

Dalmia Bharat launches 'Homemaker'

~ An inspiring digital campaign celebrating International Women's Day~

Online Coverage

ONLINE			
1	4-Mar-2023	Dalmia Bharat launches 'Homemaker' campaign to celebrate Women's Day	AdGully
2	4-Mar-2023	Dalmia Bharat's launches campaign highlighting skewed gender ratio in construction biz	Exchange4media
3	4-Mar-2023	Dalmia Bharat launches digital campaign 'Homemaker' to celebrate IWD 2023	Financial Express (Brandwagon)
4	4-Mar-2023	Dalmia Bharat rolls out new digital campaign 'Homemaker' for Women's Day	Media Brief
5	3-Mar-2023	Dalmia Bharat launches 'Homemaker' – An inspiring digital campaign celebrating International Women's Day	Passionate in Marketing
6	4-Mar-2023	Dalmia Bharat launches 'Homemaker' – An inspiring digital campaign celebrating International Women's Day	ContentMediaSolutions
7	4-Mar-2023	Dalmia Bharat launches 'Homemaker'	APN News
8	4-Mar-2023	Dalmia Bharat Started International Womens Day Campaign with Homemaker	GoodReturns Telegu

Date: 06/03/2023

Publication: Metro Vartha

Headline: International Women's day: Dalmia Bharat with digital campaign

**അന്താരാഷ്ട്ര വനിതാ ദിനാഘോഷം:
ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്നുമായി ഡാൽമിയ ഭാരത്**

കൊച്ചി: അന്താരാഷ്ട്ര വനിതാ ദിനത്തോടനുബന്ധിച്ച്, സ്ത്രീകളെ നിർമ്മാണ വ്യവസായത്തിൽ നിർമ്മാണകരോളമുള്ളിൽ ചേരാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്ൻ 'ഹോമേക്കർ' സിമന്റ് നിർമ്മാണകരായ ഡാൽമിയ ഭാരത് അവതരിപ്പിച്ചു. ഓൺലൈൻ ക്യാമ്പെയ്ൻ 'ഹോമേക്കർ' എന്ന വാക്കിന്റെ അക്ഷരാർത്ഥവും പരമ്പരാഗതവുമായ അർത്ഥവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമാണ്. ഈ വാക്കിനെ അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ വി

ക് പണിയുന്ന ഒരാളെ അർത്ഥമാക്കുന്നതിലാണ് പ്രചാരണം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നത്. ഈ ക്യാമ്പെയ്നിലൂടെ, ഡാൽമിയ ഭാരത് ബിസിനസിന്റെ ലിംഗാനുപാതത്തിലെ വ്യത്യാസം ഉയർത്തിക്കാട്ടാൻ ലക്ഷ്യമിടുന്നു. ഒപ്പം സ്ത്രീകളെ തുല്യ നൈപുണ്യമുള്ള അംഗങ്ങളായി കാണിച്ചുകൊണ്ട് മാറ്റത്തിന് നേതൃത്വം നൽകാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നു. കീസറുകൾ, സാക്ഷ്യപത്രങ്ങൾ, ഒരു ഹ്രസ്വ ചിത്രം എന്നിവയിലൂടെ ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്ൻ സജീവമാക്കും.

Date: 06/03/2023

Publication: New Age

Headline: Digital Campaign in connection with International Women's day by Dalmia Bharat

**അന്താരാഷ്ട്ര വനിതാ ദിനാഘോഷത്തിന്റെ ഭാഗമായി
ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്നുമായി ഡാൽമിയ ഭാരത്**

അന്താരാഷ്ട്ര വനിതാ ദിനത്തോടനുബന്ധിച്ച്, സ്ത്രീകളെ നിർമ്മാണ വ്യവസായത്തിൽ നിർമ്മാണകരോളമുള്ളിൽ ചേരാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്ൻ 'ഹോമേക്കർ' സിമന്റ് നിർമ്മാണകരായ ഡാൽമിയ ഭാരത് അവതരിപ്പിച്ചു. ഇന്ത്യൻ നിർമ്മാണ, റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് മേഖലയിൽ ഏകദേശം 57 ദശലക്ഷം തൊഴിലാളികൾ ജോലി ചെയ്യുന്നു. അതിൽ 12% അല്ലെങ്കിൽ 7 ദശലക്ഷം സ്ത്രീകളാണ്. എങ്കിലും ഇതിൽ ആർക്കിടെക്റ്റുകൾ, സിവിൽ എഞ്ചിനീയർമാർ, സൂപ്പർവൈസർ തുടങ്ങിയ സാങ്കേതിക, മാനേജ്മെന്റൽ റോളുകളിൽ 14% കൂടുതൽ ഇല്ല. നേതൃത്വ സ്ഥാനങ്ങളിൽ ഇത് 2%ൽ താഴെയാണ്. ഓൺലൈൻ കാമ്പെയ്ൻ കേന്ദ്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നത് 'ഹോമേക്കർ' എന്ന വാക്കിന്റെ അക്ഷരാർത്ഥവും പരമ്പരാഗതവുമായ അർത്ഥവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമാണ്. സാധാ

