

Consiglio Nazionale del Notariato

COMUNICATO STAMPA

“CARO NOTAIO...”: I NOTAI PIU’ VICINI AI CITTADINI CON UNA CAMPAGNA ALL’INSEGNA DELL’IRONIA

Roma, 22 maggio 2006 – Parte oggi la campagna di comunicazione istituzionale del **Consiglio Nazionale del Notariato**, vertice della categoria dei notai, primi fra i professionisti italiani a promuovere la propria attività professionale attraverso una campagna di immagine.

La campagna è stata realizzata dall’agenzia Armando Testa Milano e prevede spot radio, banner e annunci stampa. Fino a fine luglio si alterneranno quattro soggetti, declinati per i diversi mezzi, che puntano sull’ironia per veicolare messaggi di vicinanza, fiducia ed efficienza.

Il visual del soggetto creativo, realizzato da Marco Calaprice e Matteo Natale (copy) e Lara Turco (art), sotto la direzione creativa di Michele Mariani, ritrae volti di persone comuni che si rivolgono idealmente al proprio notaio di fiducia con una lettera aperta.

Utilizzando parole semplici e colloquiali la campagna racconta al pubblico, attraverso una vena ironica sintetizzata nell’incipit delle lettere (“*Caro notaio...*”), le principali aree di competenza dei notai, ai quali si invita a rivolgersi con fiducia per un consiglio autorevole ed evitare spiacevoli sorprese.

Le quattro headlines: “**Caro notaio, la credevo più caro**”, “**Caro notaio, ci parla lei con mia suocera?**”, “**Caro notaio, io vorrei un figlio**”, “**Caro notaio, mettiamo su casa insieme**”, fanno riferimento all’attività quotidiana dei notai, che accompagnano cittadini e imprese in alcune fra le tappe più importanti della vita: dall’accensione di un mutuo all’acquisto di una casa, dagli assetti familiari a quelli societari.

La caratteristica propria del notaio, pubblico ufficiale e professionista, che cura l’interesse delle parti, ma, per sua funzione, in una posizione di imparzialità, è sintetizzato nel payoff “**Il notaio: dalla tua parte, sopra le parti**”.

Tutti i soggetti rimandano al sito istituzionale del Consiglio Nazionale del Notariato (www.notariato.it) per informazioni e approfondimenti.

La campagna è stata fortemente voluta dal Presidente del Consiglio Nazionale del Notariato, **Paolo Piccoli** che, dal suo insediamento al vertice del notariato, ha sottolineato l’importanza della comunicazione per migliorare la percezione della categoria: “I notai svolgono una funzione pubblica con l’efficienza di liberi professionisti; hanno una preparazione solida e sono sottoposti a regole deontologiche ferree. Purtroppo, a chi viene nei nostri studi, non sempre siamo stati capaci di comunicare il valore aggiunto del nostro lavoro, spiegando cosa c’è “*dietro alla firma*”. Da alcuni anni abbiamo avviato una attività di informazione rivolta a un pubblico ampio; con questa iniziativa vogliamo ricordare a cittadini e imprese che rivolgersi per tempo a un notaio può significare risparmiare tempo e denaro e, molto spesso, evitare cause lunghe e costose”.

La pianificazione è a cura di Media Italia per stampa e radio e di TestaWebEdv per la campagna banner. La campagna sarà veicolata su tutto il territorio nazionale attraverso i principali quotidiani nazionali e locali, i periodici di informazione, le maggiori emittenti radiofoniche e i più importanti portali web.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Consiglio Nazionale del Notariato

Annalisa Bassi tel. 02/70006237 fax 02/76005755 annalisa.bassi@closetomedia.it