

**“BIRRA IO T’ADORO”, AD ASSOBIRRA IL PREMIO UDI IMMAGINI AMICHE**

**LA CAMPAGNA PREMIATA PER AVER VALORIZZATO LA PARITA’ DELLE DONNE**

***La campagna di*** *AssoBirra “Birra io t’adoro” ha vinto oggi il premio nella categoria affissioni di Immagini Amiche, campagna dell’Unione Donne in Italia (UDI) e l'Ufficio d'Informazione in Italia del Parlamento Europeo, “per aver abbandonato il clichè che fin dagli anni ’60 identificava la birra con la donna”.*

 *Terzaghi, direttore di AssoBirra: “Per raccontare la cultura della birra alle donne, abbiamo immaginato una donna moderna, indipendente, ironica, impegnata, che anche nella vita frenetica di tutti i giorni riesce a ritagliarsi dei momenti di piacere e socialità, in cui il gusto della birra è complemento perfetto. Questo premio è un riconoscimento della bontà di questa scelta.”*

*Roma, 23 marzo 2015* - La campagna di AssoBirra “Birra io t’adoro” ha vinto il Premio Immagini Amiche come migliore campagna pubblicitaria nella categoria affissioni. Il riconoscimento è promosso dall’Unione Donne in Italia (UDI) e l'Ufficio d'Informazione in Italia del Parlamento Europeo con sede a Roma, in partnership con la Rappresentanza in Italia della Commissione Europea, il Dipartimento per le Pari Opportunità e l’Assessorato alla Scuola, Infanzia, Giovani e Pari Opportunità di Roma Capitale. Ispirandosi alla risoluzione del Parlamento Europeo del 2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità fra donne e uomini, ha l’obiettivo di contrastare la tendenza di televisione e pubblicità ad abusare dell’immagine delle donne fino a lederne la dignità, e di valorizzare una comunicazione da parte di pubblicitari e aziende committenti che, al di là degli stereotipi, veicoli messaggi creativi positivi e una creatività socialmente responsabile.

Il Premio, giunto alla quinta edizione, è stato consegnato stamani a Roma, presso l’Auditorium del Museo dell’Ara Pacis, alla presenza della Presidente della Camera Laura Boldrini, del Sindaco di Roma Ignazio Marino e dell’Assessora alle Pari opportunità di Roma Capitale Alessandra Cattoi.

I finalisti sono stati scelti da una giuria presieduta dalla giornalista e scrittrice Daniela Brancati, in base alle numerosissime segnalazioni arrivate sul sito del premio, anche grazie alla collaborazione con Anci e la commissione Pari opportunità della Rai.

Birra io t’adoro è stata premiata “per **aver abbandonato il clichè che fin dagli anni ’60 identificava la birra con la donna; per aver utilizzato una figura femminile realistica,** non patinata, completa, che lavora, fa sport e sa anche lasciarsi andare al piacere di un buon bicchiere di birra”.

*“Siamo molto soddisfatti di aver ricevuto il Premio Immagini Amiche -* commenta **Filippo Terzaghi, direttore di AssoBirra.** *La protagonista di questa campagna, con cui siamo tornati a fare comunicazione dopo tanti anni, è effettivamente una donna moderna, indipendente, ironica, impegnata, che anche nella vita frenetica di tutti i giorni riesce a ritagliarsi dei momenti di piacere e socialità, in cui il gusto della birra è complemento perfetto. L’obiettivo di questa campagna è fare cultura di prodotto, sfatare alcuni luoghi comuni ma anche spiegare alle giovani adulte che il consumo ̶ sempre e solo prudente e consapevole ̶ di birra può essere compatibile con uno stile di vita moderno, equilibrato e attivo”.*

La campagna è on air da metà febbraio su stampa, outdoor, media online e sulle principali piattaforme social. AssoBirra la porterà avanti per tutto il 2015 integrando l’advertising con attività di PR. Infatti, “Birra io t’adoro” vive anche su un blog ([birraiotadoro.it](http://www.birraiotadoro.it)) e 5 profili social (Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest e Instagram) per contribuire a farne conoscere la storia e raccontare la cultura della birra.

Come tutte le iniziative di comunicazione promosse in questi anni da AssoBirra, la campagna promuove una cultura della birra ispirata a un consumo moderato, consapevole e responsabile. Ed è quindi specificatamente rivolta ai maggiorenni, che possono scegliere se acquistare e consumare legalmente le bevande alcoliche.

La creatività della campagna è dell’agenzia Mensch di Copenhagen. MediaVest è stata coinvolta per la pianificazione e il media buying, mentre il piano PR è seguito dall’Istituto Nazionale per la Comunicazione - INC.

**Ufficio stampa AssoBirra**

**INC** – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Matteo De Angelis Tel. 334 6788708 – m.deangelis@inc-comunicazione.it

Federica Gramegna Tel. 373 5515109 – f.gramegna@inc-comunicazione.it