



“Due belle notizie: i vostri figli tornano a scuola e il loro giubbino costa solo 9,95 euro”. La nuova campagna di Diaframma Advertising per **Piazza Italia** affronta il back to school con beffarda irriverenza. Genitori pronti all'autoscatto si immortalano con sorrisi smaglianti insieme ai figli di pessimo umore. Un punto di vista inedito quanto efficace, che illustra il lato scomodo del rientro con l'umorismo pungente tipico della comunicazione del brand. Se il selfie è il ritratto consacrato del nostro tempo, sdoganato sui social come nella pubblicità, la campagna di Piazza Italia ironizza sulle contraddizioni che spesso trapelano da questa mania. Un momento degno di essere ricordato, come quello dell'inizio dell'anno scolastico, è vissuto con sentimenti opposti dai genitori fieri e sollevati e dai bambini tristi per la fine delle vacanze.

Persone comuni protagoniste anche nel fashion dedicato agli adulti: uomini e donne dalle facce basite, fotografati al volante dell'auto o a tu per tu con una vetrina. “Questo sei tu quando scopri che le nostre camicie costano solo 10,95 euro” recita uno dei soggetti. Una campagna che fa sorridere proprio in virtù dell'effetto-specchio che il visual suscita in chi lo guarda. Nuovi supporti e tecnologie hanno reso i volti di ognuno di noi icone riconoscibili e condivise con il mondo intero, rendendo il quarto d'ora di celebrità solo un feticcio di anni lontani. Diaframma ha scelto di giocare su questo protagonismo generalizzato per ideare una campagna perfettamente in linea con l'esprit du temps.

Hanno lavorato alla campagna, con la direzione creativa di Stefano Ginestroni, gli art directors Camilla Catrambone e Donato Colangelo e la copywriter Lisa Cecconi. Le fotografie sono di Rocco Bizzarri.

La campagna sarà on air a partire dal 10 agosto sui principali magazine e in outdoor dal 22 settembre.