progetto e sulla [landing page dedicata](#) studiata e realizzata per essere accessibile grazie ai partner tecnici **AccessiWay e Incode**.

Su quasi **450.000 pubblicità** in prima serata sulla TV via cavo e via etere nel febbraio 2021 negli USA, solo l'**1%** includeva la **rappresentazione di temi, immagini o argomenti legati alla disabilità** (dati Nielsen Ad Intel). Eppure, le persone con disabilità rappresentano circa il **26% della popolazione degli Stati Uniti e il 24% dell'Unione Europea** (dati Eurostat, 2019 e Nielsen Ad Intel).

È un quadro desolante e allarmante ma è anche una sfida che i partner del progetto hanno deciso di affrontare insieme con l'obiettivo di **spingere le aziende e il mondo della comunicazione a cambiare prospettiva, rappresentando di più e in maniera più autentica la disabilità**.

Per fare massa critica, i partner di progetto hanno fatto leva sulle proprie mission e competenze: **Valore D** sull'attenzione ai temi della diversità condivisa con i suoi numerosi associati, **Fondazione Diversity** sulla sua esperienza rispetto a rappresentazione, comunicazione e linguaggio inclusivi nel mondo del lavoro, dei media e della società civile, **OBE – Osservatorio Branded Entertainment**, sull'obiettivo di promuovere narrazioni di marca sempre più rispettose di tutte le persone per creare impatto sociale e **YAM112003**, agenzia di comunicazione da sempre attiva sui temi della Diversity, Equity & Inclusion, sulla creatività e sull'impegno come motore del cambiamento.

La campagna “showREAL” rompe gli schemi e si fa portatrice di questa realtà. L'iniziativa utilizza il linguaggio visivo dei casting di attori e attrici, gli showreel, in cui si dimostrano le proprie capacità recitative attraverso piccole scene legate a diversi ambiti di consumo, ma ne rinnova la dicitura perché predilige un approccio vero e realistico che possa rappresentare sui media ogni consumatore e consumatrice, anche chi ha una disabilità. È così che, giocando sulla sostituzione di una semplice vocale, **gli showREEL, diventano showREAL** e promuovono l'inclusione nella società.

La campagna digitale presenta un video unico nel genere di narrazione, a cui seguiranno altri contenuti social che vedono come protagonisti tre creator con disabilità: **Ludovica Billi**, formatrice esperta in accessibilità, inclusione e sordità, **Marco Andriano**, co-fondatore di una start up che ha come obiettivo quello di rendere accessibili i videogiochi alle persone cieche e **Arianna Talamona**, nuotatrice paralimpica e attivista per l'inclusione e la disabilità. Nei video, **i creator coinvolti si autopromuovono** mostrando le proprie capacità ai reparti marketing e agenzie pubblicitarie **per farsi scegliere come protagonisti e protagoniste dei loro prossimi spot**, estremizzando e ironizzando alcune scene attoriali per mostrare come ogni persona con disabilità compie le stesse azioni quotidiane rappresentate negli spot di prodotto.

La disabilità, infatti, è stata a lungo raccontata male: attraverso narrazioni stereotipate, eroiche o pietistiche, non rappresentative o scorrette, contribuendo a un immaginario sociale che marginalizza le persone con disabilità.

Oltre a rivendicare il diritto all'inclusione, la campagna mette in evidenza che **le persone con disabilità sono consumatori e consumatrici** a cui le aziende dovrebbero rivolgersi con maggiore frequenza e nel modo corretto.

È dimostrato, infatti, come un approccio più inclusivo porti significativi vantaggi alle aziende: il **Diversity Brand Index 2023** mostra che in Italia il **69%** della popolazione è maggiormente **propensa verso i brand più inclusivi, addirittura 7 persone su 10 consigliano tali brand, con un impatto sul fatturato del +21%**.

