

# #UNITED4RESPECT

*Report Change Readiness Survey*

iab. 

VNA 

valore<sup>D</sup>  
LA DIVERSITÀ  
È POTENZA

29 settembre 2023



## Indice

- Introduzione
- Metodologia
- Overview dei risultati
- Anagrafica
- Livello di interesse personale e del comparto
- Percezione della diffusione del tema
- Percezione del livello di propensione al cambiamento
- Impatti sul business, reputazione e cultura
- Considerazioni sul percorso U4R

Introduzione

# U4R – United For Respect



## WHO

UNA, IAB, OBE e ACIDI hanno creato un tavolo inter-associativo per attivarsi in modo coordinato e coerente rispetto al tema del rispetto e delle molestie, emerso con gli episodi dei mesi scorsi che hanno evidenziato l'esistenza di comportamenti tossici nel settore

## WHY

Creare un terreno di consapevolezza sulla cultura dell'inclusività con un focus sulla parità di genere

## HOW

Ascolto, coinvolgimento e attivazione degli stakeholder in un programma di cambiamento culturale del settore

## WHAT

Adozione di una carta di principi condivisi, campagne di comunicazione interna, condivisione e scambio di informazioni, supporto alle proprie comunità



# Metodologia

## **LOGICA:**

Mappare il livello di percezione del settore sul tema dell'inclusività e della parità di genere.

## **I TEMI SONDATI:**

1. Livello di interesse personale e del comparto
2. Percezione della diffusione del tema e del livello di preparazione al cambiamento
3. Impatti sul business
4. Considerazioni sul percorso United For Respect
5. Considerazione su iniziative programmate da U4R

## **DESTINATARI**

Management agenzie pubblicitarie e di comunicazione e professionisti associati alle 4 Associazioni del tavolo .

## **MODALITÀ**

Survey online compilata in modo anonimo e composta da 15 domande a scelta multipla.

## **PERIODO:**

Le risposte sono state raccolte dal 18 al 25 Settembre 2023.



# Overview dei risultati

## IMPATTO REPUTAZIONALE e PERCEZIONE DEL TEMA

- Il livello di **impatto** medio percepito sulla **reputazione** del settore è **8.1/10**
- il livello percepito di **inclusione reale** del settore è **5.3/10**

I due risultati evidenziano un riconoscimento dell'impatto del tema ma non un effettivo corrispondente tratto culturale del settore

## LIVELLO DI INTERESSE PERSONALE E DEL COMPARTO

- il livello di **interesse personale dichiarato** è **maggiore** del livello di **interesse percepito del settore**: una forma di «deresponsabilizzazione» nella presa in carico di azioni che possano innescare un effettivo cambiamento culturale, tendenza confermata anche dai dati registrati come «resistenze»

