

**Campagna istituzionale in occasione della “Giornata internazionale
per l’eliminazione delle discriminazioni razziali”
21 Marzo 2022**

PREMESSA

L’UNAR- Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali del Dipartimento Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri, è stato istituito con il Decreto legislativo n.215 del 2003, in attuazione della direttiva n.2000/43/CE, e fin dalla sua creazione ha rappresentato un punto di riferimento per il mondo dell’associazionismo, per le istituzioni nazionali e locali, per le potenziali vittime di discriminazione, grazie al suo impegno per la promozione delle pari opportunità e per le concrete azioni di prevenzione, monitoraggio e contrasto delle discriminazioni. In applicazione degli indirizzi comunitari e delle direttive ministeriali annuali, ha ampliato negli anni il suo raggio di azione promuovendo la parità di trattamento e garantendo la tutela contro ogni forma di discriminazione. Infatti, oltre al fattore etnico-razziale, si occupa anche degli altri fattori di discriminazione, quali religione, età, disabilità, orientamento sessuale e identità di genere.

Nei vari anni di attività, l’UNAR ha svolto un ruolo di garanzia dell’eguaglianza sostanziale di tutte le persone, mediante la trattazione di casi di discriminazione pervenuti mediante il Numero verde (800 90 10 10) o via web all’indirizzo www.unar.it e una costante azione di assistenza alle vittime. Nell’attuazione del proprio mandato istituzionale è impegnato quindi a promuovere azioni positive e di sensibilizzazione sul principio della parità di trattamento, come disposto dall’articolo 7 del decreto legislativo 9 luglio 2003, n. 215 e ribadito dall’articolo 2 del DCPM dell’11 dicembre 2003, prevedendo la realizzazione di attività di prevenzione dei comportamenti discriminatori e di promozione della parità di trattamento, in particolare attraverso la diffusione della “massima conoscenza possibile degli strumenti di tutela vigenti anche mediante azioni di sensibilizzazione dell’opinione pubblica sul principio della parità di trattamento e la realizzazione di campagne di informazione e comunicazione”.

In occasione della ricorrenza della Giornata mondiale contro le discriminazioni razziali, indetta dall’Organizzazione delle Nazioni Unite nel 1969 e celebrata ogni anno il **21 marzo**, l’UNAR sta programmando per il 2022 la **XVIII edizione** della “Settimana di azione contro il razzismo”, che rappresenta un’importante occasione per sensibilizzare l’opinione pubblica sul significato dell’inclusione sociale e sul tema dell’antidiscriminazione. A tal fine, per la settimana dal **15 al 21 marzo 2022** sono previste azioni volte a sensibilizzare la collettività sul tema del contrasto al

razzismo e promuovere le segnalazioni al Contact Center (numero verde 800901010 e sito web www.unar.it).

CONTESTO

Il **Contact Center dell'UNAR**, raggiungibile attraverso il numero verde gratuito **800 90 10 10** ed il sito www.unar.it, fornisce informazioni, orientamento e supporto alle vittime delle discriminazioni provvedendo a raccogliere segnalazioni, denunce e testimonianze su fatti, procedure ed azioni **che pregiudicano la parità di trattamento tra le persone**.

Il **Contact Center** offre un ascolto professionalmente qualificato e, tramite un'attenta istruttoria svolta sotto la supervisione dell'expertise dell'Ufficio, procede, ove possibile, alla risoluzione dei casi oppure ad accompagnare il soggetto discriminato durante l'iter giurisdizionale.

La segnalazione si può effettuare anche on line sul sito www.unar.it, dove chiunque, sia *vittima o testimone di fenomeni discriminatori*, può compilare, anche nella propria lingua, **un apposito form** che attiva immediatamente la comunicazione al Contact Center.

OGGETTO DELLA CAMPAGNA

Oggetto della campagna di comunicazione è la sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul tema del contrasto delle discriminazioni etnico razziali, veicolando un messaggio di comportamento positivo.

La campagna dovrà invitare a isolare e contrastare atteggiamenti discriminatori, promuovendo il valore della diversità, facendo leva sull'idea che un'Italia capace di integrare è più ricca e coesa.

Inoltre, la campagna è finalizzata alla diffusione dell'uso del numero verde 800901010 e del sito web www.unar.it.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

- Promuovere la cultura dei diritti e del rispetto, valorizzando le differenze. Contribuire alla costruzione di una pacifica società interculturale e alla promozione della parità dei diritti nel nostro Paese.
- Promozione del numero verde nazionale antidiscriminazione 800 901010 e del sito web [unar.it](http://www.unar.it) ai quali è possibile segnalare casi di discriminazione.

