

La scelta dei codici creativi

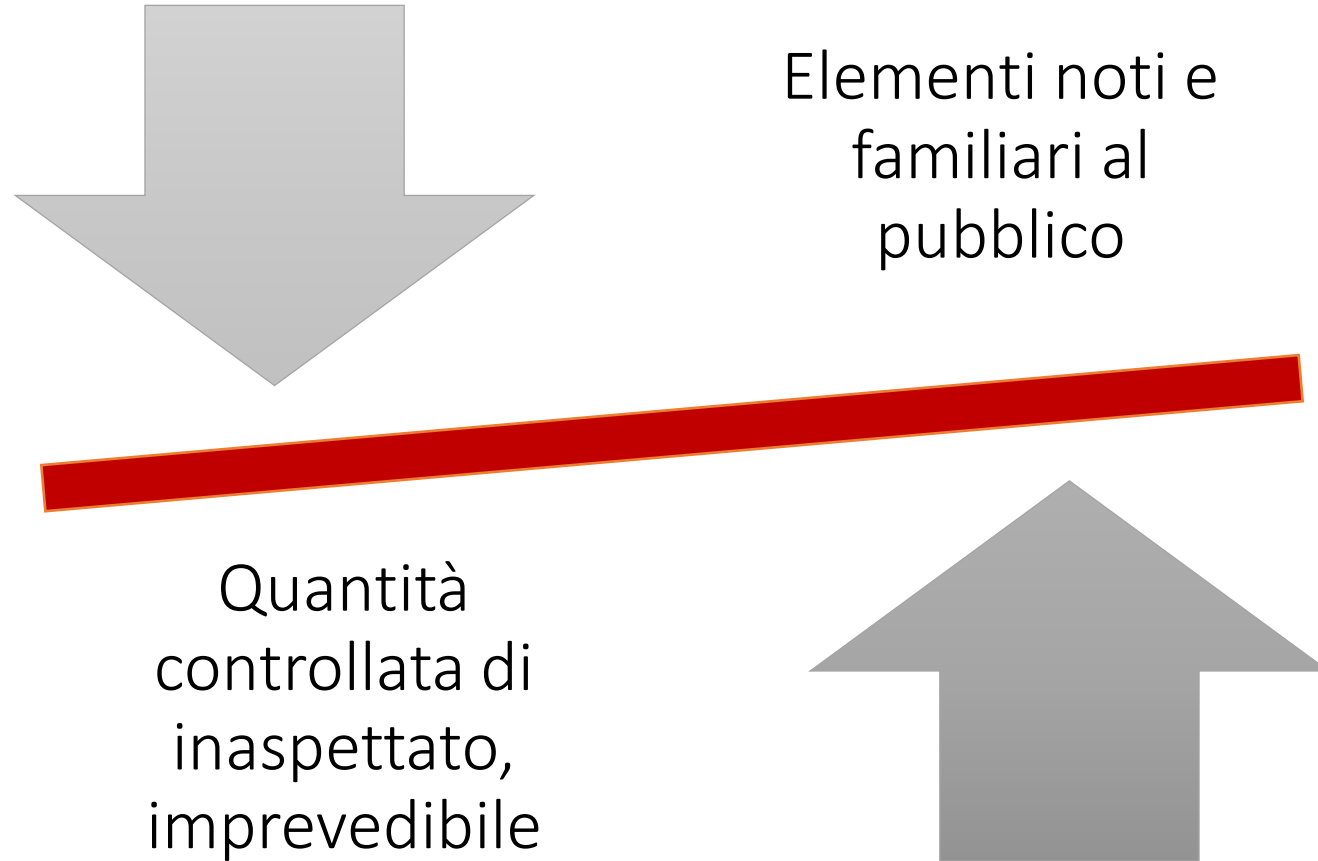
Università degli Studi di Macerata
a.a. 2022/2023

Paola Costanza Papakristo

Il messaggio pubblicitario non è un mosaico,
non può essere costruito pezzo per pezzo.



La creatività in pubblicità



Tra quali codici creativi posso scegliere?

