

Bologna, 25 ottobre 2013

NoiNo.org Uomini contro la violenza sulle donne da Bologna a Roma

Claudio Bisio, Alessandro Gassmann, Daniele Silvestri e Cesare Prandelli sono i nuovi volti della campagna di comunicazione NoiNo.org Uomini contro la violenza sulle donne, che per tutto il mese di novembre sarà diffusa in Emilia Romagna e in Lazio. Un progetto di comunicazione che chiede agli uomini di “metterci la faccia” in prossimità della giornata – il 25 novembre – dedicata in tutto il mondo al contrasto della violenza maschile sulle donne.

Tormentare, molestare, controllare, isolare, ricattare spiare: sono queste alcune delle parole al centro dei messaggi di NoiNo.org Uomini contro la violenza sulle donne, la campagna di comunicazione sociale e di community building, promossa dalla **Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna**, che chiede agli uomini di **metterci la faccia**, di considerare la violenza di genere - violenza che, come testimoniano le parole scelte, non è solo fisica ma anche psicologica - un tema che li interessa e li interpella, di cui parlare tra loro. **Un’assunzione di responsabilità verso una cultura diffusa** che sostiene e legittima la disparità strutturale tra uomini e donne e l’idea del possesso e del potere maschile sulle donne all’interno delle relazioni sentimentali. Basta infatti rovesciare i numeri della violenza di genere, puntando l’accento sugli autori anziché sulle vittime, per capire che è agli uomini che occorre parlare: **in Italia ogni 7 minuti un uomo stupra o tenta di stuprare una donna e un quinto degli uomini che sono in coppia con una donna fanno sempre o ripetutamente violenza psicologica su di lei.** “Noi No” non è un modo per distanziarsi dal problema dividendo arbitrariamente in uomini buoni e uomini cattivi, ma al contrario un invito a una **presa di coscienza e di consapevolezza da parte di tutti gli uomini.**

Questo l’obiettivo e questo il risultato di un intenso percorso, che alle azioni di comunicazione ha affiancato una **attività continuativa e capillare di “community building” on line e off line** in tutta Italia che ha già raccolto **2500 adesioni** individuali e collettive: uomini comuni e uomini noti, tra cui il sindaco di Bologna **Virginio Merola**, il ministro **Graziano Delrio**, il giornalista **Riccardo Iacona**, il cantante **Vinicio Capossela**, lo scrittore **Stefano Benni**, l’attore **Neri Marcorè**. Uomini che hanno scelto di dare il loro contributo **aderendo alla campagna sul sito internet** con il proprio nome e cognome, “mettendoci la faccia” con l’inserimento di **una foto o un video messaggio sulla gallery di NoiNo.org**, divulgando l’iniziativa nei propri ambiti lavorativi e amicali, oltre che sui propri canali social.

La campagna è entrata anche nelle aule con **NoiNo.org Lab - a scuola contro la violenza sulle donne**, progetto formativo per il studenti delle scuole superiori, realizzato in collaborazione con la Casa delle Donne per non subire violenza di Bologna grazie al finanziamento della Fondazione del Monte. Il progetto viene realizzato in due istituti di Bologna: l’**Aldrovandi Rubbiani** (Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali, Turistici e della Pubblicità) e l’**IsArt** (Liceo Artistico F.Arcangeli - Istituto Statale d’Arte). Questa declinazione nel mondo scolastico del progetto NoiNo.org nasce per sensibilizzare ragazzi e ragazze adolescenti sul fenomeno della violenza di genere, senza calare dall’alto l’argomento ma intraprendendo insieme a loro un percorso di riflessione sul tema, scegliendo come punto di vista privilegiato quello della comunicazione e della produzione di immaginario.

NoiNo.org nasce dal bando indetto alla fine del 2011 dalla **Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna**, in collaborazione con l’**Associazione Orlando**. Ideato e sviluppato dalle due agenzie vincitrici, **Comunicative** (www.comunicative.it) e **Studio Talpa** (www.studiotalpa.it), il progetto vede la sua prima uscita pubblica il 24 settembre 2012 a Bologna con una campagna di affissioni “teaser”: numerosi manifesti 6x3 in tutta la città di Bologna riportano tre parole del “dizionario della violenza”: “umiliare”, “minacciare”, “picchiare”, seguite dalla definizione da vocabolario, solo un piccolo dettaglio interferisce nella neutralità della definizione: un pronome femminile che fa intendere che a subire questi comportamenti violenti è una donna. Il testo si conclude con la frase che diventerà lo slogan della campagna: **“Questa è violenza”**.