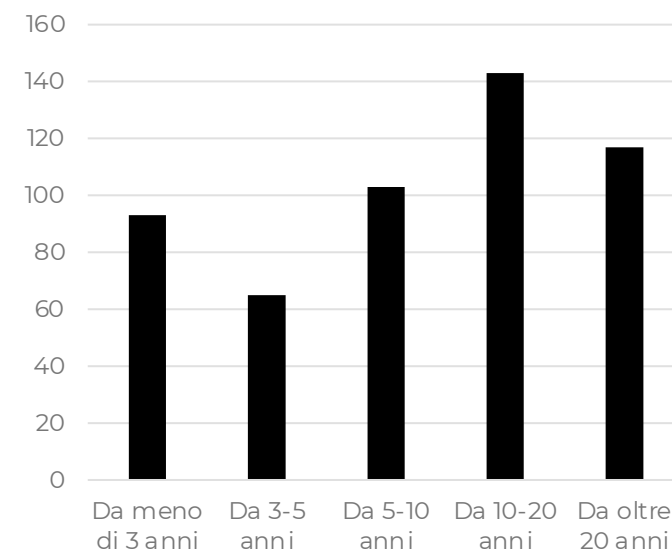
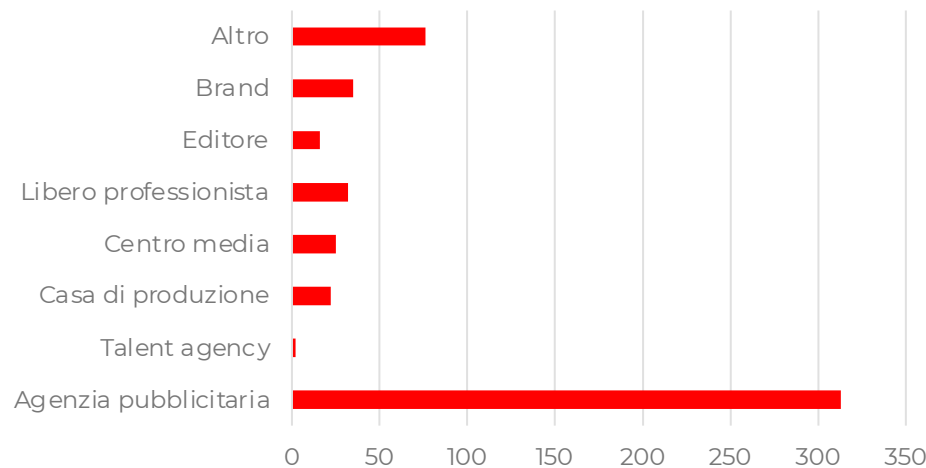
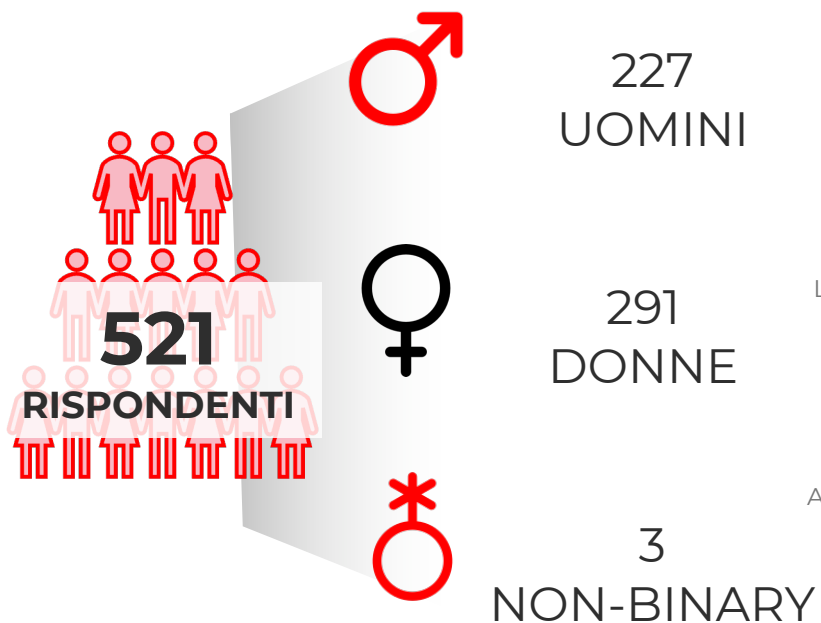
## RESISTENZE

- Diffusa percezione della **mancanza di interesse e riconoscimento del tema**
- **Rassegnazione/Alibi**: scarsa propositività per via dell'assenza di risorse per agire

## FOCUS

La **cultura aziendale** e il relativo impatto sui percorsi di **carriera** sono percepiti dai rispondenti come principale causa e relativa conseguenza del tema

# In che realtà lavori? Da quanto tempo? Con quale genere ti identifichi?



Il campione è diviso in maniera abbastanza **omogenea** tra donne e uomini (55% vs. 45%) e la maggior parte dei rispondenti opera nel settore **da 10 o più anni**.

