

SPOT SHOCK, AZIENDA CAMBIA VERSIONE: "NON ERA MORTA MA UBRIACA"

27 Aprile 2013



NAPOLI – Torna lo spot della polemica. La pubblicità sugli strofinacci tacciata di istigare al femminicidio torna dopo le polemiche che costrinsero a cambiare i cartelli. Questa volta la donna al posto che cadavere è ubriaca.

“Istigazione alla violenza sulle donne, femminicidio: un’accusa forte, che ha provocato tantissime reazioni, fino a quelle del ministro per le pari opportunità, Elsa Fornero e alla richiesta di cancellare la pubblicità. Una vicenda che la Clendy, azienda napoletana, ha inteso chiarire, ora anche attraverso una nuova campagna pubblicitaria che da oggi campeggia su maxi impianti e manifesti della città”, sono queste le parole dell’azienda in un comunicato.

Adesso le pubblicità in circolazione sono due e vorrebbero rappresentare una sorta di flashback: sono presenti o l’uomo o la donna a terra svenuti, ma perchè molto ubriachi. Parità di sessi, dunque questa volta, e nessuna istigazione al suicidio, solo una panoramica su come l’alcol possa ridurre se se ne abusa.

“Con questo nuovo concept dunque non solo evidenziamo con ulteriore ironia l’efficacia del panno, ma cerchiamo di spazzare via le troppe polemiche abbattute su questa campagna”, conclude l’azienda.

(fonte *leggo.it*)