



## Fieg sostiene la proposta di defiscalizzazione degli investimenti con una campagna di Bgs D'Arcy

Il dibattito parlamentare sulla *Finanziaria* per il 2002 entra nel "cuore" dei problemi legati al mondo della comunicazione e **Fieg**, che rappresenta uno dei settori più toccati dalla crisi della pubblicità, scende in campo anche con una campagna, che ha preso il via ieri su alcuni quotidiani e che, nei prossimi giorni, dovrebbe coinvolgere i periodici. L'obiettivo è quello di fare pressione sul **Governo** affinché la proposta di detassazione degli investimenti, messa a punto con **Upa**, ma sostenuta anche dalle associazioni delle agenzie, si trasformi in emendamento da inserire nell'articolo della Tremonti-bis. L'iniziativa si concretizza in un annuncio affidato alla creatività di **Bgs D'Arcy**. Proprio quest'ultima agenzia suscitò scalpore, qualche anno fa, pubblicando un annuncio autopromozionale che mostrava - per spiegare metaforicamente quali siano le conseguenze, per un'azienda, legate al "taglio" del proprio budget - un manager con tanto di forbici sui pantaloni. Anche questa volta il messaggio appare decisamente chiaro e tratta il tema con un approccio sdrammatizzante: il *visual* mostra, infatti, un uomo seduto sul ramo di un albero, intento a segare il ramo stesso. Altrettanto immediato il claim: "Aiutiamo le imprese a non fare tagli irreparabili", accompagnato da un testo che spiega come gli investimenti in pubblicità non siano diversi da quelli fissi e che, quindi, vadano considerati in modo analogo.

### Al Congresso della Pubblicità l'avvio della manovra

La proposta di defiscalizzare gli investimenti era stata lanciata al **Congresso della Pubblicità** dal presidente della federazione degli editori, **Luca Cordero di Montezemolo**, ed era stata fatta propria immediatamente dal presidente degli utenti, **Giulio Malgara**, con l'ulteriore adesione di **AssoComunicazione** e **Unicom** che, a sua volta, aveva già elaborato una tesi simile. Successivamente, il senso della proposta è stato messo a punto, al fine di chiedere una detrazione dal reddito d'impresa del 20% degli investimenti stanziati nel 2002 dalle aziende, a condizione che la cifra sia comunque superiore a quella della media della

loro spesa pubblicitaria negli ultimi cinque anni. L'iniziativa che Fieg lancia con Bgs D'Arcy suggerisce anche ai lettori il ruolo di volano della pubblicità non solo per i mezzi, ma per tutta l'economia: per questo, ha ricevuto anche il plauso di **Confindustria**. La campagna si sviluppa, quindi, in parallelo a quella avviata da Upa che è, invece, maggiormente rivolta ai consumatori puntando, per ora con una serie di annunci stampa, a tranquillizzare la popolazione e a sostenerne la fiducia nel futuro dopo i fatti dell'11 settembre. Su questo fronte, magari in tempo per le prossime festività, partirà anche lo spot di **Brb&Grey** che avrà **Milly Carlucci** come testimonial. Sempre Fieg ha, intanto, avanzato un'altra proposta a favore della carta stampata: quella di portare dall'attuale 60 all'80% la resa forfettaria delle tirature dei giornali; in caso contrario, l'Iva si "rimangerebbe" i benefici che dovrebbero provenire agli editori dal recente aumento imposto al prezzo dei quotidiani.

### Meroni New Media firma tombrader.warnermusic.it

E' stato realizzato da **Meroni New Media** il sito **tombrader.warnermusic.it**, per la colonna sonora del film "Lara Croft - Tomb Raider", prodotta da **Warner Music**, nei cinema dallo scorso week end. Ideato dall'agenzia di Albese (Como), offre l'opportunità di ascoltare in streaming le tracce dei 16 brani della colonna sonora, di accedere alle informazioni sull'album e sul film, di collegarsi ai siti ufficiali, scaricare lo *screensaver* e vedere il video del trailer del film. (sotto, il sito della Warner)