Livello di interesse personale e del comparto

# La prospettiva individuale e del settore

«Quale ritieni sia il tuo livello di interesse al tema dell'inclusione e della parità di genere?»



«Quale ritieni sia il livello di interesse al tema dell'inclusione e della parità di genere da parte degli operatori del settore della comunicazione/pubblicità?»



«Quanto ritieni che il settore della comunicazione/pubblicità sia realmente inclusivo (in generale)?»



Gli intervistati sembrano avere un **alto livello** di **interesse personale**, mentre il livello di **interesse del settore** riguardo al tema è più **basso**.

Allo stesso modo, in termini reali, il mondo della comunicazione **non si auto-percepisce molto inclusivo**.

Livello di interesse personale e del comparto

# La percezione di impatto sulla reputazione

«Quanto ritieni che il settore della comunicazione/pubblicità sia realmente inclusivo (in generale)?»



«Quanto pensi che questo possa impattare sulla reputazione del settore?»



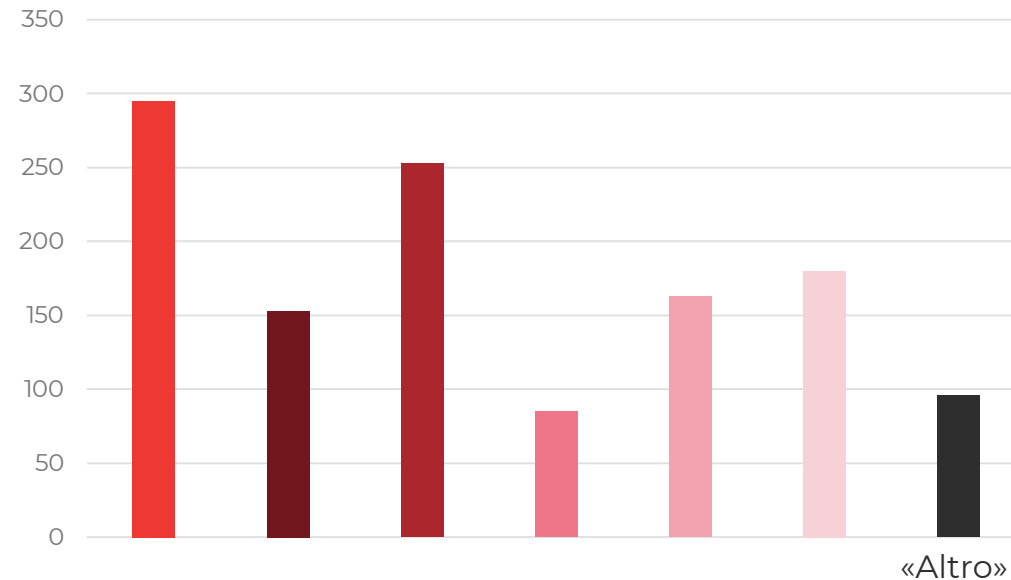
Questi risultati denotano un **riconoscimento del problema** e delle sue conseguenze sulla reputazione da parte degli operatori del settore con il parallelo **rischio** che la consapevolezza e il desiderio di un cambiamento restino delle situazioni passive, senza un'**azione concreta che inverta la percezione di reale inclusione**.



Percezione della diffusione del tema

# In quali di queste situazioni riconosci la tua realtà?

- Management per lo più maschile
- Percorsi di carriera lenti per le donne
- Work-life balance scarso
- Esistenza di una squadra dei vincenti
- Abitudini di gruppo e linguaggio negativo
- Remunerazioni più basse per le donne



Secondo gli intervistati, la situazione più frequente nelle proprie realtà è la presenza di **management per lo più maschile**.

Ciò riflette una bassa percezione del livello di diffusione del tema dell'inclusività e della parità di genere che può sfociare in comportamenti non idonei o addirittura tossici.

