TEMPO ROMA
Dir. Resp.: Franco Bechis
Sezione: CONSIGLIO REGIONALE
Tiratura: 28.136 Diffusione: 16.658 Lettori: n.d.
Edizione del: 17/11/19
Estratto da pag.: 14
Foglio: 1/1

Il caso

Il Pd in crisi se la prende con Pitran

••• Polemica per l'ultima campagna pubblicitaria di Pitran, griffe di abbigliamento dedicata alle taglie overizie. «T'abbacchi a Natale? Taglie forti, prezzi slim», recita il claim, proprio accanto all'immagine di una donna oversize vestita con un body rosa e orecchie da coniglietta. Il messaggio promozionale arriva da Pitran Donna, storico negozio di abbigliamento per taglie extralarge della Capitale, che ha deciso di puntare su un'immagine diretta e su un'espressione che strizza l'occhio alla parlata locale, con il termine «abbacchiarsi» utilizzato nella sua doppia accezione: intristirsi o prendere qualche chilo, proprio durante le feste. Un approccio, però, che a qualcuno è sembrato eccessivo e che non ha mancato di sollevare polemiche. Come quella di Eleonora Mattia del Pd, presidente della commissione Pari opportunità della Regione Lazio, che ha definito la campagna «meschina e inopportuna» e ha invitato la sindaca Raggi a far coprire i manifesti. Ma Fabrizio Piperno, titolare del negozio di abbigliamento, è di tutt'altro avviso e difende lo slogan: «Volevamo una campagna fuori dal convenzionale - spiega - che mostrasse l'autoironia con cui moltissime donne sanno vivere la propria taglia forte senza sentirsi per questo meno belle o meno attraenti». Secondo Piperno il messaggio andrebbe proprio nella direzione opposta rispetto alle critiche.

Peso: 21%

071-131-080
Telpress
Servizi di Media Monitoring
Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.