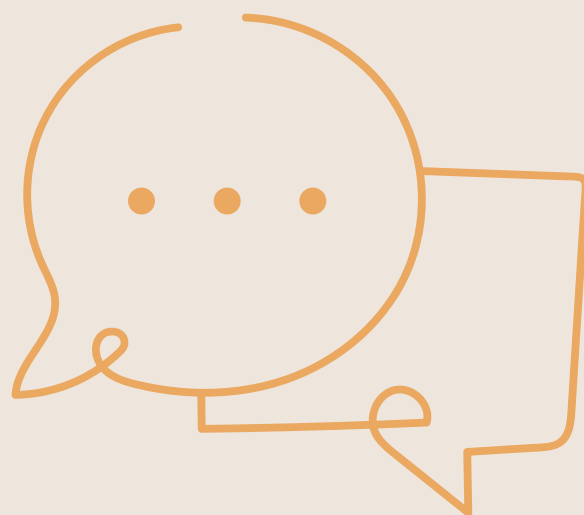
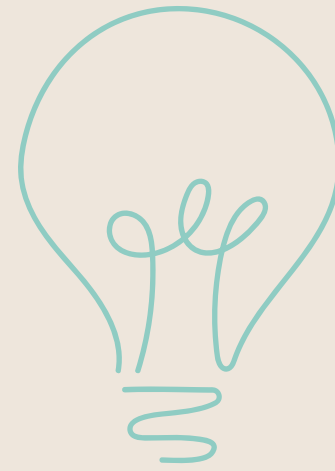


VOCI

Progetto Copywriting
di
Federica Totaro



IL PROGETTO

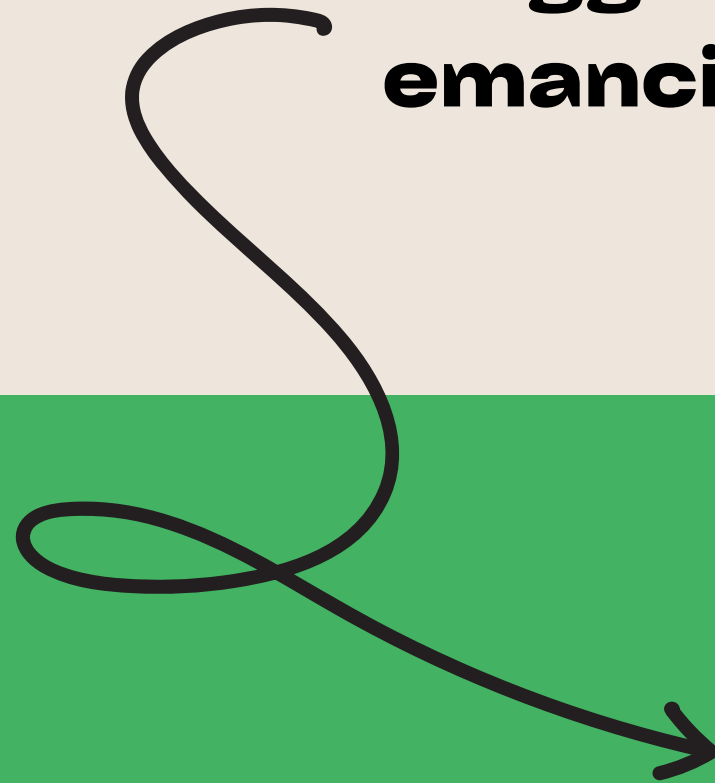


1. **Di che si tratta?**
2. **Azienda**
3. **Motivazione**
4. **Target**
5. **Tone of voice**
6. **Pubblicazione**
7. **Headline**
8. **Principi di persuasione di Cialdini**
9. **Unicità**
10. **Risorse**
11. **BLOG POST**

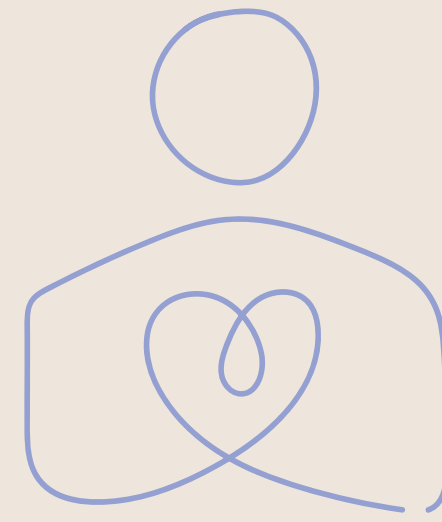
Di che si tratta?



