

PER CAPIRE
UN POPOLO
DEVI CONOSCERE
LA SUA GENTE



Melting Spot

Padova, 18/11/2008

PER CAPIRE
UN POPOLO
DEVI CONOSCERE
LA SUA GENTE



IL CONTESTO

I media italiani si occupano della più importante comunità di immigrati in Italia, i romeni, quasi esclusivamente in occasione di **fatti criminosi**, fornendo quindi un'**immagine parziale** e distorta che ha generato casi di **discriminazione**.

OBIETTIVO DI COMUNICAZIONE

Informare i media e il pubblico italiano sulla **realtà della stragrande maggioranza** dei romeni che vivono pacificamente in Italia, contribuendo col loro lavoro alla crescita del paese che li ospita.

**FA PIU' RUMORE UN
ALBERO CHE CADE
DI UNA FORESTA
CHE CRESCE.**

**NON FARE DI OGNI
ERBA UN FASCIO.**

**L'ALTRA FACCIA
DELLA MEDAGLIA**

PER CAPIRE
UN POPOLO
DEVI CONOSCERE
LA SUA GENTE



LE RICERCHE - I (*)

Oltre la metà degli italiani ha un'opinione negativa sugli immigrati e **il 33%** degli italiani è contrario alla presenza degli immigrati romeni.

Il **90%** degli italiani non conosce un solo immigrato romeno.

Oltre l'80% degli italiani che conoscono un immigrato romeno ha un buon rapporto con lui/lei.



PIU' CONOSCENZA = PIU' TOLLERANZA

(*) MMT e Focus Marketing, Aprile 2008

PER CAPIRE
UN POPOLO
DEVI CONOSCERE
LA SUA GENTE



LE RICERCHE - II (*)

I romeni in Italia sono **1 milione su 4 milioni di immigrati**: la comunità straniera più numerosa e la più vicina all'Italia dal punto di vista linguistico, storico e religioso.

Il **72%** dei romeni in Italia è diplomato o laureato e il **65%** ha una qualifica professionale.

Il **75%** ha un lavoro fisso e spedisce denaro in Romania per aiutare la famiglia; il resto è in Italia per motivi di famiglia.

I romeni contibuiscono al PIL italiano con **2,26 miliardi di euro (1,2% del totale)**: una risorsa assolutamente necessaria.



(*) Caritas e MMT 2008

PER CAPIRE
UN POPOLO
DEVI CONOSCERE
LA SUA GENTE



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Quale approccio per comunicare e valorizzare una **realtà così ricca e interessante?**

Approccio **pubblicitario** o approccio **giornalistico**?

**ENTRAMBI:
contenuti giornalistici
veicolati anche attraverso mezzi pubblicitari**