Dimostrazione e
informazione

Pubblicità
comparativa

La testimonianza

Slice of life

L'ironia

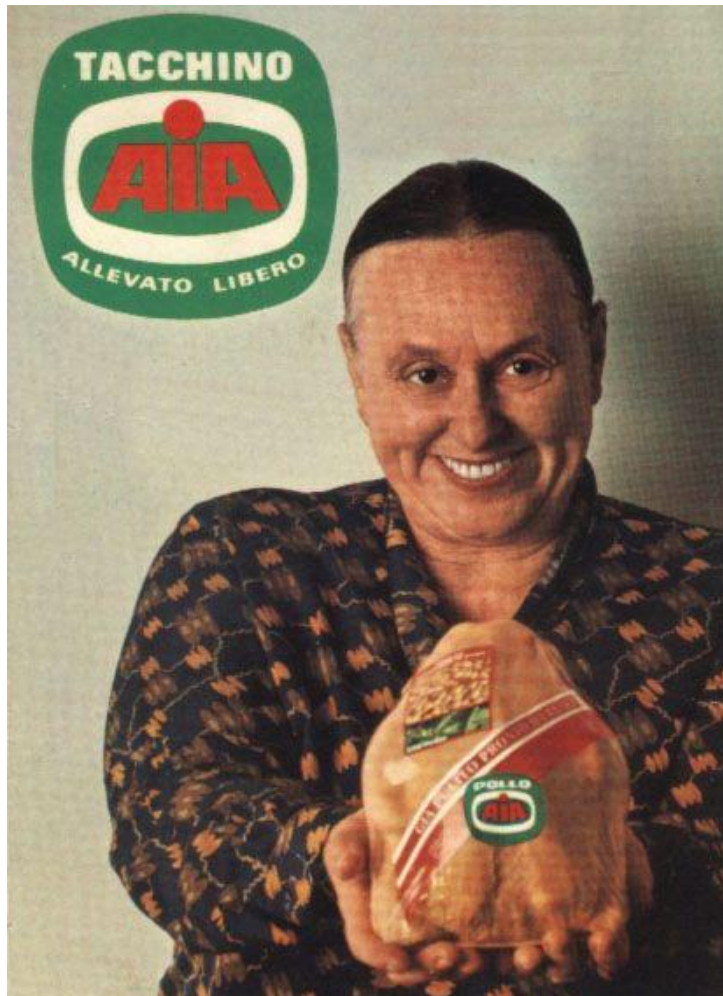
La provocazione

Dramma

L'erotismo

Dimostrazione e informazione

I codici creativi



La parte visiva gioca un forte ruolo. Mostra il beneficio che si riceve usando quel prodotto. Necessita di un forte e sicuro vantaggio per tutti gli utenti, di una solida *reason why*.

Product presentation

Dimostrazione
e informazione

È la forma più semplice per presentare un prodotto.

Viene utilizzata per campagne di lancio e di mantenimento.

La capacità di impatto viene delegata all'abilità del fotografo (come nella moda).



Problem/solution

Presenta il prodotto come soluzione di un problema.

Confronto tra il «prima», con i vari problemi che si vogliono superare (le macchie, l'alito cattivo, ecc.) e il «dopo»: il problema risolto.

Utilizzato per detersivi, come anche per farmaceutici da banco, per i quali il problema può essere evidenziato con enfasi anche drammatica.

IRRITAZIONE DELLA BOCCA MAL DI GOLA INFIAMMAZIONE DELLE GENGIVE

PUÒ ALLEVIARE IL MAL DI GOLA

KETODOL®
GOLA

**CONTRO LE IRRITAZIONI
DEL CAVO OROFARINGEO**

DISPONIBILE NEI FORMATI
PASTIGLIE, SPRAY E COLLUTORIO

The advertisement features a green and yellow background. At the top, three text labels are positioned: 'IRRITAZIONE DELLA BOCCA', 'MAL DI GOLA', and 'INFIAMMAZIONE DELLE GENGIVE'. Below these, three individuals are depicted: a woman in the foreground with a pained expression holding her throat, and a man and woman behind her, also appearing to be in discomfort. A diagonal banner on the left side of the image states 'PUÒ ALLEVIARE IL MAL DI GOLA'. The central focus is the 'KETODOL® GOLA' logo, with 'KETODOL®' in red and blue and 'GOLA' in green. Below the logo, the text 'CONTRO LE IRRITAZIONI DEL CAVO OROFARINGEO' is written in large, bold, white letters with a green outline. At the bottom, a green banner reads 'DISPONIBILE NEI FORMATI PASTIGLIE, SPRAY E COLLUTORIO'. To the right of this banner, three product packages are shown: a box of lozenges, a spray bottle, and a bottle of mouthwash, all featuring the Ketodol Gola branding.

End result



Mostra il risultato finale ottenuto con l'uso del prodotto.



Side by side

Dimostrazione
e informazione



Altro format classico e schematico, consiste in una comparazione tra un vincente (la nostra marca o chi la utilizza) e un perdente (l'altro).

Altre volte si tratta di una comparazioni tra “uguali” dove il prodotto industriale viene equiparato a quello naturale o casalingo.

La pubblicità comparativa

Comparativa diretta e indiretta



DIRETTA

Sono nominate o identificabili una o più marche concorrenti.

“Gli hamburger di Burger King contengono il 60% di carne in più di quelli di McDonald’s.”

“La Coca Cola appartiene al passato. Pepsi Cola è la bibita delle nuove generazioni.”



INDIRETTA

Prodotto con scatola grigia: uno contro tutti.

Pepsi e Coca Cola



Pepsi e Coca Cola



We Love Coca-Cola.

 **PEPSI**
April 1st 2000





Aumento del Brand
entertainment

Chiarezza espositiva di benefit
oggettivi/soggettivi di prodotto.



colpire duro può rendere più
simpatico l'avversario;

pubblicità indiretta al concorrente;

confusione tra i prodotti.

attacco: risposta o non risposta?

La pubblicità comparativa in Italia

- 1997 direttiva CE che autorizza la pubblicità comparativa;
- 1998 l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria modifica il proprio codice:

“Per pubblicità comparativa s'intende qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente.”

INFOSTRADA

Finalmente si può
scegliere.

Chiamate Infostrada.



**FINALMENTE SI PUO' SCEGLIERE.
CHIAMATE INFOSTRADA 155.**

Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.
Il servizio è a vostra disposizione ogni giorno, 24 ore su 24, per tutta la durata della vostra permanenza in Italia.

SE VOLETE INFORMAZIONI, SCELGETE IL SERVIZIO INFOSTRADA
INFOSTRADA
SERVIZIO CLIENTI
www.infostrada.it

TELEDUE

Senza parole. Questi
prezzi parlano da soli.
Fate un confronto su
un'interurbana, poi fate la
vostra scelta.

472 Lire Interurbana 1427 Lire

TELE2 (1922) Telecom Italia

La pubblicità sotto accusa

Acqua Santa Croce

Il meglio di ognuna. Lo trovi tutto in una.

Minerali	Puro	Leggera	Pura
Calcio (mg/l)	3	177,07	1,6
Magnesio (mg/l)	1,2	170,4	1

Acqua Santa Croce. Pura, leggera, di montagna.

Acqua Sant'Anna

PUBBLICITÀ COMPARATIVA
TRA ALCUNE DELLE MIGLIORI ACQUE MINERALI ITALIANE.

NUOVO FORMATO DA 1 LITRO!

Sant'Anna Bio Bottle.
Plastica vegetale INGEOTM al posto del petrolio.
Dai vegetali arriva la prima bottiglia eco-sostenibile realizzata senza usare una goccia di petrolio. Dopo il consumo, si biodegrada completamente in 90 giorni nei siti di compostaggio industriale*. È a casa tua la conservi esattamente come le bottiglie di plastica tradizionale.