Le risposte «altro» confermano tale percezione, citando resistenze culturali e strutturali, bassa sensibilità e impegno effettivo/azioni tangibili

Percezione del livello di propensione al cambiamento

# Quanto ritieni che la tua realtà sia pronta ad affrontare il tema?

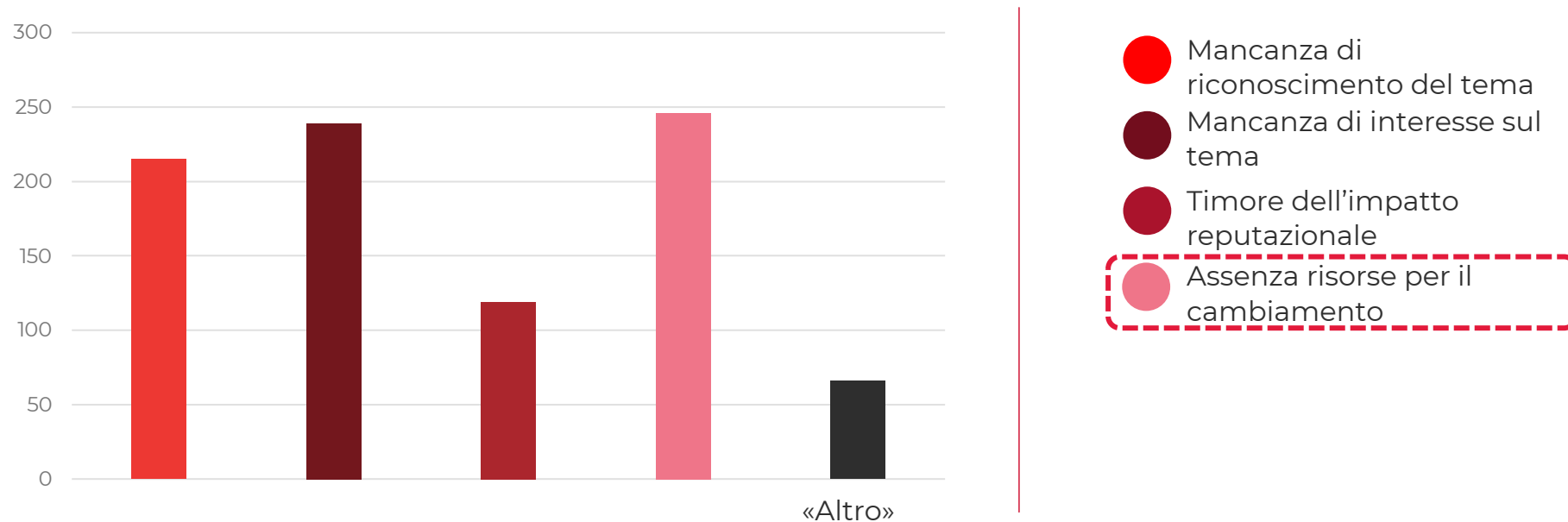
Da 1 a 10...



In media, le realtà in cui operano i rispondenti risultano essere **poco pronte** ad affrontare il tema dell'inclusività e della parità di genere in modo critico e onesto.

Percezione del livello di propensione al cambiamento

# Quali sono, secondo te, le resistenze che impediscono di affrontare il tema?



Tra le resistenze proposte, i rispondenti segnalano **l'assenza di risorse** (tempo e persone) per lavorare sul cambiamento connesso a una **mancanza di interesse/riconoscimento del tema**.

«Altre» resistenze mappate sono relative soprattutto a elementi culturali (**percezioni distorte**) e di **conservazione dello status quo**

# La percezione di impatto sul business

«Quanto ritieni che la mancanza di rispetto e inclusività possa indebolire le organizzazioni in termini di competitività?»



«Quanto pensi che questo possa impattare sulla reputazione del settore?»

