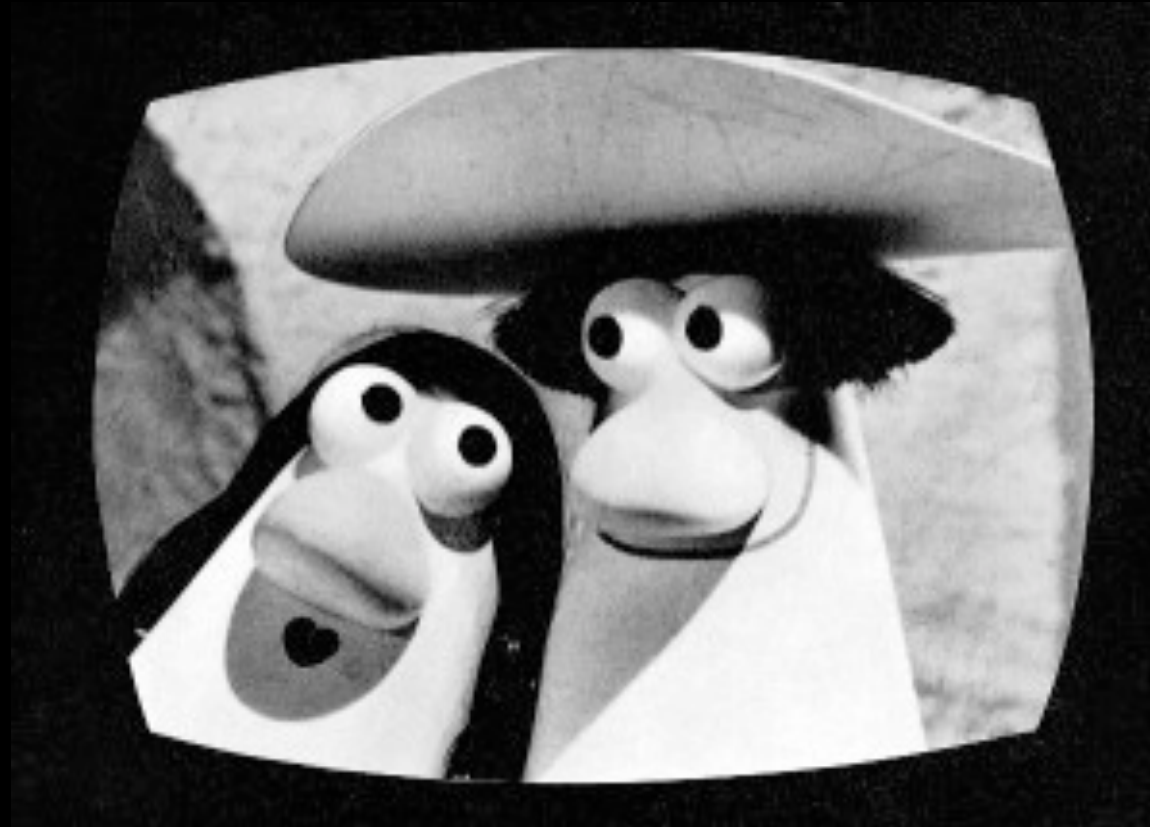


Art Directors Club Italiano
Facciamo parlare 25 anni di nostre campagne



Le più note campagne pubblicitarie sono state create da soci Adci.

O così.



Pomodoro da passare.

O Pomì.



Passato di pomodoro.



LISCIA?



GASSATA?



O FERRARELLE?



