



"Fortunatamente ho comprato queste bambole... non preoccuparti del casinol!" gettyimages\*

Vuoi fare delle presentazioni migliori? Scopri come.

News Today Settimanale Extra Guide Grand Prix

Ultimo Aggiornamento giovedì 10 aprile 2008 ore 16.21

Selezione Canale

Tutti

Ultime in Campagne e Spot

- 10/04/2008 14.00 **AEG-Electrolux non sente ragioni**
- 10/04/2008 10.45 **Saatchi & Saatchi per Welcome Travel**
- 10/04/2008 10.45 **AP&B aiuta la comunicazione di Children in Crisis**
- 10/04/2008 10.43 **Zuritel mette il risparmio su stampa e in radio con Publicis**
- 10/04/2008 10.42 **Lowe Pirella Fronzoni lancia SpacePlus di Rex Electrolux**
- 10/04/2008 10.41 **La Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna on air con The AD Store e Paolo Cevoli**
- 09/04/2008 13.24 **Mike Bongiorno sbarca su Mediashopping**
- 09/04/2008 **Da Rita Viciano**

**Creatività & Marketing / Campagne e Spot**

## Feedback invita a 'non pensare a sesso unico'

**'Non pensare a sesso unico' è lo slogan della campagna, ideata da Feedback per Arcidonna onlus, che prende il via lunedì 31 marzo. La campagna nazionale di comunicazione integrata multisoggetto ha l'obiettivo di combattere gli stereotipi di genere e di etnia. L'iniziativa fa parte del progetto 'Laboratorio di pari opportunità: pratiche per il superamento degli stereotipi', finanziato dal programma comunitario Equal II Fase.**

*[27/03/2008 - 13.01]*

La campagna propone alcuni modi di dire, volgondone, di volta in volta, il soggetto al maschile o al femminile per mostrame l'assurdità: 'il lavoro nobilita la donna', 'l'uomo è l'angelo del focolare', 'chi dice uomo dice danno', 'uomo al volante pericolo costante'.

Le frasi sono inserite in un fumetto che sovrasta la head. Al piede il logo di Arcidonna firma la campagna.

La campagna è articolata attraverso diversi mezzi: affissione statica e dinamica nei principali capoluoghi di provincia siciliani, annunci stampa, spot radio, web e prevede anche la realizzazione di materiale informativo (pieghevoli, glossario delle pari opportunità) e di merchandising oltre che attività di ufficio stampa e p.r.

Tra le iniziative promosse dal progetto, che si avvale del supporto di tre partner nazionali, Cgil Sicilia, Self (Società di esperte nei linguaggi della formazione), Università degli Studi di Palermo e del partner transnazionale "Inspiral" Ungheria, anche un book fotografico.

Sono previste, inoltre, iniziative di co-marketing con il supporto di Cidli Lombardo SpA, che realizzerà delle biciclette personalizzate con lo slogan del progetto e i Premiati Oleifici Barbera che realizzeranno una linea di bottiglie di olio nella cui etichetta sarà riportato il bollino della campagna.

A supporto della campagna il portale [www.nonpensareasessounico.it](http://www.nonpensareasessounico.it).

Le migliori strategie di mercato

GrandPrix

per info: **2008**

grand.prix

publicitaitalia.it

---

Mobile 2

Enter

3D Internet

web

2.0ltre

MILANO,  
18.19. GIUGNO 2008