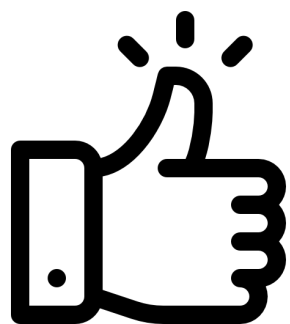


È **alto** il risultato registrato dalla **percezione dell'impatto sulla solidità delle organizzazioni** causato dalla **mancanza di rispetto e inclusività**.

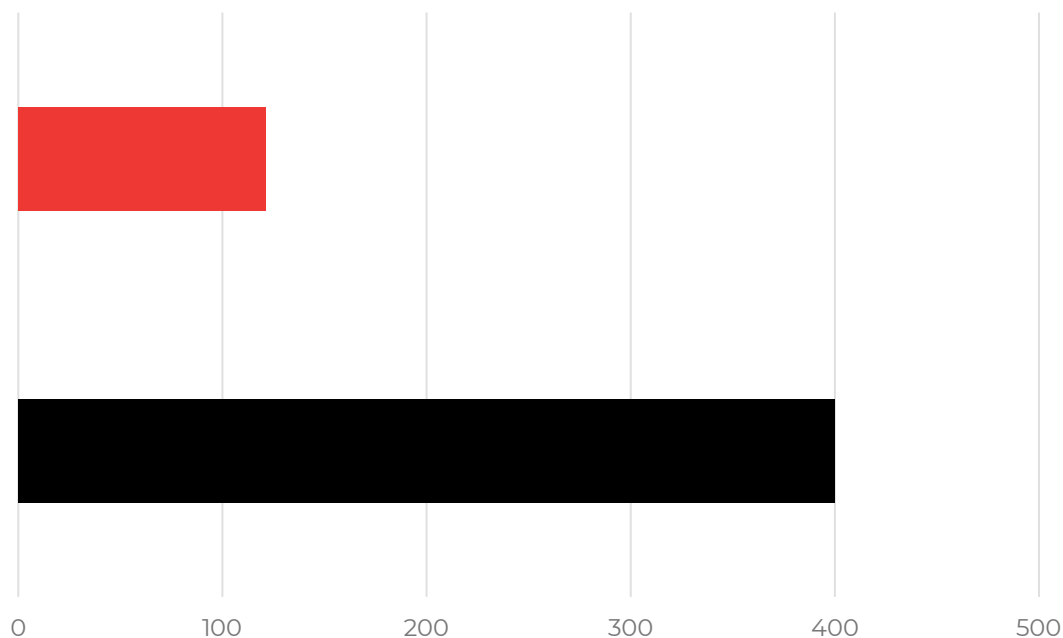
Se poi lo si connette a quello registrato dalla percezione di **impatto sulla reputazione**, diventa ancora più incisivo

Impatti sul business, reputazione e cultura

# Pensi che la scarsa reputazione del settore possa influenzare quella dei singoli attori (aziende, professionisti)?



400  
SI



121  
NO

Impatti sul business, reputazione e cultura

# Livello di interesse personale e del comparto vs. resistenze

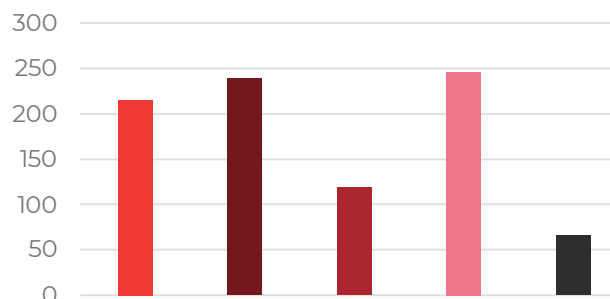
«Quale ritieni sia il tuo livello di interesse al tema dell'inclusione e della parità di genere?»



«Quale ritieni sia il livello di interesse al tema dell'inclusione e della parità di genere da parte degli operatori del settore della comunicazione/pubblicità?»



