

Adv Arcidonna onlus contro gli stereotipi di genere; parte la campagna di Feedback

Arcidonna onlus fa sentire la propria voce. A partire da oggi è on air la campagna nazionale di comunicazione integrata multisoggetto, firmata da Feedback con l'obiettivo di combattere gli stereotipi di genere e di etnia. In maniera semplice ed immediata, il concept propone alcuni modi di dire (immediata rappresentazione degli stereotipi di genere, volgendone, di volta in volta, il soggetto al maschile o al femminile per mostrarne l'assurdità: "il lavoro nobilita la donna", "l'uomo è l'angelo del focolare", "chi dice uomo dice danno", "uomo al volante pericolo costante"). Lo slogan "Non pensare a sesso unico" poi chiarisce il senso in maniera sintetica e efficace. Le frasi sono inserite in un fumetto che sovrasta la head. La cam-

La pianificazione media prevede affissione statica e dinamica, annunci stampa, spot radiofonici e internet



pagna è veicolata su diversi mezzi: affissione statica e dinamica nei principali capoluoghi di provincia siciliani, annunci stampa, spot radio e web e prevede anche la realizzazione di materiale informativo (pieghevole, glossario delle pari opportunità) e

di merchandising oltre che attività di ufficio stampa e pr. Sono previste, infine, delle iniziative di co-marketing con le aziende, che potranno contribuire alla diffusione della campagna utilizzando i propri abituali canali di comunicazione.

■ SPOT BRC Gas Equipment pianifica su Nuvolari. Resterà on air sino al 32 aprile l'ultimo spot BRC Gas Equipment, pianificato su Nuvolari, il canale 218 di Sky. Come negli spot in onda su Mediaset, anche in questo caso il testimonial è Andrea de Adamich che si reca presso un'officina BRC Gas Service per far installare sulla propria auto un impianto a gas di ultima generazione. Nella seconda parte dello spot l'ex pilota di Formula 1 ritira l'auto e ne testa subito il funzionamento, sfrecciando sulle strade nel pieno rispetto dell'ambiente. Il soggetto dello spot "Entra nel mondo del gas, chiedi BRC", della durata di 15", è stato creato dal Marketing BRC e prodotto da Duxart Film. La regia è di Massimo Zambiasi, la fotografia di Giancarlo Comalea e la colonna sonora è di Vittorio Pezzola.