OBIETTIVO 5: Parità di genere.
Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.



Azienda



Voci è un media brand nato per **colmare il vuoto di una narrazione mediatica** spesso con un'impronta **che non dà spazio alle voci delle donne**. Qui si cerca la parità, la condivisione delle storie di donne che stanno lottando per arrivarci.

Il team è composto da donne e uomini che credono nella parità e nella divulgazione dei valori di uguaglianza e rispetto reciproco.

Da dove nasce l'idea: si sente la mancanza di voci femminili nel panorama europeo, così le fondatrici hanno voluto rompere questo silenzio.

Vision: contribuire al raggiungimento della parità di genere.

Mission: dare voce alle donne che stanno cambiando il mondo con piccoli e grandi passi.

Come funziona?

Voci divulga sul blog, sui social e su YouTube notizie, narrazioni e punti di vista differenti.

Vengono realizzati principalmente video, interviste e servizi, a volte sponsorizzati da grandi aziende o istituzioni in linea con i loro valori. I social sono il veicolo più forte, dove si aprono dibattiti e confronti e dove c'è una maggiore diffusione.

Motivazione: perché ho scelto questo argomento



Sono riuscita a dare una risposta a questa domanda, ponendomi a mia volta delle domande.

Ho voluto fare questo, perché dare una risposta a freddo rischia di cadere nel banale quando si parla di parità di genere.

Se ho scelto questo obiettivo ONU come **argomento** vuol dire che lo percepisco come **significativo**, come **un tema su cui alzare la voce**.

Ecco le domande da cui ho iniziato:
perché è significativo questo argomento
per me? **In che modo percepisco la
disuguaglianza di genere?**

**Parità vuol dire essere sullo stesso
livello e nella vita di tutti i giorni,**
da donna dico, **vedo un dislivello.**

Però vedo anche come negli ultimi anni è
stata **posta più attenzione**
a questo argomento.

E se sono stati fatti tanti passi avanti
è anche **grazie alle realtà come**
“Voci”, che **danno voce alle donne**.
Rappresentano quella spinta in più
per raggiungere l’obiettivo.

La disparità di genere, purtroppo,
caratterizza varie sfere della vita
sociale, ma io ho voluto
concentrarmi su quella lavorativa.
Una disparità, quella lavorativa,
vera soprattutto a seguito
della pandemia.

Target

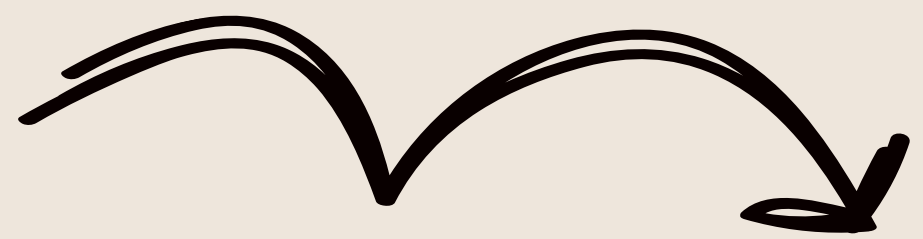


Olivia

- 26 anni
- Neolaureata
- Giovane lavoratrice
- Usa i social e si informa online,
- Ha scoperto Voci per caso sui social
- Segue l'account Instagram e legge il blog post come fonte d'ispirazione

Alessia

- 45 anni
- Sposata con figli
- Ruolo manageriale in azienda
- Fa fatica a destreggiarsi tra casa e lavoro
- Ha pensato spesso di rinunciare alla carriera per occuparsi della famiglia
- Legge e segue Voci per sentirsi meno sola e capire come le altre donne in carriera con figli hanno scelto di affrontare il problema
- Diventare manager non è stato facile, perché spesso non ritenuta idonea in quanto donna con figli
- Si informa e ha a cuore la parità di genere