Marche	Calcio (mg/l)	Sodio (mg/l)	Altitudine della sorgente	Durezza in gradi francesi	Nitrati (mg/l)	Indicata per l'alimentazione dei neonati e/o per la preparazione degli alimenti dei neonati
Sant'Anna	22,3	1,9	1660	0,6	1,0	Sì
Levissima	80,5	1,9	N.D.**	5,9	1,6	Sì
Vera	160	2	N.D.	N.D.	3,7	No
Rocchetta	177,8	4,61	536	N.D.	1,29	No
San Benedetto	271	6,3	15	N.D.	7,9	Sì
Lilla	383	N.D.	505	N.D.	6	No
Vitasnella	384	3	220	N.D.	3	No
Uliveto	752	74,4	12	N.D.	6,9	No
San Pellegrino	948	33,6	370	N.D.	2,9	No
Ferrarelle	1300	50	111	N.D.	5	No

SODIO 0,0002% Indicata per le diete povere di sodio

RESIDUO FISSO 22,3 mg/l Minimamente mineralizzata, eccezionalmente leggera

Acqua Sant'Anna. Pura, leggera, di montagna. www.santanna.it

Publicità comparativa: il caso Dash.

The advertisement features a comparison between two measuring cups. On the left, a single white measuring cup with a blue base is labeled with the number '1' above it and '73ml' on its side. Below the cup is the 'Dash' logo in blue script. In the center is a large blue equals sign. On the right, two identical white measuring cups with blue bases are shown side-by-side, labeled with the number '1,5' above them. The first cup on the right is labeled '66ml' and the second is labeled '33ml'. Below these cups is the text 'PRINCIPALE CONCORRENTE' in red capital letters. At the bottom of the advertisement, a line of text reads: 'Un misurino di Dash (73ml) smacchia come un misurino e mezzo (99ml) del principale concorrente. Testato su cotone a 40°C e acqua di media durezza.'

1

73ml

1,5

66ml

33ml

Dash

PRINCIPALE CONCORRENTE

Un misurino di Dash (73ml) smacchia come un misurino e mezzo (99ml) del principale concorrente. Testato su cotone a 40°C e acqua di media durezza.

TI HANNO DETTO:
"1 misurino di **Dash** smacchia come
1 misurino e mezzo del principale concorrente"

NON È VERO!

Decisione dell'Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*



Dixan ti garantisce la qualità di sempre, per un pulito brillante.
Non serve esagerare, usa la dose consigliata.

Dixan è sempre con te.



*Procedimento PS 8911 del 18/09/2013. www.agcm.it

Dixan
Il pulito che ami

QUAL È LA DIFFERENZA?

PASTA PER BAMBINI

PASTA PER ADULTI



Limite Massimo Normativa Infanzia (µg/Kg)	PLASMON	PICCOLINI BARILLA
PESTICIDI*		
Piperonil butossido 10	✓	88
Deltametrina 10	✓	✓
Permetrina 10	✓	48
Clorpirifos metile 10	✓	✓
Fosfine 10	✓	✓
MICOTOSSINE*		
Don 200	✓	340
Ocratossina 0,5	✓	✓

Molte mamme usano pasta per adulti anche per bambini con meno di 3 anni. Questa pasta va bene per gli adulti, ma può contenere livelli di contaminanti anche molto superiori ai limiti di legge stabiliti per i bambini di questa età. Plasmon, attraverso il programma Oasi®, garantisce il rispetto di tali limiti.



Plasmon da sempre ti dà il meglio per il tuo bambino
QUESTA È LA DIFFERENZA.

SANO COME UN PLASMON

*Analisi certificate da laboratorio privato indipendente, accreditato alla norma ISO 17025, sui contaminanti più rilevanti (ottobre-novembre 2011)

LE MAMME ITALIANE SANNO QUELLO CHE FANNO.



Plasmon ha pubblicato una pubblicità comparativa che confonde, perché mette in relazione prodotti fra loro assolutamente diversi. Ma le mamme italiane sanno quello che fanno e cosa devono comprare. Da 135 anni Barilla effettua continui controlli e test per garantire la genuinità, la qualità e la sicurezza di ogni prodotto. Il rispetto per la trasparenza, per l'etica e per il benessere dei consumatori, per Barilla vengono sempre al primo posto. Questo secondo noi, fa la differenza. E le mamme lo sanno.



La pubblicità comparativa è lecita quando:

- non è ingannevole;
- confronta beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;
- confronta obiettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi;
- non ingenera confusione sul mercato fra l'operatore pubblicitario ed un concorrente;
- non causa discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali o altri segni distintivi di un concorrente;
- per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisce in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione;
- non trae indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio o ad altro segno distintivo di un concorrente;
- non rappresenta un bene o servizio come imitazione o contraffazione di beni o servizi protetti da un marchio o da una denominazione commerciale depositati.

La testimonianza

I codici creativi

L'industriale



Il personaggio famoso

La
testimonianza



Attiva Win
Passo a passo



...si riparte da qui

ASTI Spumante e MOSCATO d'ASTI Docg



La star cinematografica

2001



2014



2000



2006





I campioni dello sport



2022, Mercedes "Perché le migliori performance parlano da sole"

2012. Ferrero, sponsor del marciatore olimpico Alex Schwazer con il brand Kinder Pinguì, prende le distanze dal “caso” di doping dell’azzurro.



Secondo il gip bolzanino «i campioni di urina prelevati ad **Alex Schwazer** il primo gennaio 2016 sono stati alterati (quindi manomessi, ndr) allo scopo di farli risultare positivi e dunque di ottenere la squalifica e il discredito dell'atleta, come pure del suo allenatore Sandro Donati».17 mar 2022

2022, Festival di Sanremo.
Spot «La mia Liguria»

Elisabetta Canalis riceve un compenso di
100.000 euro per parlare da Los Angeles.

