



Città di Cinisello Balsamo

Città Metropolitana di Milano

Giunta Comunale

n. 265 del 22/12/2016

Oggetto: INDIRIZZI FONDAMENTALI IN MATERIA DI PUBBLICITA' DISCRIMINATORIA E LESIVA DELLA DIGNITA' DELLA DONNA. PRESA D'ATTO DEL PROTOCOLLO DI COLLABORAZIONE TRA ANCI E IAP .

I messaggi pubblicitari discriminatori rispetto al genere, all'orientamento sessuale, all'origine etnica, alle convinzioni civili, morali e religiose, o rappresentativi di immagini violente/degradanti ledono gravemente la dignità di donne e uomini, rappresentano un ostacolo per la realizzazione di una società moderna e paritaria e contribuiscono ad alimentare e consolidare gli stereotipi di genere determinando un impatto negativo sulla parità fra i sessi nella sfera privata, come in quella pubblica e lavorativa.

Le donne sono le principali "vittime" di messaggi pubblicitari offensivi e che, tale messaggi proponendo un'immagine della donna oggetto di possesso e sopraffazione sessuale possono incentivare comportamenti violenti, anche estremi.

La pubblicità di fatto costituisce un potente veicolo per riflettere e creare cultura, generando idoneità e valori, convinzioni e atteggiamenti e può radicare negli individui stereotipi con cui identificarsi.

I messaggi pubblicitari che occupano gli spazi comunali si trovano in luoghi pubblici e spesso visibili anche a soggetti più sensibili come bambini e adolescenti, i quali non devono essere urtati da immagini violente o degradanti. La rappresentazione dell'ideale corporeo nella pubblicità può influire negativamente sull'autostima comportando, anche, il rischio di disturbi alimentari.

L'art. 3, comma 1, della Costituzione sancisce le pari dignità degli individui e il principio di uguaglianza e non discriminazione fra i generi. L'art. 3, comma 2, attribuisce alla repubblica e, dunque anche ai Comuni, il compito di eliminare gli ostacoli che si frappongono al raggiungimento di una parità effettiva tra uomini e donne. Tali principi devono essere rispettati e attuati anche nell'ambito della comunicazione e della pubblicità.

L'art. 21 della Costituzione, tutelando la libertà di espressione, vieta ogni manifestazione contraria al buon costume". Secondo la Corte costituzionale la libertà di pensiero deve essere concepita come " presidio del bene fondamentale della dignità umana" quando " la soglia dell'attenzione della comunità civile è colpita negativamente, e offesa, dalle pubblicazioni di scritti o immagini con particolari impressionanti o raccapriccianti, lesivi della dignità di ogni essere umano, e perciò avvertibili dall'intera collettività (...) (Corte cost. sent. N. 293 del 2000).

L'art. 41 della Costituzione garantendo la libertà di iniziativa economica dei cittadini specifica che essa non può svolgersi "in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla

dignità umana. Inoltre, lo stesso articolo consente di coordinare e indirizzare l'attività economica a fine sociali, fra i quali rientrano certamente la promozione della parità fra uomini e donne e l'eliminazione di ogni discriminazione.

La Piattaforma di Pechino approvata dalla Conferenza mondiale sulle donne del 1995 stabilisce che "i governi, nella misura compatibile con la libertà di espressione, devono incoraggiare i media ad astenersi dal presentare le donne come esseri inferiori, dallo sfruttarle come oggetti e merce sessuale invece che come esseri umani creativi, agenti fondamentali del processo di sviluppo, al quale contribuiscono e di cui sono beneficiarie."

La Risoluzione del Parlamento europeo del 3/09/2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini (2008/2038(1N1) invita "gli Stati membri a provvedere con idonei mezzi affinché il marketing e la pubblicità garantiscano il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, non comportino discriminazioni dirette o indirette né contengano alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, e non contengano elementi che, valutati nel loro contesto, approvino, esaltino o inducano alla violenza contro le donne".

La Risoluzione del Parlamento europeo del 12/03/2013 sull'eliminazione degli stereotipi di genere nell'Unione europea (2012/2116(1N1)) sottolinea "l'importanza di promuovere la rappresentazione dell'immagine femminile rispettando la dignità delle donne e di combattere i persistenti stereotipi di genere, in particolare la prevalenza di immagini degradanti, nel pieno rispetto della libertà di espressione e della libertà di stampa".

