



CONSIGLIO REGIONALE DEL VENETO

UNDICESIMA LEGISLATURA

INTERROGAZIONE A RISPOSTA IMMEDIATA N. 524

LA REGIONE HA ASSEGNATO ALLA SOCIETÀ SHADO S.R.L., TRAMITE AFFIDAMENTO DIRETTO, LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE SULLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE. QUALE LA RAGIONE DI TALE SCELTA?

presentata il 21 gennaio 2025 dalle Consiglieri Camani, Bigon, Luisetto e Zottis

Premesso che con il Decreto del Direttore dell'Unità Organizzativa Famiglia, Minori, Giovani e Servizio civile n. 132 del 29/11/2024, pubblicato nel BUR del Veneto n. 6 del 14/1/2025, si è proceduto all'affidamento diretto del servizio di realizzazione del progetto di comunicazione/informazione in materia di prevenzione alla violenza contro le donne per la durata di 24 mesi a favore di SHADO S.R.L.

Tenuto conto che da una prima ricerca è emerso che la medesima società è stata oggetto, in passato, di altri affidamenti diretti da parte della Regione Veneto: dalla comunicazione istituzionale del referendum sull'autonomia del 2017, al materiale per la divulgazione sullo stato di avanzamento dei lavori della Pedemontana nel 2020, fino ad un affidamento di 46.000 euro del novembre 2023, per promuovere la medesima infrastruttura.

Considerato che:

- la Regione giustifica la campagna di comunicazione, così come prevista dal decreto di cui sopra, richiamandosi alle azioni previste dall'articolo 2 della L.R. 5/2013, nonostante queste non siano finalizzate a pubblicizzare le azioni della Regione, bensì a “prevenire e contrastare la violenza contro le donne attraverso l'educazione alla pari dignità delle persone e alla legalità”;
- le attività di sensibilizzazione per il contrasto alla violenza di genere sono un aspetto cruciale per intervenire nella percezione collettiva del fenomeno e nell'opinione pubblica al fine di incentivare la diffusione di una cultura antidiscriminatoria;
- è fondamentale che le risorse stanziare a bilancio per questa finalità, anche perché limitate, siano destinate ad una programmazione realmente efficace e pienamente conforme alle finalità indicate esplicitamente dalla legge di riferimento.

Rilevato che:

- non vi è stata alcuna condivisione con i soggetti che perseguono le finalità indicate nella legge regionale né con la Commissione Pari Opportunità;
- malgrado l'importanza di queste azioni, le risorse a questo destinate per il 2024 non sono state impegnate prima di fine novembre.

Tutto ciò premesso e considerato, le sottoscritte Consigliere regionali

interrogano l'Assessora regionale alla Sanità

per sapere: quali siano le ragioni di tale affidamento e sulla base di quali valutazioni si è inteso procedere in questo modo.

Interrogazione a risposta immediata n. 524 del 21 gennaio 2025, presentata dai Consiglieri Camani, Bigon Luisetto e Zottis, relativa a: “LA REGIONE HA ASSEGNATO ALLA SOCIETÀ SHADO S.R.L., TRAMITE AFFIDAMENTO DIRETTO, LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE SULLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE. QUALE LA RAGIONE DI TALE SCELTA?”

Prego, collega Camani.

Vanessa CAMANI (Partito Democratico Veneto)

Grazie, Presidente.

Devo dire che attorno a questo affidamento diretto si è scatenato un po' di dibattito pubblico. Ci ha davvero molto stupito il fatto che su un argomento così importante di cui questo Consiglio si è occupato anche con una certa serietà, quale è il contrasto alla violenza di genere, si sia deciso di procedere con un affidamento diretto per una somma sottosoglia per 1.000 euro, cioè abbiamo affidato direttamente per 139.000 euro – è un escamotage che si utilizza, fortunatamente non molto spesso, per bypassare l'obbligo di gara – ad una società che si occupa della comunicazione di moltissime altre campagne della Regione del Veneto, in particolare della Giunta regionale, che si riferisce ad una società che ha sede presso H-Farm, a cui fanno riferimento questi fantomatici Veneto Creators, che sembrerebbe che facciano gratuitamente la campagna elettorale del Presidente Zaia, tra le altre cose.

La cosa che più ci preoccupa in questo caso, ed è la ragione per cui abbiamo chiesto e chiediamo spiegazioni all'Assessora, è la seguente: 200.000 euro sono l'importo totale che la Giunta destina alla comunicazione contro la violenza di genere; per tutto il 2024 questa somma non è stata assegnata e decidete a fine ottobre di affidarla con affidamento diretto ad una società, che sarà bravissima in termini di comunicazione, ma che di sicuro non sa nulla in termini di violenza contro le donne; non date indicazioni sui contenuti; lasciate che chi è abituato a fare la pubblicità di brand commerciali si occupi di comunicare questioni così rilevanti.

Assessora, vogliamo sapere, quindi, quali siano le ragioni di tale affidamento ad una società commerciale e sulla base di quali valutazioni si è scelta la Shado Srl, anziché una delle tantissime altre società che fanno comunicazione commerciale.

Grazie, Presidente.

PRESIDENTE

Grazie, collega.

Risponde l'assessore Lanzarin. Prego.

Ass.ra Manuela LANZARIN

Si premette che la Regione, ai sensi della legge 23 aprile 2013, n. 5, persegue l'obiettivo di

consolidare ed estendere la rete territoriale dei soggetti dei servizi impegnati a prevenire e contrastare la violenza contro le donne e, attraverso la promozione degli accordi tra Istituzioni ed altri partner, ha inteso migliorare la collaborazione a livello territoriale. In tal senso, i protocolli diretti avviati nei vari Ambiti territoriali, a seguire dalla delibera del 15.05.2018, hanno sviluppato percorsi di cooperazione per realizzare strategie operative condivise allo scopo di individuare le più idonee metodologie di intervento da adottare, ciascuna secondo le rispettive professionalità e ambiti di competenza.