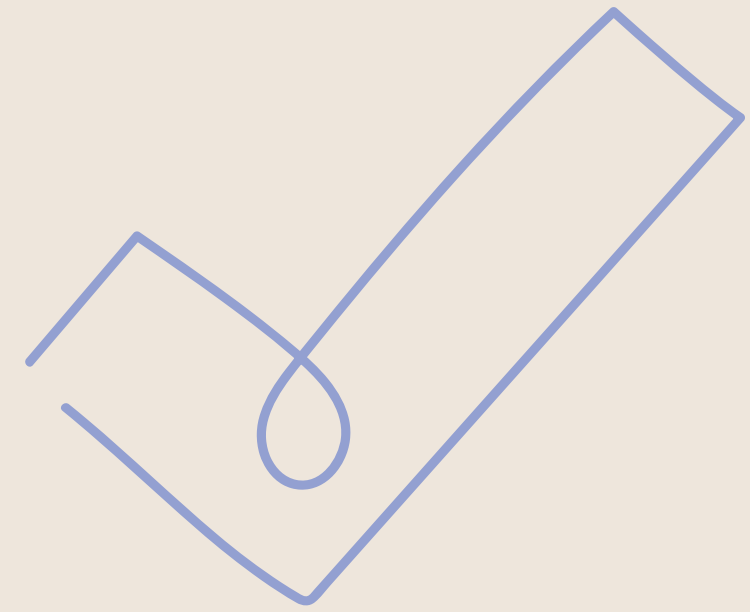
Quando **Olivia** ha iniziato a lavorare dopo gli studi si è resa conto degli svantaggi di essere una giovane donna che entra nel mondo del lavoro. Ora ha a cuore la parità di genere e si informa sull'argomento.

Tone of voice



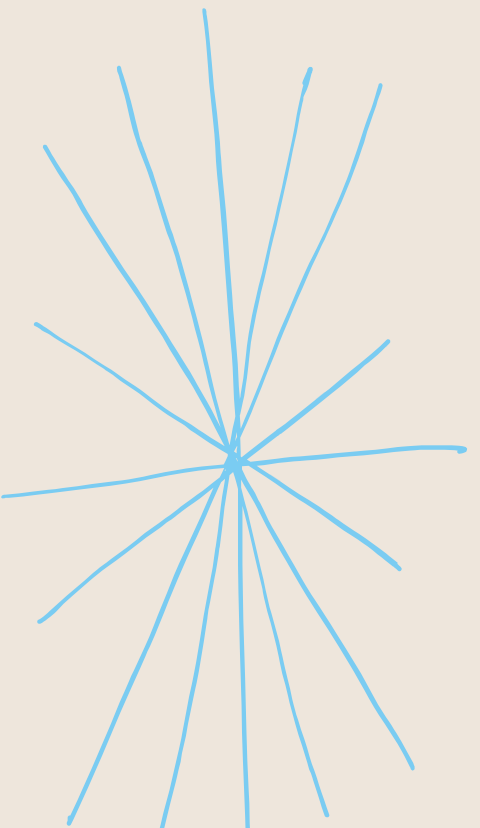
Il tone of voice utilizzato è
serio, emozionale
e **coinvolgente**. La serietà
di una problematica attuale
si mescola al coinvolgimento
del lettore/lettrice nella lettura
delle storie riportate (inventate ai fini della
stesura del blog post) per suscitare
un'emozione con finalità di un'azione
(**iscrizione**
alla newsletter).

Pubblicazione



Il blog post verrà pubblicato sul blog
nel sito web aziendale.

In particolare nella sezione del blog
"donne e lavoro".





Headline

H1

"3 proposte concrete per superare il gender gap al lavoro"

Keyword: Gender gap al lavoro (la scelta di usare un anglicismo è per un'economia di spazio)

Soluzione: proposte concrete

Numero 3: i numeri nei titoli sono efficaci, esprimono chiarezza e quelli dispari convertono di più

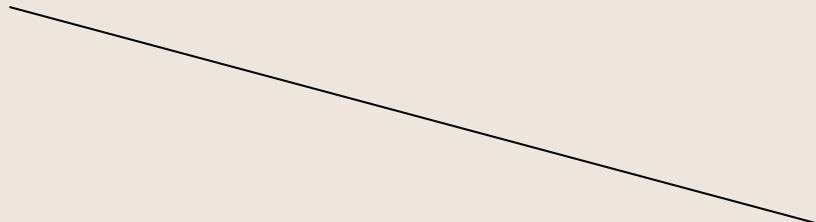
Caratteri: 47, un titolo chiaro e corto attira attenzione ed è facile da leggere

