

## PREMESSA

Consumers' Forum nasce con lo scopo di svolgere studi, ricerche, formazione e ogni altra iniziativa diretta alla promozione e allo sviluppo della cultura del consumo responsabile in un quadro generale di compatibilità ed equità sociale secondo le linee di sviluppo dell'Unione Europea (art 2 Statuto);

Consumers' Forum intende rappresentare un punto di incontro e di libero dibattito tra le associazioni di consumatori, il mondo delle imprese, il mondo accademico per la promozione di forme di dialogo tese a migliorare il livello di informazione e trasparenza sulla qualità e sicurezza dei prodotti e servizi (art 2 Statuto);

## Considerato

Che ai fini del miglioramento della qualità delle informazioni rese al consumatore, e più in generale al cittadino, la comunicazione commerciale deve rispettare la dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni e deve evitare ogni forma di discriminazione;

Che attraverso la pubblicità veicolano modelli culturali con straordinario potere di influenza in particolare sui minori e giovani generazioni;

Che il Ministero per le Pari Opportunità ha sottoscritto con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) un protocollo d'Intesa finalizzato

- a favorire e rafforzare ulteriormente il divieto di utilizzare in particolare l'immagine della donna in modo offensivo, discriminatorio o tale da incitare violenza sulle donne
- a collaborare con gli operatori di pubblicità ed i loro utenti per adottare modelli di comunicazione commerciale che tutelino la dignità della donna e rispettino il principio di pari opportunità evitando il ricorso a stereotipi di genere

## Consumers' Forum, aderendo allo spirito di detto protocollo, si impegna

1. A **sostenere**, attraverso le proprie attività di formazione e di ricerca, modelli di sviluppo culturale ed economici basati sul rispetto della persona umana.
2. A **diffondere** la conoscenza di strumenti di controllo istituzionali e di autoregolamentazione preposti al monitoraggio di forme di pubblicità commerciale idonea a screditare la dignità della persona violando parametri di onestà, veridicità e correttezza.
3. A **favorire** spazi di dialogo e riflessione tra operatori di pubblicità, aziende, consumatori e Autorità di vigilanza al fine di salvaguardare il corretto richiamo all'immagine della donna.
4. A **valorizzare** norme giuridiche vincolanti e codici condotta che proibiscano la pubblicità dai contenuti discriminatori o degradanti basati sugli stereotipi di genere.

Roma 4 aprile 2011



**IL CONSUMO DELL'IMMAGINE  
DELLA DONNA  
NELLA PUBBLICITÀ.**

**CARTA  
DEGLI IMPEGNI DI  
CONSUMERS' FORUM**