I Centri antiviolenza e le Case rifugio riconosciute dalla Regione, che accolgono e proteggono le donne e le loro figlie e figli minori che hanno subito o trovano esposte alla minaccia di ogni forma di violenza di genere, indipendentemente dalla loro nazionalità, etnia, religione, orientamento sessuale, stato civile, credo politico e condizione economica, ricoprono un ruolo primario della rete territoriale antiviolenza. Tuttavia, la prevenzione e il contrasto alla violenza contro le donne richiedono il coinvolgimento di una pluralità di soggetti, nell'assunto che il tema riguarda tutte e tutti, senza alcuna distinzione.

In tale contesto, a distanza di cinque anni dall'avvio dell'ultima campagna informativa "Non sei sola - Affidati alla rete", è stata rilevata la necessità di rinnovare le attività di comunicazione e informazione sull'esistenza e l'operatività della rete territoriale antiviolenza. Nello specifico, con delibera n. 230 del 13 marzo 2024 la Giunta regionale ha approvato la programmazione annuale in materia e ha stabilito di destinare 200.000 euro ad una progettualità di informazione e comunicazione sul tema del contrasto alla violenza contro le donne, da sviluppare nei contenuti e nella ripartizione delle risorse con successivi provvedimenti. In merito allo sviluppo delle attività da parte della struttura tecnica, si rinvia al riscontro dell'accesso agli atti reso da parte della Direzione Unità Organizzativa Famiglia, Minori, Giovani e Servizio civile, a nota protocollo del 5 febbraio 2025.

Nel ribadire l'importanza dell'informazione che si raggiunge attraverso un'adeguata comunicazione, si rammenta come possa svolgere anche una valenza educativa, come riconosciuta dalla stessa pedagogia, ed è questo il fulcro della campagna: contribuire alla sensibilizzazione sul tema in argomento, considerati anche gli eventi tragici che negli ultimi anni hanno caratterizzato il territorio veneto e favorito la conoscenza dell'esistenza dei servizi in cui poter rivolgersi per assistenza e supporto. Lo sviluppo della suddetta campagna informativa si affianca al contributo assegnato agli enti riconosciuti per gli eventi di informazione e sensibilizzazione in tema di prevenzione e contrasto alla violenza contro le donne, sul tema di operatività degli stessi, pari a 124.999 euro. Infine, con la DGR n. 230 del 2024 è stato assegnato un contributo di 200.000 euro agli Enti Comuni dei protocolli, quindi protocolli di rete.

Le attività da parte dei vari soggetti facenti parte della rete antiviolenza andranno condotte in maniera sinergica e armonizzata con la soprarichiamata attività informativa. Aggiungo che si è deciso di fare una nuova campagna regionale al tavolo, tavolo che è stato anche convocato ieri per la ripartizione dei fondi 2025, qui invece parliamo dei fondi 2024, in cui siamo arrivati alla conclusione che era bene, comunque, fare una campagna di informazione e comunicazione univoca, uniforme e trasversale.

PRESIDENTE

Grazie, Assessore.

Ass.ra Manuela LANZARIN

La campagna e i contenuti della campagna sono concordati con chi si occupa in Regione del tema della violenza.

PRESIDENTE

Grazie, Assessore.

Collega Camani, prego, per la replica.

Vanessa CAMANI (Partito Democratico Veneto)

Grazie, Assessore. Non sono minimamente soddisfatta, nel senso che non ha risposto alla domanda che io le ho fatto. Premetto che nella sua risposta lei cita un accesso agli atti che io ho fatto. A tal riguardo, chiedo che sia messo a verbale che, a seguito di quell'accesso agli atti, mi hanno mandato tutto il materiale tranne – fatalità! – il piano di comunicazione redatto dalla Shado. Fatalità! Lo dico perché, se uno fa la richiesta di accesso agli atti per arrivare in Consiglio con i documenti e poi – fatalità! – manca proprio il materiale più significativo, lascia qualche sospetto.

Venendo al merito, io non sono a mettere in discussione l'opportunità di una campagna di comunicazione, non sono a mettere in discussione la necessità di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla violenza contro le donne. Ci mancherebbe. Io le avevo chiesto altro, ed è per questo che non sono soddisfatta. Io voglio sapere, uno, perché si scelga l'affidamento diretto come strumento per destinare risorse così ingenti, 139.000 euro, 1.000 euro sottosoglia, due, perché si affidi questo tipo di campagna, che non è una campagna pubblicitaria di una birra o di un maglione, è una campagna pubblicitaria che ha necessità di un altissimo contenuto istituzionale, ad una società che, nei fatti, fa campagne di comunicazione commerciale, che mi va benissimo, visto che è la stessa a cui, per 46.000 euro, avete affidato, sempre con affidamento diretto, la campagna elettorale per la Pedemontana, perché è la stessa a cui, per altri 50.000 euro, sempre con affidamento diretto, avete assegnato la campagna informativa sul referendum del 2017, perché fa sempre parte di quella filiera della comunicazione digitale che tra H-Farm e Veneto Creators serve a voi Giunta per altre cose.

Io chiedo perché un argomento così delicato venga affidato a chi fa la campagna pubblicitaria di una birra e perché non siano stati coinvolti nei contenuti i tanti soggetti che si occupano di questi temi, dai Centri antiviolenza alle Case rifugio e alla Commissione Pari opportunità.