Il titolo fa leva su: Curiosità ed interesse della lettrice/lettore



H2

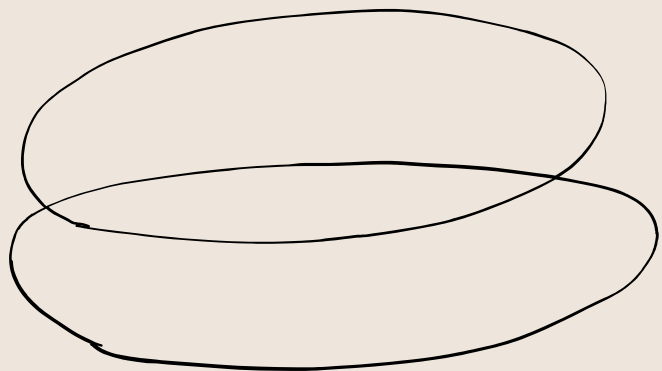
Il blog post è suddiviso nei seguenti paragrafi:

1. Trasparenza salariale: basta emanare leggi, più concretezza
 2. Congedo parentale equo: la strada è ancora lunga
 3. Leadership femminile: come abbattere il “soffitto di cristallo”?
 4. Conclusioni
- 

Principi di persuasione di Cialdini

Autorevolezza

Nel testo cito
organizzazioni autorevoli
come l'**ONU**, le parole di
un personaggio
importante come la
Presidente **Von der
Leyen**. Inoltre riporto dati
e informazioni da fonti
quali l'**Unione Europea, il
Sole 24 Ore, La Stampa,
Forbes**.



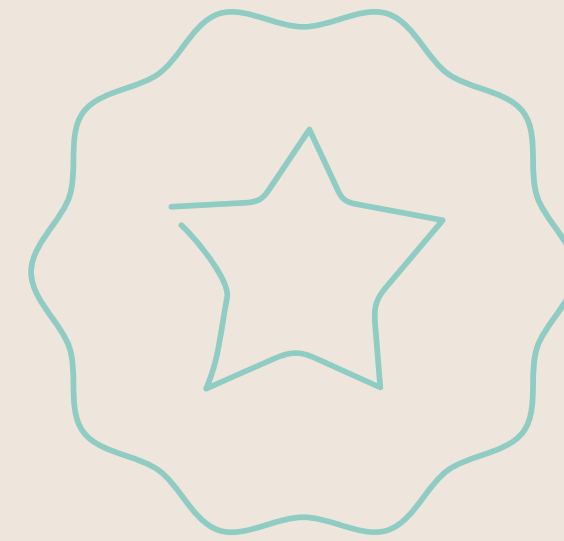
Simpatia

Nel testo cerco di **costruire con il lettore un legame di similitudine** con frasi come "forse è successo anche a te o a qualcuno che conosci". Poi alla fine dell'articolo utilizzo frasi come "Ti leggiamo con piacere" o "Saremo lieti di ascoltare la tua voce." **Il lettore si sente** così **accolto**, in un "luogo sicuro", **come stesse parlando con degli amici.**

Coerenza

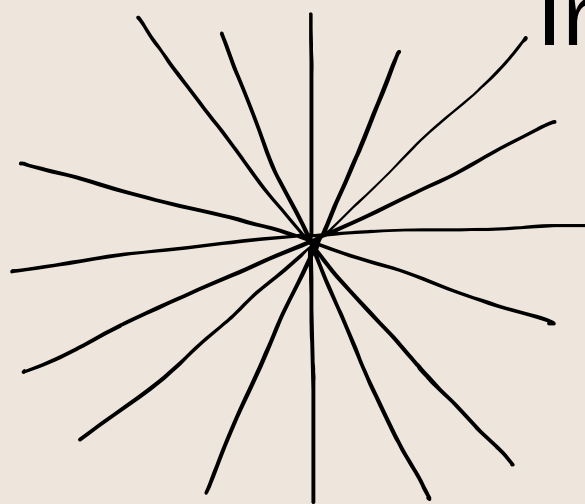
Dopo aver chiesto al lettore di **scrivere nei commenti** altre proposte, lo incoraggio ad **iscriversi alla newsletter** ed infine coerentemente a questi passaggi lo invito a **condividere la sua storia.**

Unicità



L'unicità di questo blog post risiede nel fatto
che

la maggior parte degli articoli che ho letto
sul divario di genere al lavoro **sono lunghi**,
mentre nel mio caso **ho voluto concentrarmi**
sulle proposte più lampanti ed efficaci,
limitandole a 3.



