

3 dicembre 2023 - Giornata Internazionale dei diritti delle persone con disabilità

AL VIA “SHOWREAL”: IL PROGETTO PER CAMBIARE LA RAPPRESENTAZIONE DELLA DISABILITÀ IN PUBBLICITÀ

La campagna sociale digital, ideata e promossa da **Valore D, Fondazione Diversity, OBE e YAM112003**, con la partecipazione di tre creator con disabilità, **Arianna Talamona, Ludovica Billi e Marco Andriano**, punta a sensibilizzare le aziende e il mondo della comunicazione ad adottare una rappresentazione autentica delle persone con disabilità

Link al video della campagna:

www.youtube.com/watch?v=QZzNmmAUhhw

Rompere gli stereotipi, cambiare la narrazione, promuovere una rappresentazione più autentica delle persone con disabilità per accelerare il processo di inclusione: sono queste le principali esigenze che guidano la campagna sociale digital “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.

Dal 1° 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 e dei protagonisti di progetto e sulla landing page dedicata, studiata e realizzata per essere accessibile grazie ai partner **AccessiWay** e **Incode**.

Il video della campagna è visibile sul canale YouTube di “showREAL”:
www.youtube.com/watch?v=QZzNmmAUhhw

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).

In questo quadro desolante di sottorappresentazione, va aggiunto che la disabilità 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. Sottovalutando, inoltre, il loro **potere di scelta come consumatori e consumatrici** a cui le aziende dovrebbero rivolgersi con maggiore frequenza e in maniera più autentica e corretta.

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** e addirittura **7 persone su 10 consigliano tali brand, con un impatto sul fatturato del +21%**.

“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 a 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 dei loro prossimi spot.**

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.

Il progetto condurrà infatti a una landing page dedicata dove sarà 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, utile anche a chiunque voglia approfondire linguaggi e modalità legate a una comunicazione inclusiva. 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.

Per la realizzazione di questa campagna, 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.