L'obiettivo della campagna di promozione
territoriale è rilanciare ricordi di Liguria che
restano in chi l'ha frequentata in passato.



<https://www.youtube.com/watch?v=p41fc0yuSbc&t=25s>



Amanda Sandrelli sostiene ActionAid con Wella Professionals



Regala una giornata alla vita

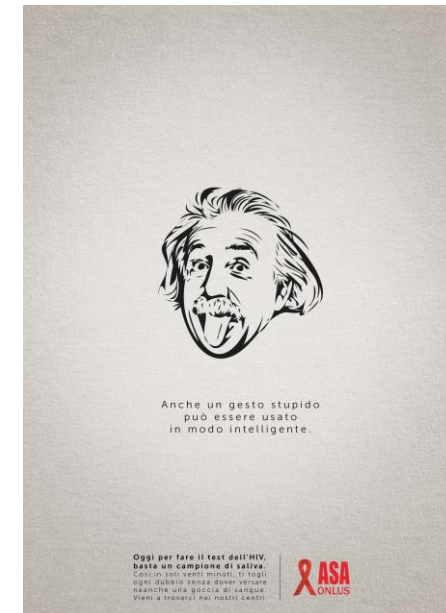
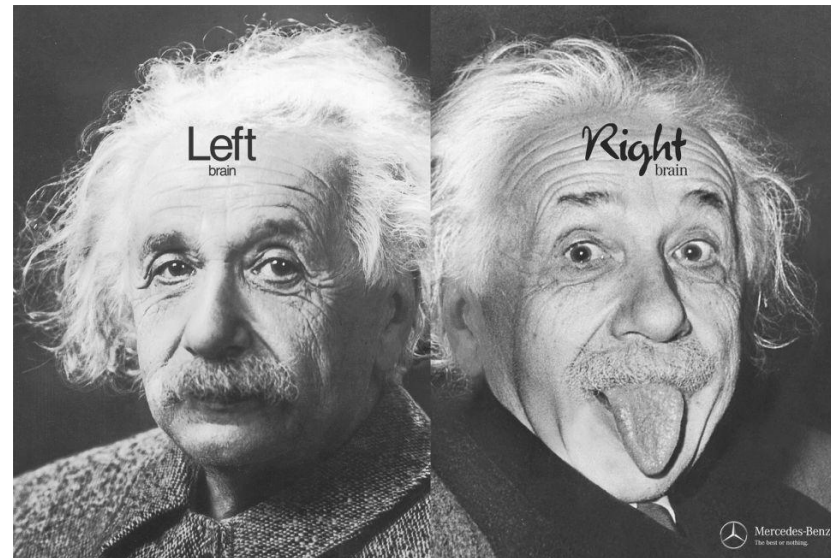
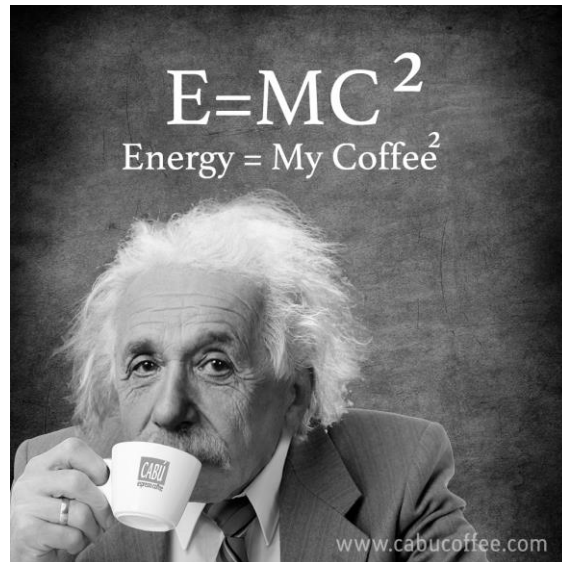
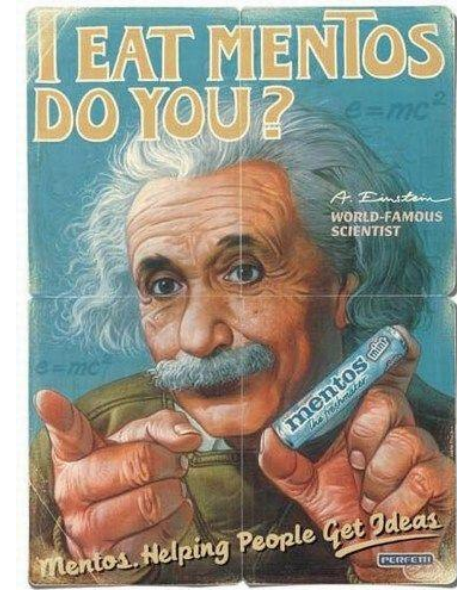
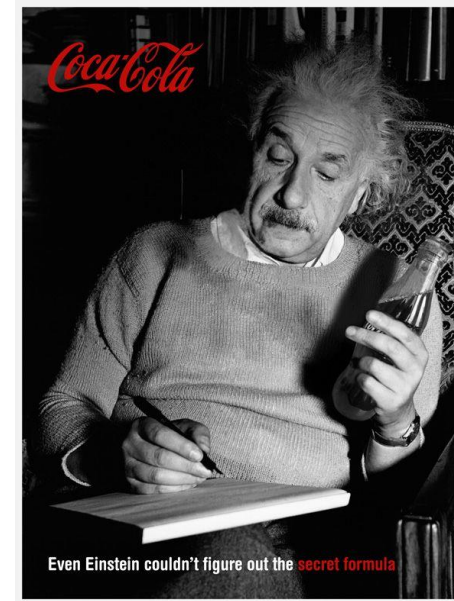
12-13 novembre 2007