La campagna di sensibilizzazione “showREAL” non offre solo uno sguardo provocatorio sulla rappresentazione autentica della disabilità, ma anche un invito all'azione, per promuovere un cambiamento consapevole nell'industria della comunicazione e suggerire gli strumenti per farlo.

Sulla landing page dedicata al progetto, è disponibile un toolkit completo (realizzato da Fondazione Diversity con la collaborazione di Marina Cuollo) su come affrontare il tema della disabilità nel marketing e nella comunicazione. Questa guida comprende un'introduzione teorica, una checklist strategica, un glossario, consigli su linguaggio inclusivo, accessibilità digitale, accessibilità degli eventi e produzioni inclusive.

“Nothing about Us, Without Us” è la regola d'oro a cui questo progetto si ispira per contribuire alla costruzione di un mondo più inclusivo, dove la rappresentazione autentica della disabilità non sia più un'eccezione.

“La pubblicità ha un grande potere evocativo e la capacità di favorire i cambiamenti nelle abitudini e nei comportamenti delle persone. Per realizzare in concreto l'inclusione della disabilità nella società,

dobbiamo abbattere le barriere architettoniche e sensoriali, ma anche quelle relazionali e i pregiudizi. Con “showReal” invitiamo all’azione aziende e mercato della comunicazione affinché prendano coscienza della mancata opportunità – etica ed economica - di non rappresentare la società in tutte le sue sfaccettature” **commenta Barbara Falcomer, Direttrice Generale di Valore D.**

“Diversity lavora da anni sulla rappresentazione delle persone: il modo in cui si comunica, influenza l’immaginario collettivo, anche in positivo. Le persone con disabilità devono essere rappresentate correttamente, non usate per fare audience in maniera pietistica o paternalistica” dichiara **Francesca Vecchioni, Fondatrice e Presidente di Fondazione Diversity.** “Deve essergli riconosciuto potere, e restituita una narrazione che non le releghi a fenomeno eroico o sensazionalistico, che non veda la loro disabilità prima della loro persona. Perché includere non significa riservare un posto in tribuna, significa lasciare il palco, la regia, e il potere di disegnare un mondo che appartenga davvero ad ogni persona”.

“La campagna showREAL, che ben riflette lo spirito di impresa sociale di OBE rappresenta un passo coraggioso e necessario verso una narrativa più autentica sulla disabilità nella comunicazione” **dichiara Laura Corbetta, Presidente OBE – Osservatorio Branded Entertainment.** “In collaborazione con gli altri partner, siamo entusiasti di sostenere un progetto che, oltre a promuovere il diritto all’inclusione, evidenzia la forza che le persone con disabilità hanno anche in qualità di consumatori a cui le aziende dovrebbero rivolgersi con attenzione e rispetto. Obiettivo del progetto è dimostrare con i fatti che essere inclusivi per i brand non è solo una questione etica ma anche un’opportunità di posizionamento e di business”.

“showREAL è il contributo che abbiamo voluto dare come agenzia di comunicazione al tema della disabilità” commenta **Elena Bianchi, Head of Agency & Founder di YAM112003.** “Ci siamo chieste: possiamo fare qualcosa? Noi ci occupiamo di comunicazione e quindi siamo rimaste in questo ambito. L’idea è stata: parliamo con le aziende e le agenzie come Arianna ha fatto con noi (dopo che è entrata a far parte di YAM112003 come Content strategist). Diciamo in modo semplice ma curato nei contenuti (grazie ai nostri partner) che si può fare, che non rappresentare persone con disabilità è solo un bug di sistema. Non solo è figlio di tanti pregiudizi, ma non viene proprio preso in considerazione perché spesso le persone con disabilità non fanno parte dei board creativi, di marketing e comunicazione”.

Per maggiori informazioni:

Ufficio stampa YAM112003

Valentina Corti
valentina.corti@yam112003.com
339 2128730

Chiara Cazzaniga
chiara.cazzaniga@yam112003.com
339 1220704