

Ciao Salvatore,

ti scrivo per chiederti di aiutarmi a **fermare la pubblicità sessista in Italia**.

Mi chiamo Massimo Guastini, sono un "creativo" pubblicitario da quasi trent'anni, e dal 2011 sono presidente dell'Art Directors Club Italiano (Adci)

L'Adci ha l'obiettivo di migliorare la comunicazione pubblicitaria in Italia.

Stiamo fallendo il nostro scopo. Selezionare i migliori lavori, ogni anno dal 1986, non è bastato.

Abbiamo scritto nero su bianco le buone regole del nostro mestiere nel [manifesto deontologico Adci](#), l'abbiamo diffuso e pubblicato su Il Sole 24 Ore nell'aprile 2011. Neanche questo è bastato.

Dietro ogni campagna pubblicitaria che viene prodotta (decine di migliaia, ogni anno) ci sono tante decisioni prese da tante persone: singoli professionisti, persone che lavorano nelle agenzie e nelle aziende, fotografi, registi... **ancora troppi credono che la pubblicità deve vendere a qualsiasi costo**, e che la pubblicità, così come la si sta facendo, vada bene e piaccia agli italiani.

Non è vero.

Nel marzo 2013 ho commissionato un sondaggio all'Istituto Piepoli. Il 58% degli italiani è d'accordo nel ritenere che le pubblicità attuali trasmettano più messaggi negativi rispetto al passato.

**La pubblicità italiana è considerata da osservatori internazionali tra le più sessiste del mondo.**

È possibile cambiare le cose? Certo.

La [Risoluzione Europea del 3 settembre 2008](#) ci esorta a farlo. **In diversi paesi sono in vigore norme sulla pubblicità sessista. Anche in Italia dobbiamo poterla scoraggiare. Dobbiamo poterla sanzionare** in modo più esteso ed energico di quanto avviene ora.

Da addetti ai lavori, possiamo dare il nostro contributo perché in Italia nuove norme sulla pubblicità sessista non restino solo "sulla carta", come spesso succede alle buone intenzioni di difficile realizzazione, ma incidano in modo sostanziale migliorando le pratiche della nostra professione.

Abbiamo però bisogno che le cittadine e i cittadini esprimano il bisogno collettivo e urgente di cambiare le cose. E, ti assicuro, già questo fatto è importante, perché può convincere committenti e produttori di pubblicità a prestare molta più attenzione.

Per **questo ti chiedo di firmare la petizione *Fermiamo la pubblicità sessista in Italia***, indirizzata al Ministro per le Pari Opportunità, Josefa Idem. Sarei felice di incontrarla, insieme ad alcune esponenti dei gruppi di attiviste che tanto in questi anni si sono prodigati sul tema. Grazie

Massimo Guastini

