

Al via la comunicazione per i cinquant'anni di IAP



IAP - Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria compie il 50° anno di attività, e per dare risalto a questo traguardo dà inizio alla pianificazione della campagna "La buona pubblicità vola più in alto", realizzata da Hasta Mañana e veicolata su stampa, tv, radio e web. Le iniziative per i 50 anni culmineranno con un evento celebrativo il 15 giugno.

CAMPAGNE

Hasta Mañana realizza la nuova comunicazione per i 50 anni di IAP

IAP - Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria compie il 50° anno di attività, e per dare risalto a questo traguardo dà inizio alla pianificazione della campagna "La buona pubblicità vola più in alto", veicolata su stampa, televisione, radio e web. Dalla seconda metà di giugno sarà anche su diverse emittenti, a partire da Sky Arte, un documentario focalizzato sull'evoluzione della comunicazione commerciale negli ultimi 50 anni e sul ruolo svolto dall'Istituto nel favorire una comunicazione responsabile. Le iniziative per i 50 anni culmineranno con un evento celebrati-

vo il 15 giugno, durante il quale verranno affrontati, tra i tanti, tre temi legati al mondo della pubblicità e dell'Autodisciplina: la relazione tra pubblicità e costume sociale, il rapporto tra creatività e rispetto delle regole, le opportunità e le criticità del web e della comunicazione digitale. Il giudizio espresso dagli organismi di controllo dello IAP è unicamente volto alla salvaguardia della correttezza della comunicazione, e non influenza il processo creativo se non all'interno di questo ambito. Il pubblico esprime opinioni e valuta la gradevolezza del messaggio, gli uomini di

marketing ne valutano l'efficacia: il compito dello IAP è quello di far rispettare le regole del Codice di Autodisciplina, contribuendo così al miglioramento qualitativo della comunicazione commerciale in Italia. Questo il concept che ha dato vita alla comunicazione. Obiettivo, parlare alla gente comune e rappresentarla in veste di testimonial: il consumatore che fruisce della pubblicità e la giudica bella o brutta, senza pregiudizio. La declinazione stampa e web della campagna è invece caratterizzata dall'illustrazione che anima l'homepage istituzionale, presentando la head

line da cui prende il nome la campagna. La realizzazione della campagna e l'allestimento evento sono di Hasta Mañana, le illustrazioni di Pierluigi Longo. La produzione del video di 3D con la regia di Michele Mally. Produzione audio di Eccetera, produzione web: di Seby Fortugno e produzione stampa di Anthelios.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