Inoltre, la condivisione delle storie (inventate)
e l'invito alla lettrice di condividere, a sua
volta, la sua storia
è un'iniziativa non comune.

Risorse



- <https://unric.org/it/wp-content/uploads/sites/3/2019/11/Agenda-2030-Onu-italia.pdf>
- <http://www.uniroma2.it/cgil/ccnl/legge1977903.htm#:~:text=Parit%C3%A0%20di%20trattamento%20tra%20uomini,i%20livelli%20della%20gerarchia%20professionale>.
- <https://www.ilsole24ore.com/art/il-gender-gap-tempi-covid-donne-guadagnano-20percento-meno-uomini-AE6QYpAB>
- https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/gender_equality_strategy_factsheet_it.pdf
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021PC0093&from=IT>
- <https://www.infoparlamento.it/tematiche/Lavoro/trasparenza-salariale-in-esame-al-parlamento-europeo>
- https://fondazionefeltrinelli.it/app/uploads/2020/09/Piu-uguali_ma-non-troppo_-3.pdf



- <https://www.lincmagazine.it/2021/02/15/congedo-parentale-in-europa/>
- <https://www.rainews.it/articoli/2022/08/congedi-parentali-da-oggi-le-nuove-regole-cosa-cambia-per-i-genitori->
- <https://factorial.it/blog/leadership-femminile/>
- <https://ecointernazionale.com/2021/05/soffitto-di-cristallo-infrangere-gender-gap/>
- <https://forbes.it/2022/05/03/empowerment-donne-disparita-genere-soffitto-cristallo/>
- <https://finanza.lastampa.it/News/2022/03/08/8-marzo-la-parita-e-ricchezza-gli-impatti-sul-pil/>

Per le immagini:

- <https://www.freepik.com/>
- <https://www.pexels.com/it-it/>

BLOG POST





3 proposte concrete per superare il gender gap al lavoro

02/09/2022

Federica Totaro

Tempo di lettura: 9 minuti

“Il tempo per la giustizia e l’uguaglianza è adesso” queste le parole della Presidente della Commissione Europea Ursula von der Leyen in occasione dell’8 marzo, la giornata internazionale della donna.

Il piano d’azione messo in atto dalla Commissione Europea ha come obiettivo il **raggiungimento della parità di genere** in tutte le aree della nostra società entro il 2025.

Un obiettivo che è parte integrante di un programma ancora più ampio, quello dell’[Agenda 2030 stilato dall’ONU](#). Un piano d’azione che non vede protagonista solo l’Europa, ma tutto il mondo.

Il programma, stilato nel 2015, si propone di **raggiungere 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile**, tutti fondamentali per il futuro dell’umanità.



Il quinto è un obiettivo che, come già sapete, **a noi di Voci sta particolarmente a cuore**: *raggiungere l’uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze*. È l’argomento a cui diamo voce ogni giorno attraverso i nostri social e il blog. Oggi vogliamo concentrarci su un aspetto in particolare: **la parità di genere al lavoro**.

Sono ancora tante le giovani donne, forse è successo anche a te o a qualcuno che conosci, che ai colloqui si vedono obbligate a rispondere a domande come: “Sei sposata?” “Pensi di avere figli in futuro?”. Domande che sono sintomo di una società in cui i condizionamenti culturali sono duri a morire.

La donna-mamma, la donna che vuole mettere su famiglia, vista come un peso, che toglie tempo e rendimento al lavoro. Questa è solo **una delle varie forme di disuguaglianza subite dalle donne sul posto di lavoro**. Si può citare anche la disuguaglianza di reddito e via dicendo.

Eppure la possibilità di arginare questi fenomeni con azioni concrete c'è e noi vogliamo provare ad elencarvi **3 proposte concrete per superare il divario di genere al lavoro**.

1. Trasparenza salariale: basta emanare leggi, più concretezza

È forse l'azione che ognuno di noi darebbe per scontata, eppure la **discriminazione retributiva è ancora radicata** nelle aziende italiane e non. L'avresti mai detto che la parità salariale in Italia è già stabilita grazie ad una [legge del 1977](#)?



Designed by [Freepik](#)

Dai dati riportati in [questo articolo del Sole24ore](#), **le donne in Italia guadagnano il 20% in meno degli uomini**. E dopo il Covid-19 il quadro è anche peggiorato. In [Europa](#), in media, **la retribuzione oraria delle donne è il 16% in meno rispetto agli uomini**.

