Condannata dallo IAP la pubblicità che doveva promuovere l'intimo autunno inverno 2004 di Parah: Federica Fontana fotografata da Francesco Chiappetta troppo simile ad un'adescatriceIl presidente del Comitato di controllo dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha sanzionato la campagna pubblicitaria di Parah, apparsa su alcuni cartelloni pubblicitari nella città di Milano, ritenendola manifestamente contraria agli artt. 10 (Convinzioni morali, civili, religiose e dignità della persona), 11 (Bambini e adolescenti) e 1 (Lealtà pubblicitaria) del Codice di Autodisciplina.

I manifesti, esposti al pubblico in grande formato, mostravano in primo piano, su sfondo scuro, il corpo di una donna adagiata su un fianco seminuda in posizione di profferta e agghindata con vistosa lingerie nera, guanti bianchi, tacchi gialli a spillo e sulle spalle una coda di struzzo, che guarda provocatoriamente lo spettatore.

Ad avviso dell'organo di controllo autodisciplinare, l'immagine, anche in relazione alle sue dimensioni e al contesto nel quale era stata ubicata, risultava offensiva per la dignità della donna, in quanto la figura femminile, esposta al pubblico, come in una grande vetrina, e raffigurata come mera adescatrice, era strumentalizzata per indurre pulsioni sessuali nel pubblico maschile alla stregua di un oggetto da usufruire.

Certo resta indiscussa la difficoltà di realizzare una campagna adeguata se si deve promuovere una collezione di indumenti intimi…ma ci viene da chiedere….la creatività, quella vera, quella che non si accontenta dello scontatissimo provocare e sedurre, dove è finita?