

PUBBLICITA', UDI E PARLAMENTO EUROPEO SCELGONO I FINALISTI DEL PREMIO IMMAGINI AMICHE

Dove, Edison e San Crispino, per pubblicità televisiva; La violenza ha mille volti, la campagna Meno giallo più rosa e Università Politecnica delle Marche per le affissioni; Pimpa, Rai news 24 e “Una mamma imperfetta” per la televisione; Banca di Credito, Novalac, Woman in Power e per la pubblicità cartacea, “In genere”, “La Stampa “ e “Un altro genere di comunicazione per il web; Formia, Argenta e Ferrara come città virtuose: questi i finalisti della quarta edizione del Premio Immagini Amiche, l’iniziativa promossa dall’Udi e dal Parlamento Europeo, in collaborazione con il Comune di Venezia, volta a valorizzare una comunicazione che, al di là degli stereotipi, veicoli messaggi creativi positivi.

La scelta dei finalisti è stata presa da una giuria quasi totalmente femminile, con eccezione di Bruno Marasà dell’Ufficio italiano del Parlamento europeo, presieduta dalla giornalista e scrittrice Daniela Brancati, in base alle numerosissime in segnalazioni arrivate sul sito www.premioimmaginiamiche.it.

Accanto al premio della giuria quello del popolo del web che in base al numero di segnalazioni ha decretato la seguente terna di finalisti: Edison, Enel e Coco Chanel per la pubblicità televisiva; Avon, Meno Giallo più Rosa e Opera di Hydro per le affissioni; “Piazza pulita”, Rai news 24, e Report e per le trasmissioni televisive; Avon, Novolac e Scottex per la pubblicità cartacea; Topomastica femminile, lo spot promosso dall’ente nazionale Microcreditodonna e Pitti Bimbo per Internet.

Una menzione speciale verrà assegnata a una scuola che si è particolarmente distinta per dei lavori volti al rispetto dell’immagine femminile.

“Da quattro anni portiamo avanti una battaglia tenace per una pubblicità consapevole e rispettosa - ha detto la presidente del premio Daniela Brancati - da quando è partito il premio ci sono stati dei progressi visibili, anche se non ancora soddisfacenti. I pubblicitari ci hanno dimostrato grande attenzione, le loro associazioni più rappresentative hanno sottoscritto con noi lo scorso anno a Milano un accordo per bandire le pubblicità sessiste. Non basta, andremo avanti per far crescere una cultura diversa. Per questo il nostro obiettivo principale è lavorare sulle aziende committenti, quelle che hanno il potere di decidere le linee culturali e commerciali della loro pubblicità. La nostra linea è mostrare con esempi di successo che non serve mortificare le donne per far notare la propria comunicazione, basta lavorare di creatività. Al tempo stesso diciamo che punire le pubblicità davvero lesive è importante, ma per farlo non occorrono leggi speciali o particolari censure. Secondo noi, secondo molti, basterebbe una riforma dello IAP, l’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, per la quale nel corso della premiazione presenteremo proposte concrete”.

“Il fatto che ben 150 città abbiano aderito al progetto, rifiutandosi di dare l’autorizzazione ad affiggere manifesti contenenti pubblicità lesive per la donna, e obbligandone la rimozione nei casi che sfuggono al controllo preventivo delle amministrazioni comunali – ha aggiunto Vittoria Tola, responsabile dell’UDI Unione donne in Italia - è una grande vittoria che possiamo ascrivere alla nostra campagna di sensibilizzazione”.

La premiazione si svolgerà il 10 marzo a Venezia alle ore 9,30 presso l’Ateneo Veneto.

Roma 4 marzo 2014