PUOI CONTRIBUIRE ANCHE TU al progetto di Wella Professionals e ActionAid lunedì 12 e martedì 13 novembre. Come? Andando in uno dei saloni che aderiscono all'iniziativa "Regala una giornata alla vita" per un servizio di taglio e piega. Gli acconciatori devolveranno l'intero ricavato ad ActionAid a favore dei bambini di Lilongwe e Salima in Malawi. Segui il tuo cuore: compi un gesto di **VERA BELLEZZA INTERIORE**. Per conoscere il salone più vicino: tel. 02.4986697 www.wella.it - www.actionaid.it



Wella Professionals insieme
agli acconciatori italiani
sostiene i bambini del Malawi

actionaid



Il testimonial icona

Esercitazione

SAUVAGE

THE NEW FRAGRANCE

Dior



Aveeno[®]
ACTIVE NATURALS[®]
Naturally Beautiful Results[®]

Experience light as air, barely there,
beautiful skin hydration.

AVEENO[®] Sheer Hydration's exclusive ACTIVE NATURALS[®] Oat formula absorbs in just seconds and never feels greasy. It's so light and breathable the only way you'll know you're wearing it is by how soft, hydrated and healthy looking your skin is. Sheer bliss.

aveeno.com | @aveenous ©J&J2017



Esercitazione: analizza l'uso del testimonial

- Nelle due campagne pubblicitarie è presente un testimonial: perché è stata scelta questa strategia? Che vantaggi può portare?
- Che immagine ha il prodotto?
- Che immagine ha il testimonial?
- C'è coerenza tra i valori della marca e il testimonial scelto?

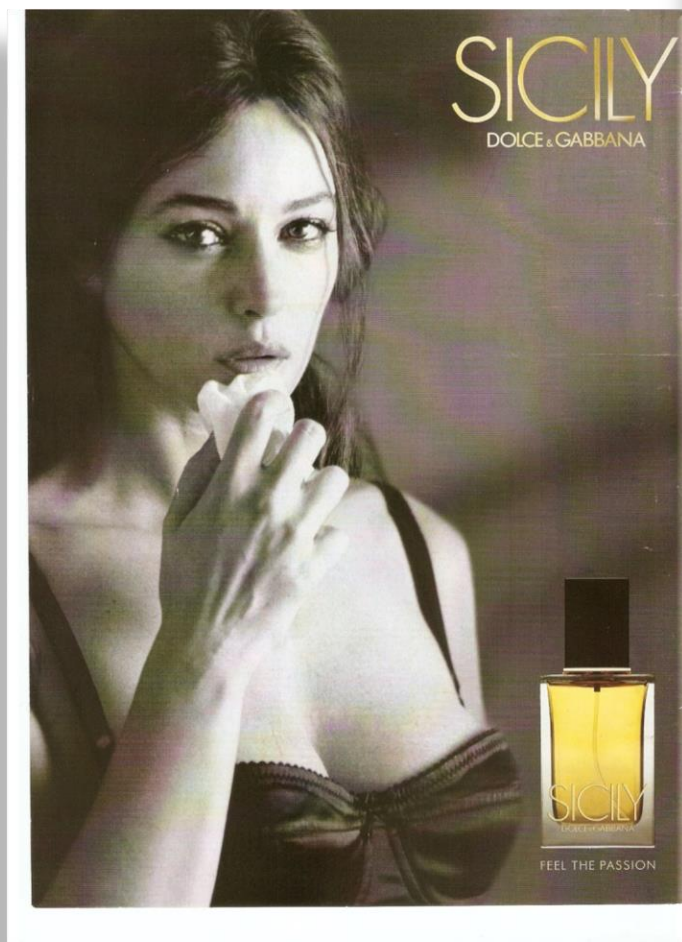
L'erotismo

I codici creativi



1895

La seduttrice



Il caso limite: le pubblicità sessiste

L'erotismo



La provocazione

I codici creativi



**Chi mi ama
mi segua.**

**Jesus
jeans**

UNHATE

La
provocazione

FABRICA

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Supports
the Unhate Foundation
unhatefoundation.org

POPE

SHEIKH OF THE AL-AZHAR MOSQUE



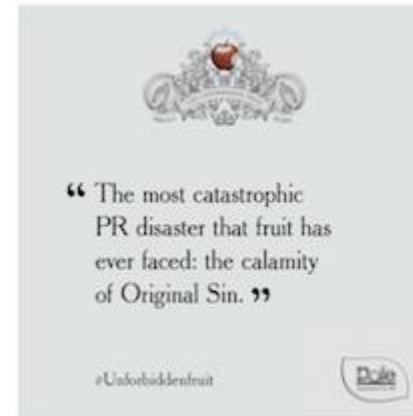
Il bacio fra Breznev e Honecker nel 1979



1992



Dole rilancia la mela proibita



Dole Sunshine Company scrive una lettera al Papa con una richiesta: "*Chiediamo umilmente l'assoluzione della mela che solo tu puoi dare*".

L'ironia

I codici creativi



Molto usato nei paesi anglosassoni, non è detto che ottenga sempre dei buoni risultati di credibilità e affidamento. Il pubblico può divertirsi ma non ricordare la marca, o non essere convinto della sua bontà.



PER PAGARE
E MORIRE
C'È SEMPRE
TEMPO.

Funerali a rate, da 99€* al mese.