Tutti dati che ci invitano a riflettere sul fatto che **emanare leggi non basta più** per superare il divario di genere. Bisogna invece puntare su **metodi più concreti** che permettano di verificare l'effettiva parità salariale tra uomo e donna.

Un passo verso questa direzione è stato fatto dall'Europa nell'aprile di quest'anno. Il 5 aprile il Parlamento Europeo ha infatti approvato la [direttiva UE per la trasparenza salariale](#).

La direttiva propone che le aziende con almeno 50 dipendenti siano obbligate a *pubblicare i dati sulla retribuzione per genere*. Nel caso in cui dalla divulgazione di queste informazioni emerga [una differenza retributiva di genere di almeno il 2,5%](#) allora deve essere fatta una valutazione congiunta tra Stati membri e rappresentanti dei lavoratori per la parità salariale.

A questa valutazione deve seguire un piano d'azione, è proprio a partire da questo punto che noi di Voci pensiamo si possa fare la differenza. Infatti è solo **rafforzando la messa in pratica** dei vari provvedimenti che si potrà dire di aver fatto un passo in più verso la parità di genere.

2. Congedo parentale equo: la strada è ancora lunga

Un'azione concreta, che darebbe una bella scossa al retaggio culturale secondo cui donna uguale famiglia, è una **maggiore parità nel congedo parentale**.

Per capire più da vicino come questo problema possa aggravare la disuguaglianza di genere nel mercato del lavoro andiamo a raccontare la testimonianza di una nostra lettrice.

Voci nasce per dare voce alle donne, per *condividere le loro storie* e questa volta parliamo di Carla, una donna di 35 anni che, dopo anni di carriera si vede **costretta ad accettare un contratto part-time** per poter conciliare il lavoro con la nascita del figlio, condizione necessaria per non perdere il posto di lavoro.

Approfondisci la storia di Carla in questo articolo:

"Storie di donne al bivio: part-time o disoccupazione?"

La storia di Carla è la storia di tante donne che, relegate al ruolo di madri e mogli, sono [involontariamente costrette ad accettare un posto di lavoro part-time](#), perché dopotutto è *meglio accettare un lavoro a tempo ridotto che essere disoccupate*.

Se è vero che i contratti part-time hanno agevolato l'entrata delle donne nel mondo del lavoro, è pur vero che il legame donna e contratto part-time è così radicato nell'immaginario comune, perché interpretato come la soluzione ai tanti impegni della donna tra lavoro e famiglia.

Un congedo parentale più equo permetterebbe alle donne e agli uomini di poter **condividere le responsabilità nella crescita e nell'educazione dei figli**.

Un papà più presente e una mamma più appagata lavorativamente andrebbero sicuramente a beneficio delle dinamiche familiari.



Designed by [Freepik](#)

In Italia il congedo di paternità è un traguardo raggiunto recentemente, se si pensa che fino al 2013 si trattava di un congedo sostitutivo a quello materno da poter prendere solo in casi eccezionali.

Ora il congedo di paternità è obbligatorio, dura 10 giorni lavorativi, è indipendente da quello materno ed è riconosciuta un'indennità pari al 100% della retribuzione. Per quanto riguarda il congedo parentale però la coppia può usufruire di **9 mesi totali coperti solo dal 30% dell'indennità**.

Sicuramente un passo in avanti è stato fatto, ma bisogna guardare agli altri paesi europei per capire che *l'Italia è ancora il fanalino di coda*. Con 16 settimane di congedo retribuite al 100% a far meglio di tutta Europa è sicuramente la Spagna. Un modello, quello spagnolo, che sostiene una genitorialità condivisa. Un modello che dà un grande supporto al superamento della disparità di genere.

3. Leadership femminile: come abbattere il “soffitto di cristallo”?

Solitamente si associa il ruolo di leader aziendale ad un uomo, nonostante avere donne in ruoli dirigenziali non possa che giovare le aziende. Così come si evince [da questo articolo](#), **le donne possiedono una spiccata intelligenza emotiva e sanno gestire i talenti, un potenziale non abbastanza valorizzato dalle aziende.**

Ma cos'è che realmente impedisce l'aumento di donne a capo di un'azienda? Si tratta semplicemente dei **condizionamenti culturali** che tengono legata la nostra società. In questi casi si parla del fenomeno del [“soffitto di cristallo”](#).