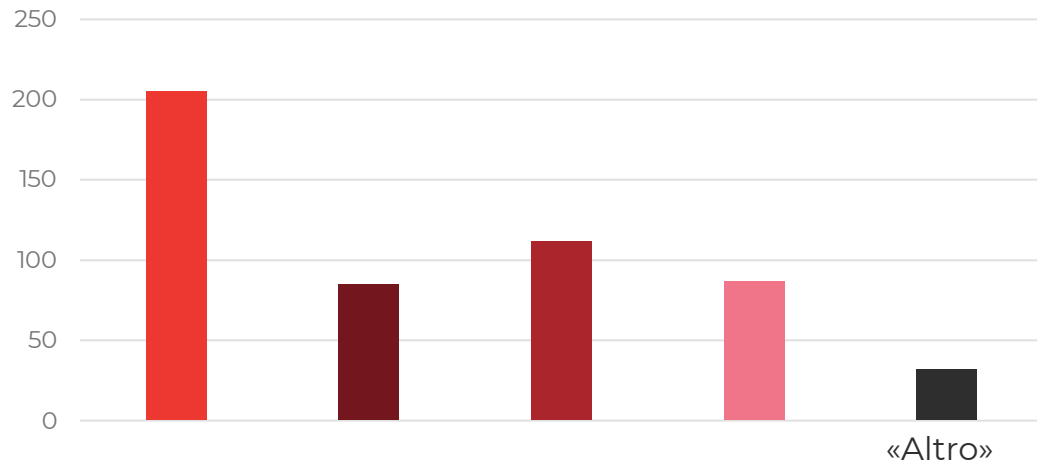
● Assenza risorse per il cambiamento



Quella sopra rappresentata è una situazione iniziale molto diffusa nei programmi di change. In particolare, si tratta di un problema di **locus of control**: si valuta in maniera positiva il proprio livello di interesse, senza assumersi le proprie responsabilità riguardo all'iniziativa. Allo stesso modo, si cerca una spiegazione all'assenza di un'iniziativa concreta in fattori quali, ad esempio, l'assenza di risorse.

Considerazioni sul percorso U4R

# Cosa pensi della creazione di un tavolo inter-associativo per affrontare il tema in modo sinergico?"



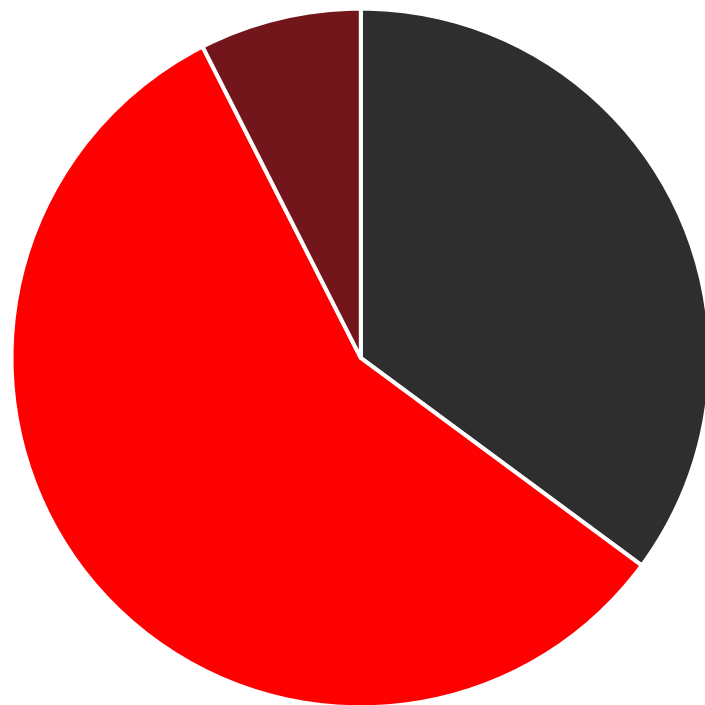
- Un'azione congiunta è utile
- Single società e agenzie dovrebbero attivarsi nella propria realtà
- Sembra un'operazione di facciata
- Era ora che le associazioni si attivassero insieme!