രണയായി 'ഹോമേക്കർ' എന്ന വാക്ക് അമ്മമാരുമായോ വീട്ടമ്മമാരുമായോ ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. എന്നിരുന്നാലും, ഈ വാക്കിനെ അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ വീട് പണിയുന്ന ഒരാളെ അർത്ഥമാക്കുന്നതിലാണ് പ്രചാരണം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നത്. ഈ കാമ്പെയ്നിലൂടെ, ഡാൽമിയ ഭാരത് ബിസിനസിന്റെ ലിംഗാനുപാതത്തിലെ വ്യത്യാസം ഉയർത്തിക്കാട്ടാൻ ലക്ഷ്യമിടുന്നു. ഒപ്പം സ്ത്രീകളെ തുല്യ നൈപുണ്യമുള്ള അംഗങ്ങളായി കാണിച്ചുകൊണ്ട് മാറ്റത്തിന് നേതൃത്വം നൽകാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നു. കീസറുകൾ, സാക്ഷ്യപത്രങ്ങൾ, ഒരു ഹ്രസ്വ ചിത്രം എന്നിവയിലൂടെ ഡിജിറ്റൽ ക്യാമ്പെയ്ൻ സജീവമാക്കും. ഒരു ഗൃഹനിർമ്മാണവാകാൻ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന സ്ത്രീയെന്നായിത്തീർന്നാൽ, നിർമ്മാണമേഖലയിലെ സ്ത്രീകൾ നിരന്തരമായ സ്ത്രീത്വമനുഭവിക്കും.

കൾ അഭിമുഖീകരിക്കുമ്പോൾ അവരുടെ സ്വന്തം വിധി എങ്ങനെ നിർമ്മിക്കുന്നുവെന്ന് ഷോർട്ട് ഫിലിം കാണിക്കുന്നു. തുടക്കത്തിൽ, ഒരു സ്ത്രീയെ ഒരു വീട്ടമ്മയായി ചിത്രീകരിക്കുന്നതായി തോന്നുമെങ്കിലും, അവസാനം അവളെ യഥാർത്ഥ എഞ്ചിനീയർ, കരാറുകാരൻ, വീടുകളുടെ ശിൽപ്പി - യഥാർത്ഥ 'ഗൃഹനിർമ്മാണ' ആയി കാണിക്കുന്ന ഒരു ടിസ്റ്റ് ഉണ്ടാകും. ടയർ I, ടയർ II പ്രവേശകരെ ലക്ഷ്യം വച്ചുള്ള, വനിതാ ദിന കാമ്പെയ്ൻ ഒരു വലിയ ടാലന്റ് പുളിയിലേക്കും സാധ്യതയുള്ള ജീവനക്കാരിലേക്കും വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളിലേക്കും എത്തിച്ചേരാൻ ലക്ഷ്യമിടുന്നു. 2023 മാർച്ച് വരെ ലിങ്ക്ഡ്ഇൻ, ഫേസ്ബുക്ക്, ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം, ട്വിറ്റർ, യൂട്യൂബ്, വാട്ട്സ്ആപ്പ് എന്നീ ആറ് പ്രധാന ഡിജിറ്റൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ കാമ്പെയ്ൻ പ്രവർത്തിക്കും.

Date: 04/03/2023

Publication: The Public side

Headline: Dalmia Bharat Launches Homemaker

Dalmia Bharat launches 'Homemaker'

New Delhi (The Public Side). Dalmia Bharat Limited launched a thought-provoking digital campaign called 'Homemaker' commemorating International Women's Day which is on 8th March. The Indian construction and real estate sector employ around 57 million workers, out of which only 12% or 7 million are women. No more than 1.4% are engaged in technical and managerial roles as architects, civil engineers, supervisor etc and less than 2% in leadership positions. Emphasizing the disparity and gender-ratio gap in this sector, Dalmia Bharat is pioneering the initiative to encourage women across India to join the construction industry in crucial roles.

Date: 04/03/2023

Publication: Political Business Daily

Headline: Dalmia Bharat launches 'Homemaker' campaign celebrating Int'l Women's Day

Dalmia Bharat launches 'Homemaker' campaign celebrating Int'l Women's Day

PBD BUREAU

BHUBANESWAR, MAR 3

DALMIA Bharat Limited, leading Indian cement company, launched a thought-provoking digital campaign called 'Homemaker' commemorating International Women's Day which is celebrated on March 8.

The Indian construction and real estate sector employs around 57 million workers, out of which only 12 per cent or 7 million are women. No more than 1.4 per cent are engaged in technical and managerial roles as architects, civil engineers, supervisor etc and less than 2 per cent in leadership positions. Emphasizing the disparity and gender-ratio gap in this sector, Dalmia Bharat is pioneering the initiative to encourage women across India to join the construction industry in



crucial roles.

The online campaign centres around a play on the word 'Homemaker' and the difference between its literal and conventional meaning. Normally the word 'Homemaker' is associated with stay-at-home mothers or housewives. However, the campaign focuses on interpreting the word literally to mean someone who builds

homes. Through this campaign, Dalmia Bharat aims to highlight the gender ratio skew in the business and wants to lead the change in perception, showcasing women as equally skilled members of this fraternity.

The digital campaign will be activated through a series of teasers, testimonials, and a short film. Tagged as Because I'm that woman who chooses to be a homemaker, the short film showcases how women in the construction industry are building their own destiny while encountering constant stereotypes. Initially it will seem that a woman is being portrayed as a homemaker, but there will be a twist towards the end showing her as the actual engineer, contractor, architect of homes - the actual 'homemaker'. Targeted at Tier I and Tier II audience, the Women's Day

campaign will aim to reach out to a larger talent pool, potential employees, and educational institutes.

The campaign will run across six key digital platforms - LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube and WhatsApp till March 2023.

Commenting on the campaign, DBL spokesperson said, "Traditionally, the construction industry is a male dominated field and only 12 per cent women are part of this workforce in India. It remains an uncommon choice for women professionally due to the typecast and lack of opportunities. On Women's Day we want to amplify our intent for the need to bring about a paradigm shift in this industry. We hope the campaign can sensitize and encourage women to explore and consider opportunities in our industry and company."