06 48 88 68 www.taffo.it **TAFFO** DAL 1940
FUNERAL SERVICES

*Importo finanziato € 1.648,00, 18 rate da € 99,00, TAN 10,034%, TAEG 18,95%, TEG 18,95%, Spese Istruttoria € 48, Costi Connessi € 46,60, Importo totale dovuto € 1.828,60 - (SALVO APPROVAZIONE DI INTESA SANPAOLO PERSONAL FINANCE SPA)



2019



durex \$2.50



durex \$2.50

650 MILIONI DI BOTTIGLIE
VENDUTE ALL'ANNO
**E NESSUNA
MAI BEVUTA.**



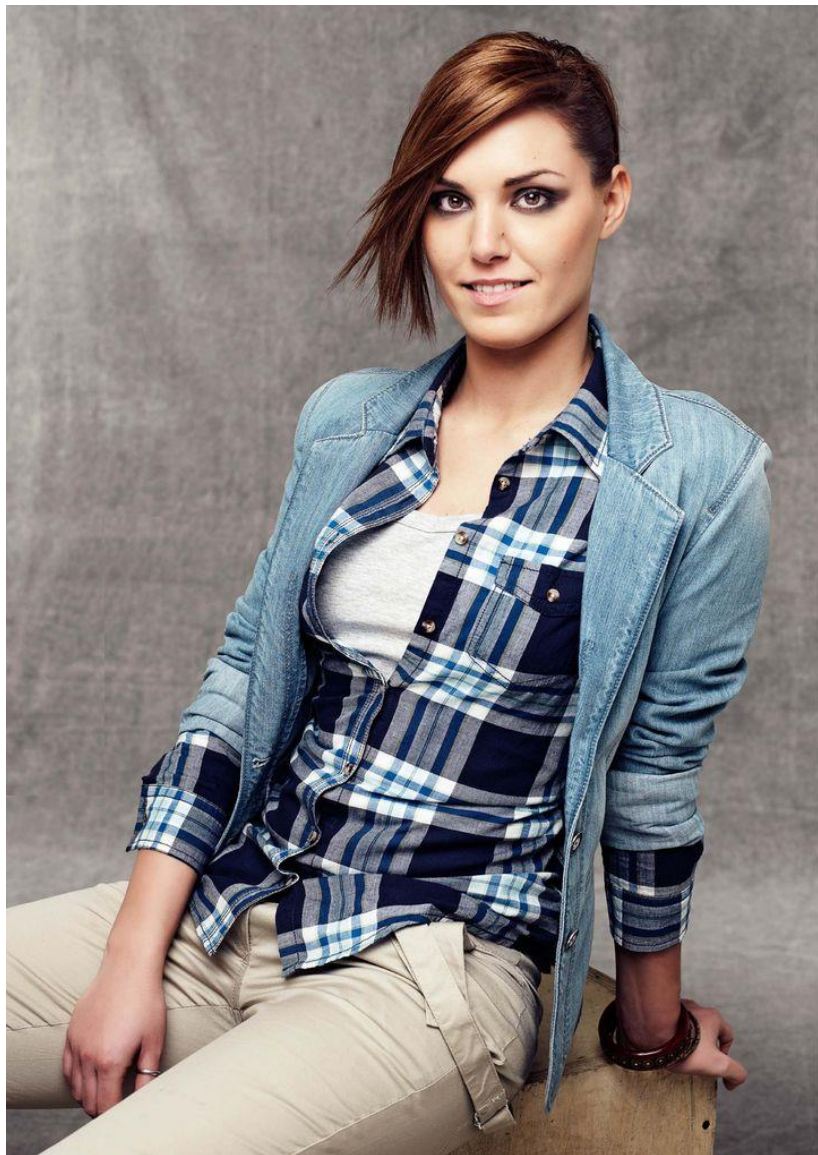
L'UNICA VERDURA
CHE METTE D'ACCORDO
GRANDI E PICCOLI.



Slice of life



GRANNY'S FRIES
WITHOUT
THE GRANNY



QUESTI SONO I NOSTRI MODELLI.

Jessica Intravaia, ballerina e indossatrice.
Ha vinto il primo premio, di 30.000 euro, ballando in una
nota trasmissione televisiva e ha devoluto l'intera vincita
alla lotta contro il cancro.



QUESTI SONO I NOSTRI MODELLI.

Dario Pallotta, rugbista.
Durante il terremoto dell'Aquila ha tratto in salvo
delle persone dalle macerie. Per questo gesto
ha ricevuto la Medaglia di Bronzo al Merito Civile.

beintelligent.it

**I VERI
MIRACOLI
LI FACCIAMO
NOI.**

PIAZZA ITALIA
Sponsor della gente comune.

A portrait of a young woman with dark hair and a patterned scarf, looking directly at the camera. The background is slightly blurred, showing what appears to be a shop or a library with shelves.

