



Cerca news


[registrati](#) [abbonamenti](#) [chi siamo](#) [contatti](#) [MyADV](#)

## Sezioni

[Agenda](#)  
[Associazioni](#)  
[Beyond](#)  
[CSR](#)  
[Educational](#)  
[Eventi](#)  
[Gare](#)  
[Internet](#)  
[Marketing](#)  
[Media](#)  
[Off the records](#)  
[Persone](#)  
[Premi](#)  
**[Pubblicità](#)**  
[Festival di Cannes](#)  
[Inchieste](#)  
[Produzione](#)  
[Rassegna Stampa](#)  
[Worldwide](#)

[Home](#) > Pubblicità

## Univideo e Brand Portal insieme contro la pirateria

10/12/2009

L'agenzia ha realizzato la campagna per l'**Unione Italiana Editoria Audiovisiva**. La campagna, dal forte impatto emotivo, sottolinea in modo molto diretto il concetto che la pirateria è la fine dei film. I 5 soggetti, on air da dicembre, sono stati elaborati in diversi formati per la stampa e il web e troveranno spazio anche nei punti vendita della grande distribuzione e nelle videoteche.



Sempre più persone accedono alla rete e alle numerose risorse messe a loro disposizione. Il numero degli 'heavy user', secondo l'Osservatorio Permanente dei Contenuti digitali, è passato dal **23%** del 2007 al **34%** nel 2009. Ma forse non tutti sanno che scaricare file

illegalmente vuol dire anche spalancare la porta a virus informatici e alla violazione della propria privacy. Con danni economici che potrebbero arrivare a sfiorare i **500 milioni** di euro all'anno.

E' quanto emerge dai risultati dell'indagine, presentata oggi, 10 dicembre, a Milano, condotta da **Euromedia Research** in collaborazione con il prof. **G. Matteo Brega**, docente all'Università IULM e titolare della cattedra Unesco dell'Osservatorio dell'Immaginario, che disegna una situazione di pericolosa incoscienza.

Il **79,8%** del totale degli intervistati è convinto di essere abile ed esperto nell'uso del PC, in realtà l'incompetenza degli utenti è la prima causa di guasti al computer segnalata dai centri di assistenza. A scaricare file audiovisivi dalla rete è il **38,2%** degli



SCEGLI LA TUA

Altre

- ▶ 10/12/ Arriva in Lorenzo
- ▶ 10/12/ MINI su BCube
- ▶ 10/12/ Il gusto spot di C
- ▶ 10/12/ L'Expo 2 Saatchi&
- ▶ 10/12/ lap: a b disciplina emption
- ▶ Altre No



intervistati, mentre un **7,5%** dichiara di farlo fare a terzi: sale così al **45,7%** la percentuale di popolazione giovane e adulta che entra in contatto con materiale audio-video preso in rete.

### Premio del giorno

Green Awards



Video

avec AdForum.com

Fra quanti scaricano personalmente, il **73%** dichiara di preoccuparsi dei rischi ma comunque lo fa, mentre il restante **27%** non se ne preoccupa affatto, confidando soprattutto nei propri antivirus. Fra questi, solo il **13%** è in grado di cavarsela da solo davanti a un problema.

Dal canto loro gli operatori informatici indicano nel downloading illegale la seconda causa di guasti al software: fra più frequenti in ordine di ricorrenza, blocco del sistema operativo, 'sconfigurazione dei programmi', impossibilità di aprire file e di connettersi a Internet.

La spesa annuale media in Italia per riparare i danni su computer causati da virus è stimata in **405.816.000** euro. Senza contare i danni morali e non solo, come l'accesso alla propria identità (password e carta di credito) e alla privacy: fotografie, documenti, segreti.

Per realizzare la campagna contro la pirateria promossa da **Univideo**, Unione Italiana Editoria Audiovisiva, **Brand Portal** è partita da una semplice ma fondamentale domanda: cosa potrebbe succedere continuando a scaricare e acquistare film illegalmente? La fine della creatività, la fine delle emozioni e quindi anche la fine dei film. La campagna, dal forte impatto emotivo, sottolinea in modo molto diretto il concetto che la pirateria è la fine dei film.

La creatività unisce semplicità e chiarezza del messaggio, evocando immediatamente il mondo di riferimento: su un ideale schermo compare la classica scritta 'The end', declinata attraverso l'uso di diverse font che rappresentano i vari generi cinematografici, dalla commedia all'horror, dai film d'amore a quelli western.

La campagna partirà nel mese di dicembre e continuerà nel 2010. I 5 soggetti sono stati elaborati in diversi formati per la stampa e il web e verranno declinati in una grande campagna che troverà spazio principalmente nei punti vendita della grande distribuzione e nelle videoteche.

E' prevista inoltre una pianificazione pubblicitaria su testate specializzate di settore e una pianificazione sull'online attraverso banner e spot sui siti delle catene retail che hanno dato il proprio

appoggio all'iniziativa.

Grazie alla collaborazione di tutti gli associati dell'Univideo, inoltre, la comunicazione verrà inserita nei siti e nel materiale pubblicitario e informativo di ogni singola azienda. Il dettaglio della pianificazione media e delle attività che verranno intraprese nello specifico saranno comunicate a breve.

SP

Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 



Copyright © 2009 ADC Group Srl - Via Fra Luca Pacioli, 3 20144 Milano - P.IVA 03670830961