CONSIDERATO CHE

Sin dalle previsioni statutarie l'Amministrazione comunale informa il suo essere e il suo agire quotidiano al rispetto dei menzionati principi. L'art. 3 dello Statuto rubricato "**Libertà, diritti e doveri dei singoli e delle formazioni sociali**", infatti, testualmente dispone:"

1. Il Comune uniforma la sua azione all'esigenza di rendere effettivamente possibile a tutti l'esercizio dei loro diritti, e chiede a tutti l'adempimento dei doveri anche di solidarietà, richiamati dalla Costituzione, per assicurare la civile convivenza e lo sviluppo della Comunità.
2. Il Comune assicura e promuove uguaglianza di trattamento alle persone e alle formazioni sociali nel godimento delle libertà e dei diritti, nell'accesso ai servizi organizzati o controllati dall'Amministrazione Comunale e nell'esercizio dei diritti di informazione e di partecipazione, senza distinzione di età, di sesso, razza, lingua, religione, opinione, provenienza o condizione personale e sociale.
3. Il Comune valorizza la presenza e la partecipazione delle donne alla vita della comunità e promuove iniziative per conseguire la pari opportunità di inserimento nelle attività produttive, sociali e politiche.
4. Il Comune di Cinisello Balsamo rivolge particolare attenzione alla vita, alle esigenze e alla tutela dei minori.

Nel corso di questo mandato amministrativo sono stati realizzati diversi interventi finalizzati a garantire la piena attuazione dei principi statuari sopra richiamati, con il forte impegno del Comune di Cinisello Balsamo a compiere importanti passi nei prossimi anni, come previsto dallo stesso Documento Unico di Programmazione 2016/2018 (C.C. n.32 del 31/05/2016), che proprio sul tema prevede, con riferimento ad ogni linea programmatica, la promozione di politiche finalizzate a garantire parità di diritti contro le discriminazioni di ogni tipo e lo sviluppo delle pari opportunità.

Con particolare riferimento alle iniziative volte a contrastare la pubblicità sessista e/o a promuovere un uso responsabile dell'immagine della donna si segnala che:

- la Giunta Comunale con deliberazione della propria Giunta n 171 del 26/06/2014 ha approvato il "protocollo d'intesa finalizzato a promuovere la parità e contrastare la discriminazione tra i generi nella pubblicità e nei mezzi di comunicazione." promosso dalle Associazioni Sindacali CGIL, CISL, UIL e l'Associazione Amiche di ABCD di Milano e con lo stesso si è impegnato a:

- aderire all’iniziativa promossa dal Coordinamento Nazionale dell’UDI a sostegno della Moratoria della pubblicità lesiva della dignità di genere;
- chiedere agli organi di governo nazionale e regionale, per quanto di competenza, l’attuazione della risoluzione Comunitaria n. 2038 del 3 settembre 2008 del Parlamento Europeo sull’impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini (2008/2038 (INI), che indica come inammissibile il modello pubblicitario lesivo verso il genere femminile indicando agli stati membri di adeguare decretazioni e leggi in tal senso.

Il Comune di Cinisello Balsamo con proprio “Regolamento per l'imposta Comunale sulla Pubblicità e diritto sulle Pubbliche Affissioni" C.C. n 13 del 27/02/2012 riporta alla lettera h) del comma 1. dell'articolo 11 (Limitazioni e divieti) già una limitazione “..quando il contenuto risulti contrario al pubblico decoro, alla morale, ovvero lesivo o discriminatorio rispetto ai diritti ed alla dignità della persona, ovvero alluda o simili comportamenti violenti, lesivi od offensivi nei confronti del genere femminile;”

A seguito della presa d’atto del parere positivo dell’area “Gestione Risorse da entrate proprie, funzioni catastali, reperimento risorse” e dell’ approfondita analisi scaturita dalla condivisione e dalla collaborazione tra l’assessore al Bilancio e Finanza e l’assessore alle Pari Opportunità e dai tecnici dei rispettivi uffici, con particolare riferimento :