beintelligent.it

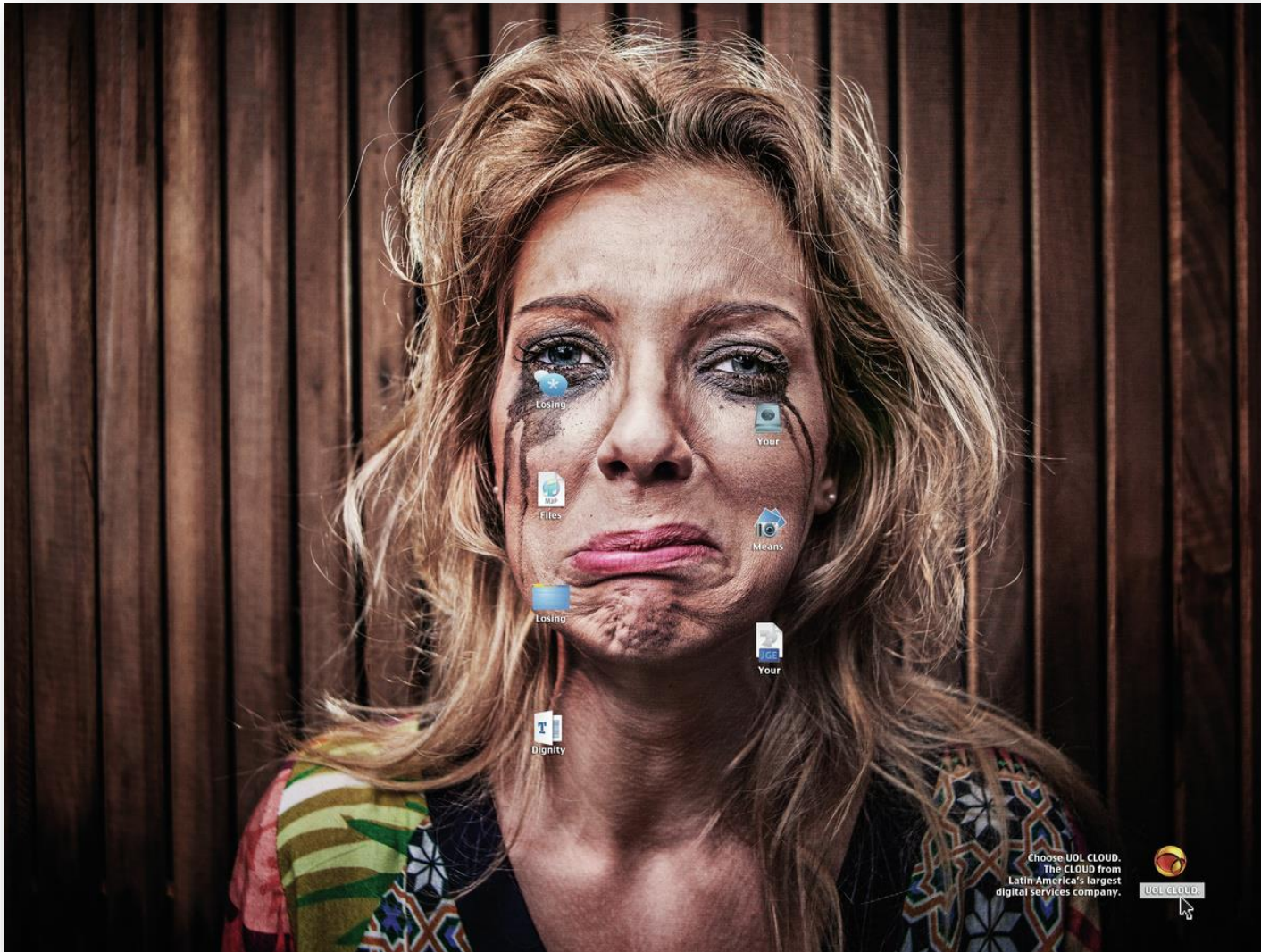
**I VERI
MIRACOLI
LI FACCIAMO
NOI.**

PIAZZA ITALIA
Sponsor della gente comune.

A portrait of an older woman wearing a white hairnet and a white apron over a dark sweater, looking directly at the camera. The background is slightly blurred, showing what appears to be a kitchen or a food preparation area.

Slice of life

Dramma



“Losing – Your – Files – Means –
Losing – Your – Dignity,”
Digital services company UOL Cloud