E' stato chiesto ai rispondenti quali fossero (tra alcune proposte) le loro opinioni riguardo la **creazione di un tavolo inter-associativo** che lavori sul tema. Le più frequenti hanno una connotazione positiva, in quanto **un'azione congiunta** viene valutata come **utile**.  
 Fra le «altre» risposte, ci si aspetta **un'assunzione di responsabilità individuale, autentica** ed efficace nei risultati **misurabili**.

Considerazioni sul percorso U4R

# Sei favorevole all'adozione di una carta dei principi condivisa fra le diverse associazioni di settore?



«Assolutamente sì»

183 voti

«Sì, ma non è sufficiente»

239 voti

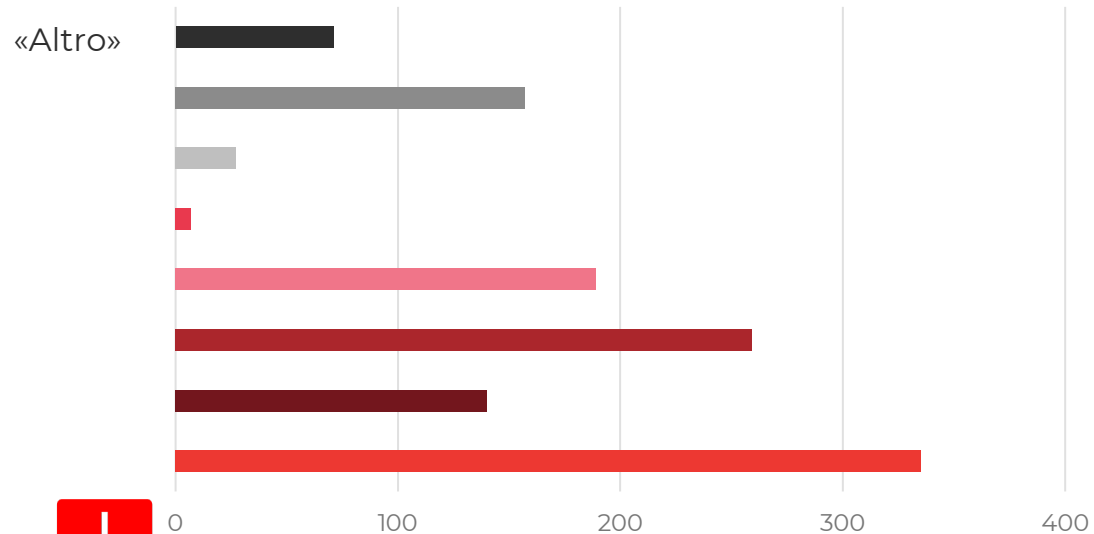
«No, non serve a nulla»








39 voti



Considerazioni sul percorso U4R

# Quali tra queste iniziative sono utili per favorire l'inclusività e la parità di genere nel settore?



-  Condivisione e scambio di informazioni, buone pratiche e strumenti tra operatori e/o associazioni
-  Momenti pubblici come convegni e seminari
-  Formazione specifica
-  Campagne di comunicazione interne all'azienda
-  Non c'è bisogno di nessuna iniziativa perché il tema non esiste
-  Non c'è bisogno di nessuna iniziativa perché tanto non cambierà mai nulla
-  Supporto per l'adozione della normativa sul whistleblowing (la rivelazione volontaria di informazioni riservate o illegali per responsabilità sociale)



Tra le iniziative proposte, le più citate dai rispondenti sono la **condivisione e lo scambio di informazioni**, la **formazione**, leve che possono sostenere un reale **cambiamento culturale** dichiarato come necessario fra le «altre» risposte

Grazie per l'attenzione.