Designed by [upklyak](#)

A creare il **“soffitto di cristallo”** sono tutta quella serie di **ostacoli sociali e culturali**, apparentemente invisibili, ma che di fatto **impediscono la verticalizzazione della carriera femminile**.

La corsa ad ostacoli per le donne parte già dalla fase di reclutamento. Spesso il pregiudizio di genere infatti inizia da una foto sul curriculum. Un suggerimento per le aziende da mettere subito in atto: *curriculum senza foto e annunci di lavoro con tono inclusivo*.

Gli ostacoli non cessano di esistere ad assunzione avvenuta. Infatti **la maggioranza delle donne si ferma a ruoli di “entry-level”**. Come indicato da [questo articolo](#) su Forbes: a livello mondiale **solo il 27% delle posizioni senior e manageriali sono ricoperte da donne**; in Italia **il 18% delle donne ricopre ruoli manageriali**, di cui **solo il 3% sono CEO**.



Designed by [dooder](#)

Una corsa ad ostacoli, quella tutta al femminile, il cui traguardo è un soffitto di cristallo che ancora fatica a rompersi.

Ne sa qualcosa Agnese, donna di 42 anni, che è tra quel 18% di donne italiane che ricopre una posizione manageriale. Nonostante affermi con soddisfazione di aver raggiunto un bel traguardo nella sua carriera, si fa largo anche una delusione. Come i momenti quando viene interrotta o zittita dagli altri dirigenti, **non ritenuta credibile** o all'altezza del suo ruolo **in quanto donna**.

Approfondisci la storia di Agnese in questo articolo:

"Costruirsi una carriera ai vertici tra sfide e traguardi"

Davanti a questo scenario, suggerimenti come **coltivare i talenti femminili all'interno dell'azienda** e **promuovere una cultura aziendale inclusiva**, ci sembrano atti da mettere subito in pratica.

4. Conclusioni

Fino a quando avremo bisogno di quote rose per vedere rappresentato il genere femminile nei settori pubblici e privati. **Finché una donna verrà valutata dal suo aspetto esteriore** invece che dal suo contributo lavorativo.

Finché donne come Carla saranno involontariamente costrette ad accettare un lavoro “a metà” per la paura di perderlo interamente.

Finché donne come Agnese vedranno svalutato il loro lavoro in quanto donne.

Finché ci sarà tutto questo, **allora sarà necessario alzare la voce sempre di più** su questi temi per riuscire a rompere quel soffitto di cristallo fatto di stereotipi culturali e sociali.

È quindi lavorando sui bias inconsci, sui miti radicati della nostra società che si costruirebbe *una cultura basata sull'uguaglianza di genere* in tutte le sue forme.

Concretizzare la trasparenza salariale, attuare un congedo parentale equo e promuovere la leadership femminile rappresentano **solo la punta dell'iceberg** di un cambiamento che deve partire dal basso.

A partire dalle famiglie, dalle scuole, dal mondo dell'intrattenimento, dalle istituzioni, bisognerebbe **favorire un linguaggio inclusivo e un'educazione** il più possibile **sradicata dai pregiudizi di genere**.

Dopotutto non si parla soltanto di un fattore di giustizia, ma anche di un **vantaggio economico**. Infatti, secondo [uno studio](#) della multinazionale di consulenza strategica McKinsey, **se si sfruttasse a pieno il potenziale femminile, entro il 2025** ci sarebbe un **aumento del Pil globale annuale pari al 26%**.

Tuttavia, alle condizioni attuali **saranno necessari altri 135 anni per raggiungere la parità di genere**. Anni persi di ricchezza e diritti civili. Ecco perché *il tempo per raggiungere la parità di genere è adesso*.



Designed by [pikisuperstar](#)

In questo articolo ti abbiamo esposto **le nostre 3 proposte**, quelle **essenziali** per noi.

E tu, hai altre proposte da aggiungere alle nostre?

Ti è piaciuto l'articolo?

Faccelo sapere nei commenti. Ti leggiamo con piacere.

Sei curiosa/o di leggere altri articoli e **storie dall'universo femminile?**

Iscriviti alla nostra newsletter!

Unisciti alle Voci!

E se hai anche tu una storia da condividere, scrivici in direct sulla nostra pagina Instagram **@alziamolevoci** o all'indirizzo e-mail: **voci@mediabrand.com**.

Saremo lieti di ascoltare *la tua voce*.