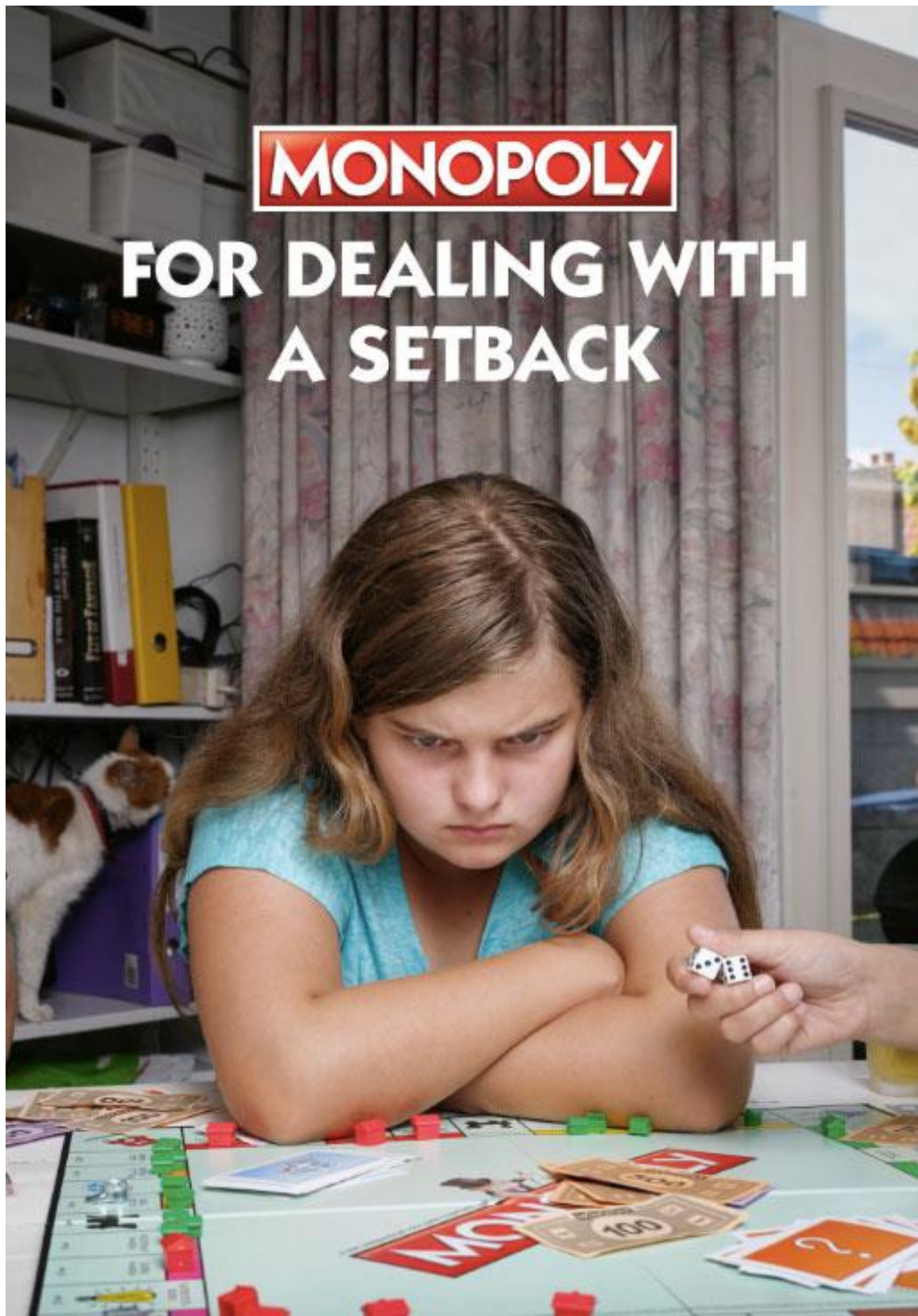
UOL, Sao Paulo
Africa, São Paulo
2016



La campagna dell'Associazione dei Pediatri di Rio Grande ha lanciato una campagna per ricordare alle mamme che allattano che tutto ciò che mangiano arriva al loro bimbo

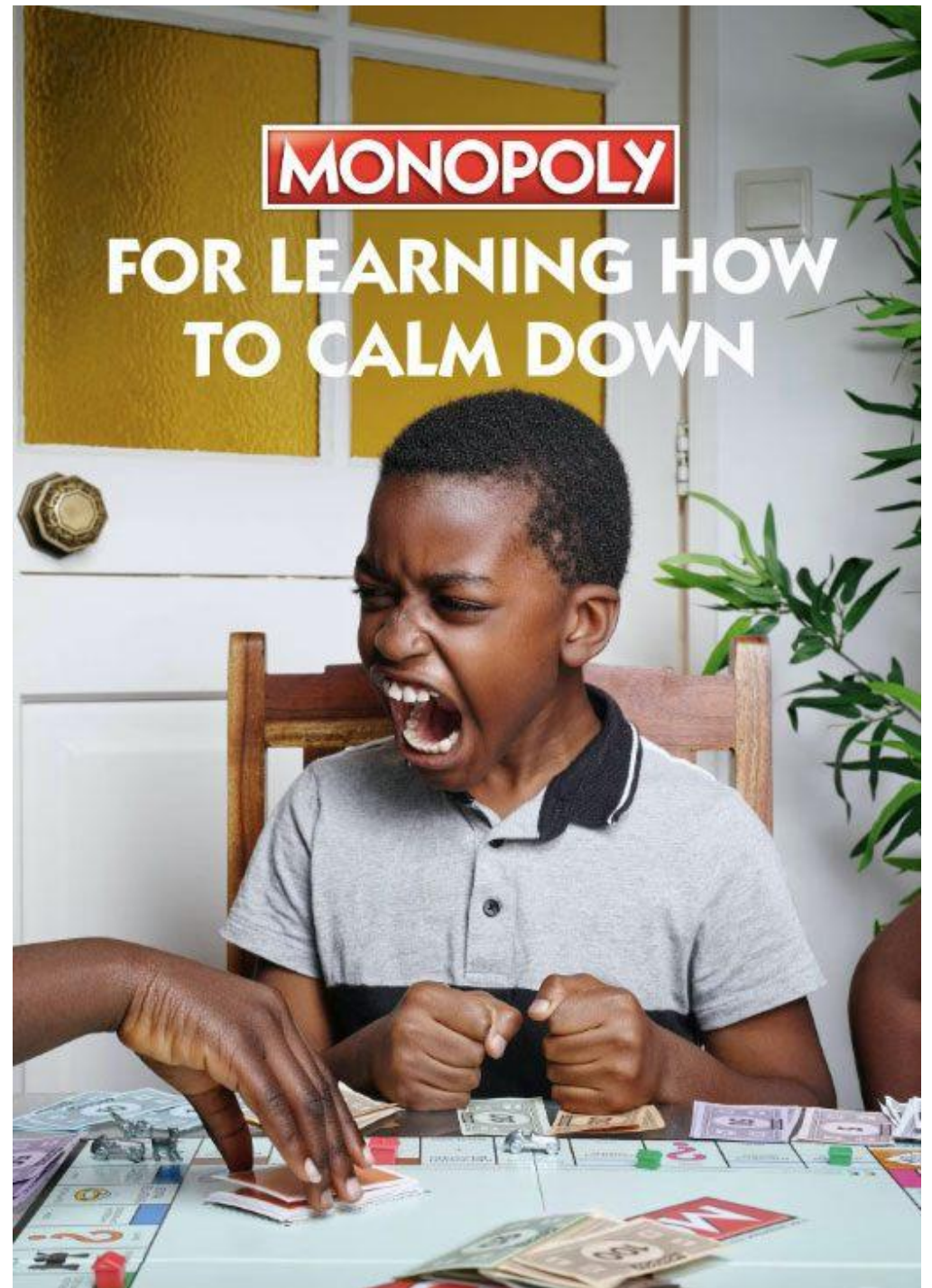
MONOPOLY

**FOR DEALING WITH
A SETBACK**



MONOPOLY

**FOR LEARNING HOW
TO CALM DOWN**



Treedom e Maccio Capatonda

- <https://www.youtube.com/watch?v=uktvD4uTNag&t=261s>
- Treedom è il sito che permette di piantare alberi a distanza e seguire online la storia del progetto che contribuiranno a realizzare.
- azienda italiana, fondata nel 2010 a Firenze.
- Ogni albero di Treedom ha una pagina online, viene geolocalizzato e fotografato, può essere custodito o regalato virtualmente a terzi.
- sul sito di Treedom gli alberi sono stati presentati come dei veri e propri “device” tecnologici e l’invito agli utenti era quello a fare “il miglior regalo hi-tech sul pianeta”.



Grazie per l'attenzione