TARGET

Il target primario è composto da tutti i cittadini, ed in particolare i giovani. Il target secondario è costituito dalle istituzioni nazionali e locali e dagli opinion leaders del mondo della scuola, dell'Università, della cultura e dello spettacolo.

MESSAGGIO

I concetti chiave sono:

- a) Il principio della parità di trattamento deve far parte del patrimonio culturale di ciascuno.
- b) Le discriminazioni sono negative per una convivenza pacifica in una società complessa.
- c) Il Contact Center UNAR è il mezzo per favorire l'emersione di un fenomeno che deve essere prevenuto e rimosso.

La campagna quindi dovrà invitare a isolare e contrastare atteggiamenti discriminatori, promuovendo il valore della diversità, e a favore di una società aperta e inclusiva, facendo leva sull'idea che un'Italia capace di integrare è più ricca e serena.

Lo spot intende informare circa la possibilità di segnalare atti o comportamenti discriminatori al Contact Center dell'UNAR, contattando il numero gratuito 800 90 10 10 o il sito web www.unar.it, al fine di favorire l'emersione e la rimozione del fenomeno.

Il claim della campagna sarà utilizzato per identificare tutte le azioni e attività della Settimana contro il razzismo.

LINGUAGGIO E TONO

Il tipo di linguaggio dovrà stimolare un comportamento positivo e proattivo, sottolineando la rilevanza e l'utilità dei temi oggetto della campagna e catalizzando l'attenzione verso i benefici delle segnalazioni / denunce. In particolare, il tono, rispettoso della natura istituzionale dell'iniziativa, dovrà essere semplice e divulgativo ed ispirare un senso di uguaglianza e giustizia.

DESCRIZIONE DEI SERVIZI E DEI PRODOTTI

Il servizio richiesto prevede l'ideazione e la produzione di una campagna di comunicazione integrata basata su una idea creativa forte da declinare in una campagna sulle reti RAI tv e radio, destinata a tutti i cittadini, e in una campagna social e digital destinata in particolare a giovani e studenti.

Per la campagna radio e tv si richiede la declinazione del concept attraverso:

- a.1) Ideazione di un claim efficace e potenzialmente "virale" che inviti a isolare e contrastare atteggiamenti discriminatori.
- a.2) Ideazione e produzione di uno spot televisivo della durata di 30", anche nella versione sottotitolata e compatibile con il web.
- a.3) Ideazione e produzione di uno spot radiofonico (monosoggetto o multisoggetto) della durata di 30".

Per la campagna social e digital si richiede l'elaborazione della relativa proposta e la sua realizzazione, che dovrà comunque prevedere:

- a.4) Ideazione e produzione di n.7 post, sia statici che dinamici, per la diffusione sui social media dell'Unar (Facebook, Twitter e Instagram).
- a.5) euro 6.000 di pianificazione su social media dell'UNAR (Facebook, Twitter e Instagram) sulla base della proposta presentata (attività da rendicontare);
- a.6) Produzione di un media kit (di seguito le specifiche) composto da n. 18 immagini realizzate appositamente per i social media che riportino logo e claim della campagna e che verrà distribuito alle associazioni iscritte al registro dell'Unar

FACEBOOK

- Dimensioni copertina Facebook Page – 820 x 312 pixel
- Dimensione foto profilo Facebook Page – 180 x 180 pixel
- Dimensione Post Facebook – 1200 x 630 pixel
- Dimensione cover evento Facebook – 1920 x 1080 pixel
- Dimensione immagine evento Facebook – 1200 x 628 pixel
- Dimensioni immagine post Facebook con link – 1200 x 630 pixel
- Dimensione Stories – 1080 x 1920
- 940 x 940 px (Quadrata Facebook)

TWITTER

- Dimensioni cover – 1500 x 500 pixel
- Dimensioni foto profilo – 400 x 400 pixel
- Dimensioni immagini all'interno della timeline di Twitter – 1024 x 512 pixel

INSTAGRAM

- Dimensioni foto profilo Instagram – 320 x 320 pixel
- Dimensione foto quadrata – 1080 x 1080 pixel
- Dimensione foto landscape – 1080 x 566 pixel
- Dimensioni foto portrait – 1080 x 1350 pixel
- Dimensione immagine Stories – 1080 x 1920 pixel
- 600 x 600 pixel (Quadrata Instagram)

IMMAGINE DI TESTATA GENERICA

- Dimensioni 1920 x 600 pixel

Inoltre:

- d.2) attività di monitoraggio/reporting dell'andamento e dei risultati della campagna.

La campagna deve essere priva di riferimenti a marchi commerciali, loghi ed ogni ulteriore simbolo che identifichi appartenenze politiche, religiose o altro.