

# Che cosa è la pubblicità?



*Con pubblicità si intende quella forma di **comunicazione** di massa usata dalle imprese per creare consenso intorno alla propria immagine, con l'obiettivo di conseguire i propri obiettivi di **marketing**.*

*wikipedia*

La pubblicità nel senso di essere Pubblico e Visibile è l'ideologia del capitalismo comunicativo.

Un passo nel passato. Solo nel 1630 nasce un vero e proprio servizio pubblicitario. Il parigino Renaudot ebbe l'idea di aprire un ufficio e fondare una gazzetta per raccogliere e pubblicare annunci pubblicitari a pagamento.

L'esempio venne seguito vent'anni dopo in Inghilterra, dove nasce un almanacco sulle stesse orme.

In Italia la pubblicità arriva nel 1691 su un **almanacco** veneto e pubblicizza "l'Acqua della Regina d'Ongharia".



MERCURIUS AVLICVS,

Communicating the Intelligence and  
affaires of the Court, to the  
rest of the KINGDOME.

From Aprill 6. to Aprill 13. 1645.

SUNDAY. April 6.



He Rebels this *Easter* have excommunicated themselves; for lately when the *Assembly* presented their *Dirrellory*, the Members excepted against that particular which debarrs certaine persons from receiving the *Communion*, allcedging it was expressed in too generall termes of *Scandalous* and *Ignorant*; therefore they voted that the *Assembly* should explaine whom they would have accounted *Ignorant* or *Scandalous*; The *Assembly* (the *Members* *Jourymen*) returned to their *Worke-houle*, and there laying their great heads together, (as well the *Preachers* as those in *Holy Orders*) drew up a *Character* of the *Ignorant* and *Scandalous*, and brought it to the *Members*: In this *Character* they insisted much upon examination concerning the *Trinity*, so as *Master Selden* stood up and said, *he was confident there were not Ten in the Assembly but might be posed in That themselves*. The *Houses* being resolved into a *Committee* presently passed two votes, First, *That such persons as are grossely ignorant shall not come unto the Sacrament*; Secondly, *That such persons as are grossely scandalous shall likewise be debarrd*. We will not say the

Mercurius Britannicus

La pubblicità che ci porta ai giorni di oggi, nasce con la rivoluzione industriale, quando l'aumento della produzione, la varietà dei prodotti e la concorrenza fra imprenditori impongono una maggiore informazione dei consumatori.

La prima grande rivoluzione nella pubblicità avvenne il 28 agosto 1922,

quando la stazione radio americana AT&T trasmise il primo radio comunicato pubblicitario della storia: **durata 10 minuti**, sponsor la Queensboro & Co, che vendeva appartamenti in un quartiere di New York.

Negli anni '30 cominciano ad essere utilizzati i **jingle** o sigle, che poi verranno ripresi a partire dagli anni'50 negli spot televisivi.

Il 3 febbraio 1957 in Italia arriva il programma giornaliero **Carosello**. Andava in onda dopo il telegiornale della sera, era

un contenitore di 5 **spot** abbastanza lunghi, studiati come piccole storie, intervallati da un siparietto.

Dopo vent'anni di repliche dal 1977 fu sostituito dagli attuali spot molto più brevi, **tra i 7 e i 60 secondi**, diffusi nell'arco dell'intera giornata.

## **E oggi?**

Da qualche anno la pubblicità si sta trasformando. Sempre meno secondi, veloce, aggressiva ma soprattutto ti insegue. **Siamo nell'era digitale** e così se fai una ricerca o guardi una notizia, i sistemi ti iniziano a seguire e ti propongono sempre di più informazioni e pubblicità personalizzate. Saltando da un sito all'altro, da un app all'altra .. Toc... ti ritrovi la pubblicità iniziale con un nuovo messaggio, sempre più vicino e convincente.

## **Ci vuole una strategia!**

Non è una domanda. Ma un dovere capire i punti che seguono per poter parlare di pubblicità ed ottenere una efficace strategia di comunicazione:

- Definizione degli obiettivi. Cosa vogliamo?
- Analisi dei **punti di forza** e di debolezza del prodotto
- Definizione del target ovvero del gruppo di consumatori a cui rivolgersi
- Definizione dei tempi e del **budget** quindi delle risorse economiche a disposizione
- Scelta dei **canali comunicativi** televisione, radio, giornali... **social network**
- Definizione e contenuto del messaggio e dell'immagine che si vuole comunicare

***E non dimentichiamo la creatività.***