



ART DIRECTORS CLUB
ITALIANO



EQUUNAL

■
Promuovere l'uguaglianza
attraverso la comunicazione
■



UN PREMIO SPECIALE

Nel 2017 nasce **Equal** grazie ad **ADCI**.

La sua missione è celebrare la creatività che supera gli stereotipi di genere.

ADCI per la sua creazione collabora con la segreteria della **Presidenza della Camera dei Deputati**, tanto da riceverne il patrocinio.

Il premio Equal viene assegnato da una giuria speciale durante gli **ADCI Awards**, il più prestigioso premio di pubblicità nazionale.



EQUAL





L'evoluzione

A partire dal 2018, il Premio Equal si evolve e premia le campagne e i progetti di comunicazione impegnati nel superamento di **ogni forma di disuguaglianza**, per religione, per razza, per età, per convinzioni personali, per orientamento sessuale e per condizione di salute (disabilità e malattie invalidanti). In aggiunta alla disparità di genere.

Il Premio Equal si pone come momento di confronto, dibattito e **strumento virtuoso** di valorizzazione e promozione dell'impegno verso la cultura dell'uguaglianza.

Oggi Equal è un manifesto per l'inclusione, un progetto editoriale, un ciclo di interviste, un award italiano e internazionale, uno strumento per aziende, scuole, agenzie, un programma di inclusione lavorativa, una serie di talk e workshop per combattere sessismo e abusi di potere.

Cast the inclusion

Nel 2019, ADCI lancia con EQUAL e in collaborazione con le principali associazioni di settore **"Cast The Inclusion"**.

Un manifesto declinato in cinque principi, e pensato per promuovere una maggiore consapevolezza nella scelta degli interpreti che compongono i cast delle produzioni creative, modificando abitudini e comportamenti per rendere più veritiera ed evoluta la rappresentazione della realtà.

EQUAL

EQUAL

CAST THE INCLUSION MANIFESTO

Noi vogliamo agire sulla rappresentazione inclusiva

1

La società contemporanea è multiculturale e multietnica.

Rispettare la diversità delle etnie equivale a raccontare la realtà nella maniera più completa.

2

I canoni di bellezza femminili e maschili non sono univoci.

Includere una pluralità di canoni estetici aumenta la ricchezza delle possibilità di espressione.

3

Disabilità e malattie fanno parte dell'umanità.

Rappresentarle crea un modello positivo di inclusione.

4

La società progredisce attraverso il dialogo continuo tra le generazioni.

Un casting inclusivo non discrimina a priori sulla base dell'età

5

I ruoli e le classi sociali sono intercambiabili.

Attribuire gli stessi ruoli a etnie, età, generi sempre uguali crea una comunicazione stereotipata.

Un casting che tenga conto di questi principi è un modo concreto per combattere le discriminazioni. Così, passo dopo passo, si possono modificare abitudini e comportamenti, rendendo più veritiera ed evoluta la rappresentazione della realtà.



■

Comunicazione

— Equal PA —

■









Take out

- Evitare stereotipi di genere e formulazioni sessiste.
- Nominare sempre entrambi i generi, o usare forme neutre dove possibile (es. "le persone" anziché "gli uomini").
- Mettere al centro le persone, non le vittime.
- Non definire le donne solo in base alla violenza subita.
- Dare spazio a storie di resilienza, autonomia e cambiamento sociale.
- Citare fonti istituzionali o scientifiche per sostenere ogni affermazione.
- Evocare empatia, non pietà.
- Evitare comunicazioni colpevolizzanti o sensazionalistiche.
- Favorire campagne che stimolino identificazione e responsabilità condivisa.
- Contrastare la narrazione che la parità sia "una questione solo femminile".
- Promuovere modelli positivi di maschilità non tossica.



Take out

- Visual, simboli e grafiche devono evitare cliché (es. colori rosa/azzurro, ruoli tradizionali).
- Utilizzare illustrazioni o fotografie che rappresentano diversità e rispetto.
- Comunicare anche le soluzioni, i diritti e i servizi disponibili.
- Dare spazio alle voci delle comunità e delle esperte.
- Collaborare con centri antiviolenza, attiviste, ricercatrici e ricercatori.
- La co-progettazione dei messaggi aumenta l'efficacia e la legittimità.
- Monitorare e valutare l'impatto della comunicazione.
- Raccogliere feedback, ascoltare le critiche e correggere rotta se necessario.



Domande?



■
— GRAZIE! —
■

ADCI - Art Directors Club Italiano

Via Thaon De Revel 21 - 20159 Milano

info@adci.it - amministrazione@adci.it


