

INTERPELLANZA

Pubblicità Philipp Plein: un grave affronto alle donne, un grave affronto alle vittime di violenza

del 26 novembre 2018

Proprio in concomitanza con la Giornata Mondiale contro la violenza verso le donne del 25 novembre, il gruppo internazionale attivo nel settore della moda Philipp Plein, con sede a Lugano, purtroppo già conosciuto per il mancato rispetto delle leggi sul lavoro, ha lanciato una campagna pubblicitaria non solo volgare e misogina, ma che, oltretutto, banalizza il femminicidio e la violenza verso le donne. Non è dato a sapere se per ignoranza o per far parlare di sé; ma visti anche i precedenti dell'azienda in Ticino, non c'è grande spazio per attenuare il giudizio negativo rispetto a questa provocazione.

Il Cantone Ticino ha attivato da qualche tempo strategie di prevenzione della violenza sia in ambito domestico che in ambito giovanile come pure di prevenzione della radicalizzazione ed estremismi violenti, che si inseriscono a loro volta in strategie di prevenzione internazionale (la prima) e in piani d'azione nazionali (la seconda e terza). Se da un lato, quindi, vi è un grande sforzo da parte delle istituzioni per prevenire la violenza, dall'altro questa campagna pubblicitaria agisce con disinvoltura da diversi punti di vista ed è in chiara controtendenza rispetto agli impegni profusi dall'ente pubblico.

Inoltre, le immagini proposte chiaramente non rispettano le linee guida della Commissione svizzera per la lealtà¹, in particolare la regola 3.11 "Pubblicità sessista" che al punto 2 in particolare recita: *"Est en particulier à considérer comme sexiste toute publicité dans laquelle: (punto 2.2) est représentée une forme de soumission ou d'asservissement ou est suggéré que des actions de violence ou de domination sont tolérables;"*

- Come valuta il Consiglio di Stato l'impatto della pubblicità del brand Philipp Plein (vedasi foto allegate) nell'ottica preventiva suindicata?

Non ritiene il Consiglio di Stato

- che vi siano gli estremi per una denuncia per istigazione al femminicidio?
- di dover intervenire direttamente o mediante lettera presso la direzione del Gruppo Philippe Brand che ha sede a Lugano per stigmatizzarne i comportamenti e invitarlo evitare toni e campagne lesive della dignità delle donne?

A nome dell'Agenda 54:

Gina La Mantia, Henrik Bang, Carlo Lepori, Raoul Ghisletta, Tatiana Lurati Grassi, Claudia Crivelli Barella, Nadia Ghisolfi, Milena Garobbio, Natalia Ferrara, Daniela Pugno Ghirlanda, Massimiliano Ay, Giorgio Fonio, Matteo Quadranti, Ivo Durisch, Sabrina Gendotti, Francesco Maggi, Tamara Merlo

¹ La Commissione svizzera per la lealtà è stata fondata nel 1966 da KS Kommunikation Schweiz / CS Comunicazione Svizzera. In veste di istituzione neutrale e indipendente del settore della comunicazione, ha come obiettivo l'autocontrollo della pubblicità. La Commissione svizzera per la lealtà non emette sentenze applicabili giuridicamente. Emanando delle raccomandazioni di cui gli operatori pubblicitari devono tener conto per evitare rischi giuridici o procedimenti penali promossi da autorità pubbliche.

In veste di membro della EASA (European Advertising Standards Alliance), la Commissione svizzera per la lealtà è presente anche nell'organizzazione mantello internazionale delle organizzazioni di autocontrollo della pubblicità. (<https://www.faire-werbuna.ch/it/>)

