

# ועכשיו במבצע

- אתה הצרכן: בסופו של דבר, בוחר בטוב ביותר עבורך.
- היצרנים: מנסים לייצר את הטוב ביותר עבורך... ועבורם.
- הפרסום: מביא מוצרים לידעתך, נוהג לך אפשרות לבחור.
- אתה: בחרת?
- היצרנים: מתחרים על בחירתך.
- המוצרים: משתפרים.
- המבחר: גדל.
- המחיר: יורד.
- הפרסום: מציג לבחירתך.
- אתה: בוחר בטוב ביותר עבורך.

זה כח. כח הבחירה שלך.



## פרסום-כח בחירה.

**האיגוד הישראלי לפירסום** הינו האיגוד המקצועי המוכר והיציג של הפרסומאים. בין מטרתיו שנועדו לחזק את ענף הפרסום: חקיקת חוק פרסום כולל המסדיר את מקצוע הפרסום - חוק פרסום אשר יגדיר את זכויותיו וחובותיו של משרד הפרסום כלפי הצרכן. המפרסם וצינור הפרסום. עד לחקיקה קבע האיגוד כללי אחיקה והתנהגות המחייבים את כל חבריו. חברים אשר יפרו כללים אלו עלולים לעמוד לדין בפני ועדת בורות משפטיה ומחייבת. אדמון, אוקיי, אטלינגר-דנצינגר, אל בוסתאני, אלעזר פרסומאים, אריאלי, באומן-בר-פרס, בינו-ליניאל, גיתם מערכות תרמית, דנש, דרורי-שלומי, ורשבסקי-פירליך-דובר, טמיר-כהן (יעקובסון), פרוקו את דן, ליכטנזון, מלניק, פ.ב.ס., פוגל, פרסום נצרת, פלד, פרסום צורה, ראובני-פרידן, קשר בראל, קרמון, שירה מאיר שקולניק, שמלוך רבן, תוצאות.