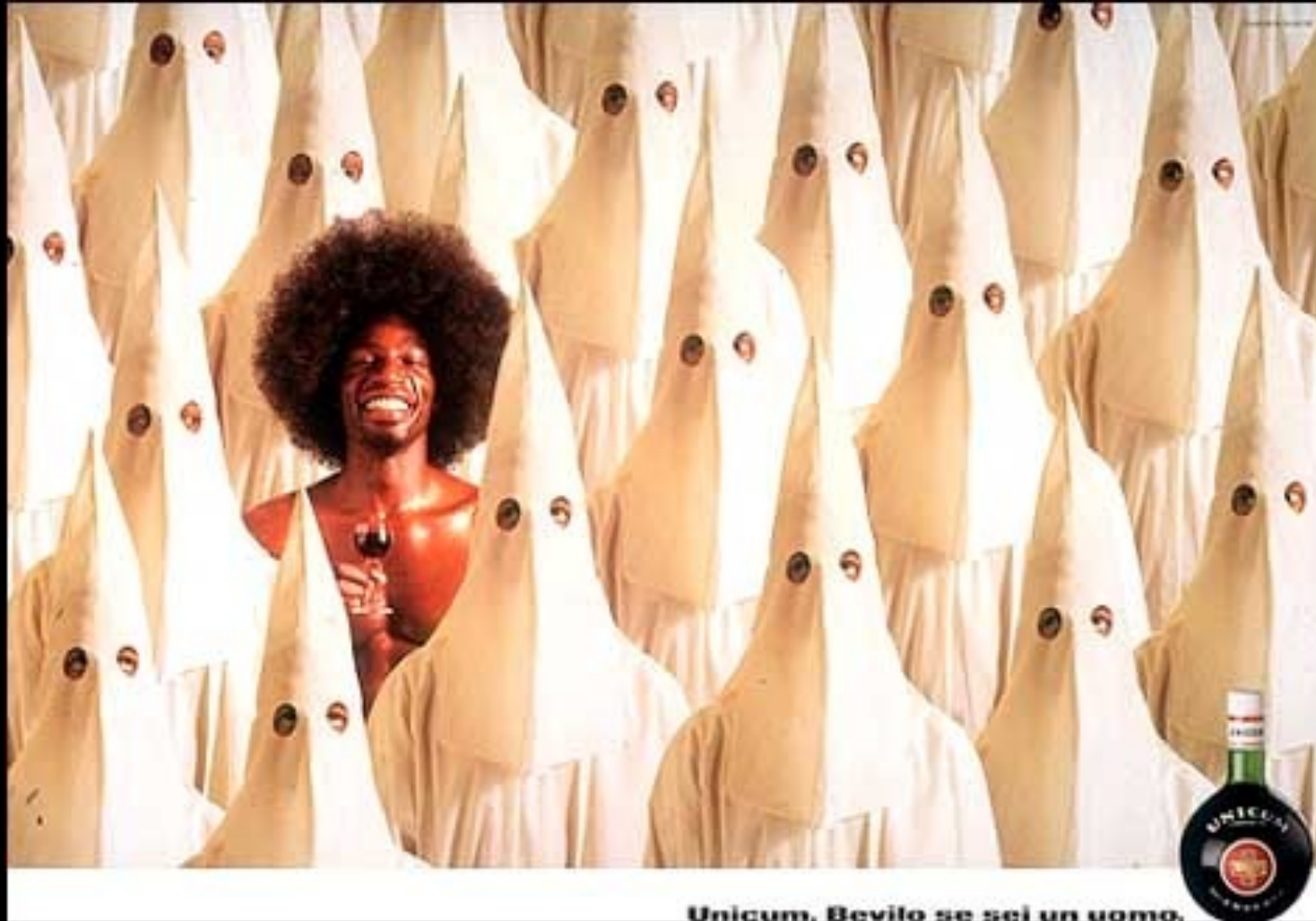
L'unico annuncio italiano esposto al Louvre è di soci Adci.



Nelle antologie delle scuole medie pubblicano annunci creati da soci Adci.



I creativi Adci non vogliono addormentare il Paese



preferiamo risvegliare le coscienze e combattere i pregiudizi piuttosto che alimentarli.

"HO DATO ORDINE AI MIEI LEGALI DI QUERELARE L'ESPRESSO."

LICIO GELLI

*Maestro dopo maestro, sommatista
i lettori dell'Espresso. L'ammiratore
colossale. Per ogni lettore che dice "Bene",
c'è qualcuno che firma i pagni sul tavolo.
L'Espresso, infatti, sta ricorrendo*

*il passaggio dal vecchio al nuovo con
schierata e scapola di sena. Accade
che i rappresentanti di un regime che muore
si trovano insediati e insediati.
Ma è anche normale che tutti coloro che*

*infilano i polmoni a ciò che sta succedendo
non perdano nemmeno un numero dell'Espresso.
Se volete il racconto coraggioso, leggete
a voce di ciò che sta succedendo. Leggete
l'Espresso e non lo accetterete.*

L'Espresso
VERO SU BIANCO.

Crediamo nella correttezza



TIENI VIVA LA FORZA DEL NERO.



pensiamo che anche un annuncio possa educare alla bellezza



e siamo convinti che semplicità non implichi la necessità di essere stupidi.



Evitare la banalità mette le ali anche alla fantasia dello spettatore.



I creativi Adci sanno che ogni campagna offre l'opportunità di veicolare anche un insight socialmente utile.



Ma non tutte le campagne sono fatte da soci Adci.



Il nudo non offende quando è pertinente
(campagna prevenzione tumori al seno)



e quando non rappresenta il soggetto come un oggetto.



Persino Terry Richardson è meno Terry Richardson
quando è seguito da un creativo Adci.

