



## Lo IAP si fa pubblicità su stampa, in rete e in affissione. Firma Progetti Nuovi

20/1/2014

Sarà on air dal **22 gennaio**, su **quotidiani e periodici**, sul **web** e in **affissioni**, la nuova campagna istituzionale dell'**Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria**, realizzata con la direzione creativa di **Annamaria Testa**. Tre gli obiettivi: **comunicare l'esistenza di IAP e i suoi compiti**, **sottolineare la dimensione europea dell'Autodisciplina**, **segnalare la molteplicità dei servizi offerti da IAP**. Sempre dal 22 gennaio sarà online il nuovo sito IAP totalmente ristrutturato, nei contenuti e nella grafica.

Esce il **22 gennaio 2014**, su **quotidiani e periodici**, sul **web** e in **affissioni**, la nuova campagna istituzionale **IAP**.



**Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria**

L'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria è l'organizzazione non profit che blocca le campagne pubblicitarie offensive, false, volgari o tali da incoraggiare comportamenti violenti, impedendone l'ulteriore pubblicazione o trasmissione sui mass media.

IAP è attivo in Italia dal 1966, ma non tutti ne conoscono l'esistenza. E non tutti sanno che ogni privato cittadino può segnalare a IAP una pubblicità che ritiene scorretta: bastano un clic sul sito [www.iap.it](http://www.iap.it) e cinque minuti per compilare il modulo.

L'intervento di IAP è rapido: le campagne segnalate vengono esaminate nel giro di pochissimi giorni dagli organismi di controllo, composti da membri esperti e indipendenti i cui giudizi sono rispettati da aziende, agenzie di pubblicità e mass media. Le decisioni sono subito operative.

Obiettivo della campagna è diffondere e promuovere la conoscenza e la fruizione dei servizi offerti da IAP. La campagna si articola su tre messaggi, ciascuno con un distinto gruppo di obiettivi.

1) **Comunicare l'esistenza di IAP e i suoi compiti**. Comunicare l'indirizzo del sito e la possibilità, aperta a tutti, di fare segnalazioni online. Spiegare come funziona il processo di giudizio. Coinvolgere il pubblico.

2) **Sottolineare la dimensione europea dell'Autodisciplina**. Organismi analoghi a IAP esistono in tutta Europa e tutti, come IAP, aderiscono a EASA (European Advertising Standard Alliance). EASA ha promulgato nel 2002 i Principi Comuni che individuano standard condivisi di correttezza per tutta la pubblicità europea, e che la Commissione Europea ha riconosciuto.

3) **Segnalare la molteplicità dei servizi offerti da IAP**. Oltre a ricevere e gestire gratuitamente le segnalazioni dei cittadini, e oltre ad effettuare una costante azione di monitoraggio delle campagne pubblicitarie, IAP offre ad aziende e a professionisti tre strumenti efficaci per difendere le buone pratiche della comunicazione: tutela delle idee creative, pareri preventivi, intervento su istanza di parte

per casi di concorrenza sleale.

La campagna è stata ideata dall'agenzia **Progetti Nuovi** di Milano sotto la direzione creativa di **Annamaria Testa**. Le illustrazioni sono di Pierluigi Longo. Sempre dal 22 gennaio sarà online il nuovo sito IAP totalmente ristrutturato, nei contenuti e nella grafica e ben fruibile con qualunque dispositivo. Un sito user friendly, che consente un dialogo immediato con i cittadini, i quali avranno a disposizione anche un nuovo modulo per fare le proprie segnalazioni, utile anche agli operatori della comunicazione commerciale per fruire dei servizi loro dedicati. La ristrutturazione del sito IAP è stata affidata all'agenzia **Hagakure**.

SP