Una piccola provocazione per sottolineare la dimensione legata al genere della violenza nelle relazioni familiari e di intimità e per rimarcare l'invisibilità degli autori, uomini "normali" che la comunicazione sociale sul tema della violenza sulle donne non riesce a rappresentare e a coinvolgere. Ma basta

Alla campagna delle parole segue a breve distanza, dall'8 ottobre 2012, la diffusione, a Bologna con un'articolata campagna advertising e in tutta Italia con il sito internet, la pagina facebook e l'attività di ufficio stampa, la diffusione della campagna con noti testimonial: l'attore teatrale e cinematografico **Ivano Marescotti**, il calciatore **Alessandro Diamanti**, capitano del Bologna e giocatore della Nazionale Italiana, l'attore **Giampaolo Morelli**, interprete del famoso protagonista della fiction "L'Ispettore Coliandro".

Sono stati i loro volti ad attirare l'attenzione degli uomini per cercare di coinvolgerli ad esporsi ed impegnarsi in prima persona su questo tema. Percorso portato avanti con un'attività di "**community building**" sul territorio di Bologna e in tutta Italia: attraverso il coinvolgimento di realtà eterogenee, da Comune, Provincia e Università di Bologna che hanno patrocinato e supportato l'iniziativa ai negozianti dell'Ascom, dalla cooperativa dei tassisti bolognesi Cotabo alle palestre, dalla Uisp al Bologna Football Club, dalla Cineteca di Bologna all'azienda di trasporto Tper, sono stati distribuiti migliaia di adesivi, spille, magliette, organizzati eventi sportivi e culturali, realizzate iniziative in occasione del 25 novembre 2012, del 14 febbraio e dell'8 marzo 2013, raccolte decine di ritratti di uomini comuni che, contro la violenza maschile sulle donne, "ci mettono la faccia". Inoltre la campagna è stata conosciuta e diffusa in tutta Italia, con forme di partecipazione spontanea di uomini e gruppi di uomini dalla Valle d'Aosta alla Sardegna.

Per la nuova campagna 2013 il gruppo di lavoro del progetto ha coinvolto associazioni e amministrazioni di diverse città, riuscendo a diffondere la campagna in Emilia Romagna, dove, oltre a Bologna, aderiscono **Reggio Emilia** e **Faenza**, e in tutto il **Lazio**, grazie al **Comune di Roma** e alla **Regione Lazio** che hanno creduto profondamente nel progetto predisponendo un piano di comunicazione di grande impatto comunicativo. Referente per l'attività di community building sul territorio di Roma sarà la cooperativa **Be Free**.

La Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna è una fondazione di origine bancaria nata il 15 luglio 1991 a seguito della fusione tra la Banca del Monte di Bologna e Ravenna e la Cassa di Risparmio di Modena. La Fondazione persegue le finalità di solidarietà sociale che diedero origine al Monte di Pietà di Bologna e al Monte di Pietà di Ravenna e contribuisce alla salvaguardia e allo sviluppo del patrimonio artistico e culturale, al sostegno della ricerca scientifica e allo sviluppo delle comunità locali attraverso la definizione di propri programmi e progetti di intervento da realizzare direttamente o con la collaborazione di altri soggetti pubblici o privati. L'ambito di attività della Fondazione è riferito, di norma, al territorio delle province di Bologna e di Ravenna.

www.fondazione.delmonte.it

comunicazione@fondazione.delmonte.it

Orlando

Comunicattive è un'agenzia di comunicazione e organizzazione eventi con una mission incentrata sulla comunicazione di genere. Tra i diversi clienti pubblici e privati, ha lavorato con associazione Orlando, Consigliere di Parità della Provincia di Bologna, Ufficio Politiche delle differenze del Comune di Bologna, Università di Bologna e numerose associazioni in progetti sulle pari opportunità e sul contrasto delle discriminazioni legate a genere e orientamento sessuale. Nell'ambito del contrasto alla violenza di genere, Comunicattive ha realizzato nel 2008 la campagna del "Fiocco Bianco".

Studio Talpa è un laboratorio di comunicazione integrata e brand design attivo a Bologna. Si caratterizza per lo sguardo poco convenzionale, attento ai percorsi sotterranei che collegano mezzi di comunicazione, interlocutori e obiettivi solo apparentemente lontani tra loro. Questo approccio permette a Studio Talpa di collaborare con realtà molto differenti. Tra i progetti realizzati e quelli in corso, citiamo la collaborazione con il Museo Civico Archeologico di Bologna, la Cineteca di Bologna, GVC onlus, Fondazione ANT, Cooperativa Dolce, buoni pasto Day e con alcune start up innovative del consorzio Aster.

Ufficio stampa

Elisa Coco - Comunicattive srl

t. 051 6493772 - c. 338 5864109 - ufficiostampa@comunicattive.it