



Associazione Nazionale

Riprese

Sterne televisive e cinematografiche

Via A. Labranca 44 00123 Roma

fax:06233201365

www.areweb.it e-mail: direttivo@areweb.it tel:0690283560

comunicato n°191 del 30 aprile 2013

Vecchie, nuove ...e nuovissime forme di pubblicità.

Apprendiamo con piacere che dal prossimo 6 maggio assisteremo ad un importante ritorno sui canali **RAI**.

E' stato deciso dopo molti anni di assenza, di riproporre **CAROSELLO**, lo storico intermezzo pubblicitario che ha accompagnato l'infanzia di molti di noi.

Attraverso simpatiche scenette, interpretate e dirette dai migliori professionisti dell'epoca, si pubblicizzavano i prodotti più disparati, mediante un linguaggio facilmente comprensibile ed accattivante per il pubblico.

Non sappiamo ancora se **CAROSELLO RELOADED**, (così si dovrebbe chiamare la nuova edizione), ricalcherà l'illustre predecessore, ma apprezziamo che si sia deciso di reinserirlo nel palinsesto futuro.

Più di recente è stata introdotta una nuova modalità di comunicazione pubblicitaria, che per mezzo della collocazione di determinati prodotti all'interno di una trasmissione ne rende discretamente evidente la presenza, segnalando con una scritta l'inserimento.

Ma ciò che più ci ha colpito, e che probabilmente si sta sperimentando come una "**nuovissima**" forma di "**reclame**", atta a promuovere non più prodotti di uso comune, ma bensì fornitori di servizi alla **RAI** stessa, è quanto abbiamo potuto osservare domenica mattina, in occasione della drammatica diretta di **RAI NEWS 24** davanti Palazzo Chigi.

La giornalista riferendo del grave ferimento del Carabiniere e delle concitate fasi che ne hanno fatto seguito, incalzata dal Direttore di Testata da studio, elogiava la Società in appalto, nel caso **H24**, che garantiva il collegamento, citandola chiaramente, encomiandola per il servizio prestato, e decantandone le qualità.

Ebbene se questa è la nuova forma di comunicazione pubblicitaria che si intende affiancare alle altre già presenti ne prendiamo atto.

Ci aspettiamo in futuro, che a margine di un avvenimento sportivo, il giornalista di turno tessa le lodi della "**tal telecamera**" piuttosto che del "**tal obiettivo**" di marca **XYZ**, grazie al quale si sono rese possibili le bellissime immagini trasmesse...e via così.

Aspettiamo sviluppi

Il Direttivo dell' **ARE**