**Nel 1918, in alcuni
paesi del mondo,
si è scoperto che metà
degli uomini erano
donne.**

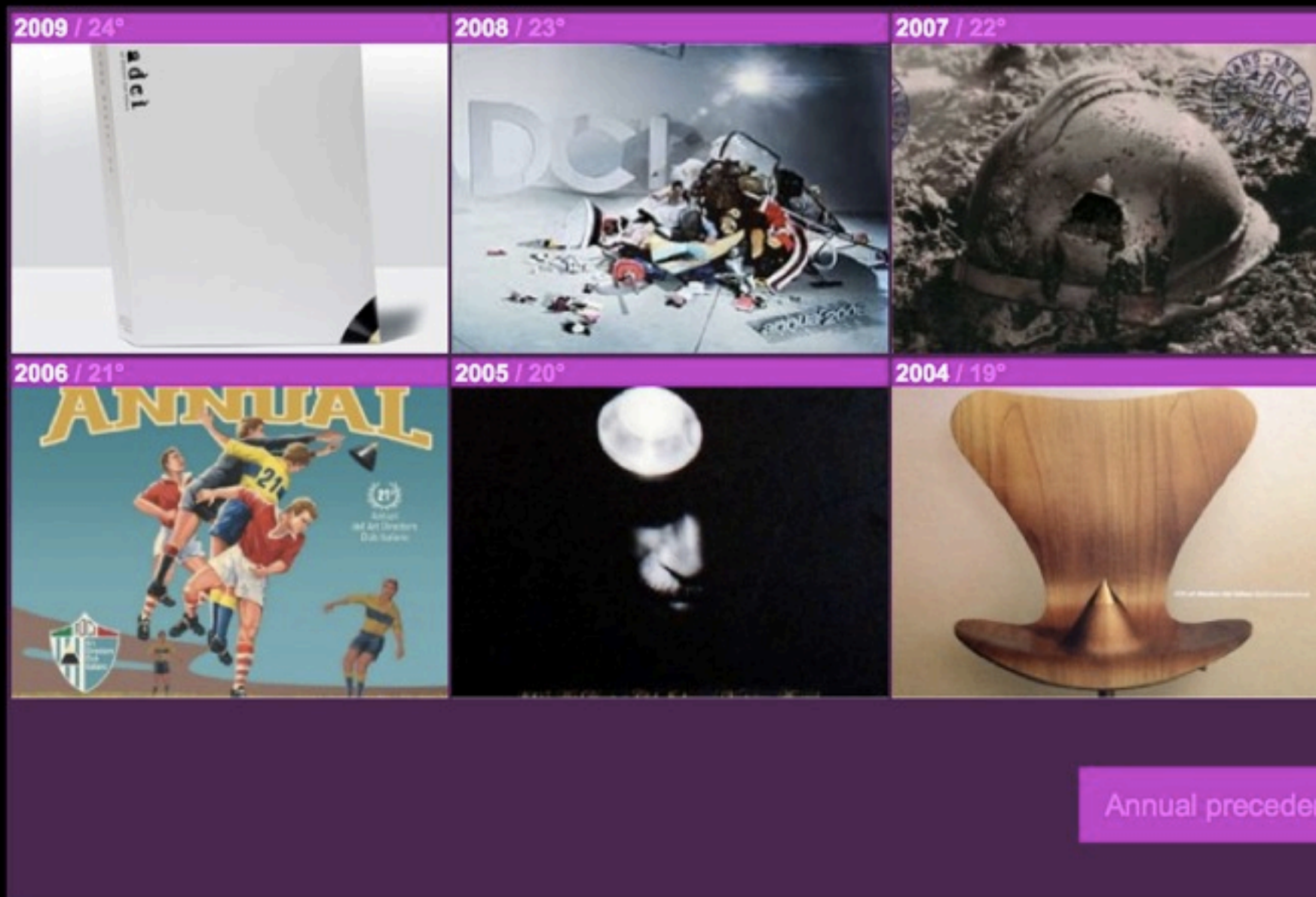
Domenica, Storie Parallele, l'inserto storico del manifesto, è dedicato al diritto al voto delle donne, a come se lo sono conquistato, e ai paesi in cui questo diritto non esiste ancora. "Il voto alle donne", domenica 20 giugno, con il manifesto, a 2000 lire, giornale compreso.

il manifesto
Non commercializza

**Occorre ricordare ogni giorno
che donne e uomini hanno gli stessi diritti.
Dobbiamo loro innanzitutto rispetto.**



Occorre che tutti se lo ricordino e non solo l'otto marzo.



In 25 annual pubblicati dall'Adci non troverete annunci contrari ai principi enunciati nel manifesto deontologico presentato oggi, 4 aprile 2011.

Come si inizia a cambiare

- L'Adci creerà una campagna di sensibilizzazione (dignità della donna in pubblicità)
- Current TV offrirà spazi gratuiti
- IGP offrirà spazio (non il costo di stampa dei poster)
- Il Ministero per le Pari Opportunità sostenga l'Adci

Ricordiamoci che la pubblicità rappresenta una parte del problema.

