



CONCORSO SOCIALLY CORRECT 2017

“0-3 UN FUTURO DA PROTEGGERE” BRIEF per le Scuole di Comunicazione

Campagna di comunicazione contro la violenza sui bambini per Save the Children

BACKGROUND

Save the Children è la più importante organizzazione internazionale indipendente, dedita dal 1919 a salvare i bambini in pericolo e a promuovere i loro diritti - subito e ovunque - attraverso efficaci programmi di eccellenza, innovativi e sostenibili.

Lavora con coraggio, passione e competenza coinvolgendo attivamente i bambini stessi, le loro famiglie, le comunità locali, i sostenitori e i partner. Save the Children sviluppa progetti di educazione, salute, risposta alle emergenze e lotta allo sfruttamento e abuso in Italia e nel mondo. Presente in Italia dal 1998, si è accreditata come organizzazione professionale e autorevole nell'ambito dell'infanzia.

BRAND PERSONALITY SAVE THE CHILDREN

Appassionata, empatica, coraggiosa, pionieristica, schietta, trasparente.

OBIETTIVO DEL BRIEF

- Realizzare una campagna innovativa di **sensibilizzazione** sulla tematica violenza, nello specifico sul maltrattamento fisico ed emotivo che comporti un danno immediato e potenziale alla salute, alla possibilità di sviluppo e alla dignità del bambino, con l'obiettivo di colpire l'attenzione dello spettatore provocando una qualche reazione e facendo sì che il ricordo della campagna resti vivo.
- **Focus: bambini 0-3 anni**
- **Posizionare** STC come un'organizzazione attenta alla tematica violenza nella prospettiva più totale della protezione di tutti i minori.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Emozionare e coinvolgere attraverso uno storytelling incisivo e fuori dal comune, che sorprenda, con delicatezza, e che faccia pensare. In questo modo Save the Children attraverso la campagna si fa portavoce di un messaggio e di alcuni valori



CRITICITÀ

Lanciare una campagna su un tema del genere è una sfida importante, che presenta molteplici criticità, ad esempio:

- Superare la reazione di distacco e diffidenza delle persone rispetto a temi dolorosi o scomodi
- Realizzare una campagna distintiva che possa sfruttare la peculiarità del mezzo*

INSIGHT

Consapevoli dell'importanza del fenomeno e della sua diffusione approcciamo il tema in modo delicato, non retorico ma neanche eccessivamente fastidioso, con l'autorevolezza di chi ha a cuore il bene dei bambini e lotta ogni giorno per proteggerli e salvarli da contesti critici.

TARGET

Adulti 20-60, ma per empatia chiunque abbia in famiglia bambini si sentirà più vicino a Save the Children e alla sua mission. Ci rivolgiamo poi in generale a persone sensibili che, sensibilizzate, una volta entrate a contatto con situazioni di questo tipo possano agire prontamente.

tone of voice

Emotivo, coinvolgente, inspiring.

PIANIFICAZIONE

Sulla base dell'idea creativa si potrà prevedere una declinazione su più mezzi, orientativamente stampa/affissione; tv; web.

OI

I bambini da 0-3 anni possono essere esposti a maltrattamenti fisici o psicologici che producono danni nel loro sviluppo fisico e psichico. La violenza sui minori esiste, combattiamola ogni giorno.

ISPIRAZIONE - REFERENCE

Per trasmettervi il mood che vorremmo creare vi segnaliamo una campagna internazionale realizzata da Grey per ANAR, una fondazione spagnola che si occupa di assistere bambini e adolescenti a rischio, che ha utilizzato il mezzo* (in questo caso la fotografia lenticolare) come strumento creativo per veicolare il messaggio.

<https://www.greenbiz.it/green-management/marketing-e-comunicazione/pubblicita/7082-pubblicita-violenza-minori>

APPROFONDIMENTO TEMA

Complessivamente viene stimato che ogni anno, nel mondo, i bambini sottoposti a una qualche forma di violenza siano fra 500 milioni e 1,5 miliardi¹. Se si considera che i bambini e gli adolescenti nel mondo ammontano a circa 2 miliardi e 200 milioni², si può capire l'enormità di questa cifra.

Ogni 5 minuti, secondo altre stime, un bimbo muore a causa di un evento violento, 120 milioni di ragazze e 73 milioni di ragazzi sono vittime di violenza sessuale e circa 1 miliardo di bambini subisce con regolarità punizioni fisiche³.

Il maltrattamento infantile ha una complessità molto profonda in quanto è un problema che si articola su più livelli:

- sanitario, in quanto deve essere considerato una questione di salute pubblica in termini di informazione, prevenzione, formazione, protocolli e investimenti;
- sociale perché richiede un'azione di cura sociale rispetto al sostegno alla genitorialità;
- culturale perché è una questione di conoscenza e consapevolezza
- politico in quanto richiede un'attenzione ed una continuità nell'azione che non deve risentire del cambiamento dei governi o delle giunte.

Alcune possibili correlazioni:

Violenza in gravidanza → danni diretti alla salute di mamma e bambino/a

Violenza in gravidanza → maggiore possibilità di parto prematuro

Violenza in gravidanza → incidenza sullo sviluppo di forme depressive post-partum

Depressione post-partum → maggiore rischio di trascuratezza nei confronti del bambino/a

Trascuratezza nei confronti del bambino/a → rischio per la sicurezza e l'incolumità del bambino/a

Trascuratezza nei confronti del bambino/a → rischio di danni cerebrali, anche irreversibili

Depressione post-partum → rischio di attribuire al bambino la responsabilità del proprio malessere

Attribuire al bambino la responsabilità del proprio malessere → aumento del rischio di maltrattamento

Maltrattamento sul bambino/a sotto i 3 anni → rischio di danni permanenti allo sviluppo cerebrale

Maltrattamento sul bambino/a sotto i 3 anni → rischio di riproduzione da parte della vittima di comportamenti maltrattanti o di ulteriore vittimizzazione

¹ **Toward a world free from violence. Global survey on violence against children. Special Representative of the Secretary-General on Violence against Children, New York, 2013**

² **UNICEF, Ogni bambino conta, 2014**

³ <http://www.end-violence.org/>