- alle norme del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria adottato dall’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) e, parte integrante del presente atto, che prevede che “La comunicazione commerciale non deve contenere affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto e la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti” (art. 9 CAP), e stabilisce, inoltre, che “La comunicazione commerciale non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose. Essa deve rispettare la dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni e deve evitare ogni forma di discriminazione, compresa quella di genere” (art. 10 CAP);
- ai principi espressi dalla giurisprudenza del Giurì, organo giurisdizionale dell’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, al fine di definire una pubblicità contraria agli artt. 9 e10 del Codice di Autodisciplina;
- all’azione repressiva svolta dagli organi di controllo dell’Istituto dell’Autodisciplina, Giurì e Comitato di Controllo; e all’attività di prevenzione svolta dal Comitato di Controllo consistente nel rilasciare, su richiesta, pareri preventivi su pubblicità non ancora diffuse;
- alle iniziative di contrasto alla pubblicità offensiva promosse da altri Comuni (Firenze, Genova, Ravenna, Rimini, Roma Torino, Vicenza, Milano), con particolare attenzione alla Memoria della Giunta di Roma del 24/11/2010 che stabilisce gli indirizzi in materia di pubblicità lesiva della dignità della donna.
- ai criteri stabiliti dal protocollo di intesa tra il Ministero delle Pari Opportunità e lo IAP;
- ai criteri stabiliti dal protocollo di collaborazione tra ANCI e lo IAP che prevede reciproci obblighi i Comuni e l’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria;
- ai criteri stabiliti dai codici deontologici delle principali agenzie pubblicitarie.

Si è ritenuto necessario, al fine di garantire una maggiore effettività all’azione del Comune, individuare **gli indirizzi in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della donna**. In particolare si ritengono non compatibili con l’immagine che il Comune di Cinisello Balsamo intende promuovere, poiché ritenuti discriminatori e offensivi, i messaggi pubblicitari che utilizzano o diffondono:

- rappresentazioni di violenza fisica o morale o immagini che incitino atti di violenza;
- immagini volgari, indecenti, ripugnanti derivanti da quello che la comunità percepisce come “normale” tali da ledere la sensibilità del pubblico.
- messaggi discriminatori e/o degradanti che, anche attraverso l’uso di stereotipi, tendono a collocare

le donne in ruoli sociali di subalternità e disparità.

- mercificazione del corpo, rappresentazioni o riproduzioni del corpo delle donne quella oggetto di possesso o sopraffazione sessuale.
- pregiudizi culturali e stereotipi sociali fondati sulla discriminazione di genere, appartenenza etnica, orientamento sessuale, abilità fisica e psichica, credo religioso.

LA GIUNTA COMUNALE

Visti:

- la relazione del responsabile del procedimento, e concordando con quanto contenuto;
- l' art. 48 e del Testo Unico degli Enti Locali n. 267 del 18/08/2000;
- lo Statuto Comunale;
- la deliberazione del Consiglio Comunale n. 33/2016 di approvazione del bilancio di previsione 2016, del Bilancio Pluriennale 2016-2018 e la relazione previsionale e programmatica 2016-2018;
- la deliberazione della Giunta Comunale n. 123/2016 di approvazione del DUP;
- i pareri allegati resi ai sensi dell'art. 49 del Testo Unico Enti Locali - decreto legislativo n. 267/2000;

ad unanimità dei voti

DELIBERA

1. di approvare gli indirizzi fondamentali in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della donna, indicati in premessa, da diffondere sia all'interno delle Unità Organizzative dell'Ente che presso le società ed enti partecipanti dal Comune di Cinisello Balsamo.
2. di demandare agli uffici comunali preposti e ai competenti organi l'attuazione degli indirizzi indicati in premessa e approvati con il presente provvedimento deliberativo, con particolare riguardo alle campagne comunicative e pubblicitarie connesse ad iniziative patrocinate e/o promosse dall'Amministrazione Comunale e dalle società dalla stessa partecipate, nonché a campagne comunicative, pubblicitarie ed altre iniziative cui viene in qualunque modo e forma associata l'immagine del Comune di Cinisello Balsamo.
3. di prendere atto del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria adottato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) parte integrante del presente atto.
4. di recepire il protocollo di collaborazione tra l'ANCI (Associazione Italiana dei Comuni d'Italia) e lo IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitari, parte integrante del presente atto.