

PUBBLICITA'

Sexy o riciclato: quando è Natale ogni spot vale

EDITORIALI

22_12_2014



Vabbè, anche gli spiriti più integralisti e rigorosamente fedeli all'autentica tradizione, quella del presepe, della capanne e della stella dei Magi che mal sopporta la condivisione degli spazi con l'albero di colorate palle rivestito, se ne facciano una ragione. Sul Natale non ci sono esclusive e tutti ci possono mettere le mani, senza pericolo di incorrere in fulmini divini o essere stramaledetti da fatwe ayatollesche. Così,

Natale è anche comprare, di più sprecare e dissipare nel nome della Santa Uscita dalla Crisi, della Ripresa del Sacro Consumo e della Rinnovata Fiducia nell'italico Stellone, diventato, per l'occasione, improbabile cometa.

Lo sa bene la pubblicità che in questi ultimi giorni di rush consumistico sta usando a manetta il marchio non brevettato di alberi e presepi, disponibile a ogni contraffazione del Buon Natale, declinato in tutte le lingue e languidi spot, spottini e spottoni. Un tripudio di renne, slitte, fiocchi candidi, rossi babbi e jingle bells da mattina a sera. Una volta l'anno, la Santa Pubblicità non si vergogna di nominare Dio invano. Si mettono l'aureola anche le più laiche delle factory, aziende e holding che per il resto dell'anno sfogliano un'altra bibbia. Massì, il povero Gesù Bambino non dovrebbe prendersela più di tanto se ad augurare *Love Christmas* è quella gran figliola, top model come Emily Ratajkowski, in reggiseno, tanga e guepière rosso fuoco dello spot Yamamay. Sulle note di *Fade Out Lines* di *The Aveners*, la hit del momento, Emily si muove sensuale con la videocamera interpretando perfettamente l'icona della sexy cometa. Pubblicità mica tanto casta (e come potrebbe?), anzi decisamente osée e pure un tantino puttanesca. D'accordo, la carne non è nemica del Mistero, anzi ne è lo strumento. Ma con quel corpo il pensiero sprofonda a mille miglia sotto il cielo. Ma non è la sola sorpresa di quest'anno.

Il Bambinello esce dalla capanna povera e fredda e si accomoda nei sedili caldi della Citroen: nel presepe francese i magi arrivano con la Picasso e portano in dono l'Iva e lo sconto fiscale. Anche Fiat a Natale pensa alle famiglie: offre ben 1500 euro di extrabonus sulla nuova 500 e promette cadeaux firmati Disney. Se bastava una mangiatoia a Maria e Giuseppe, Ferrarelle, l'acqua che non è né liscia né gasata, gioca al ribasso e regala alla coppia di Betlemme un'austera capanna di plastica, con bottiglie usate. Natale la festa del riciclo e della raccolta differenziata, non si butta via niente tranne il Bambinello. Con i quattrini risparmiati, vi potrete così permettere un nuovo telefonino. Scendono dalle stelle, con tutte le suonerie che volete, internet 2 giga, 100 minuti veri e sms illimitati a 10 euro al mese. Se Wind si affida all'agente segreto Fiorello, 3 Italia via fa gli auguri con Mika, l'inquietante pop star androgina che nella vita, dice, ha cambiato tutto: casa, lavoro, famiglia (forse, date le effeminate movenze, anche sesso). E adesso è finalmente pronto a cambiare smarphone. Davvero coraggioso il tipo.

Sky chiede scusa ai bambini: quest'anno Babbo Natale non porterà doni perché impegnato a guardarsi tutti i canali di Murdoch e a scolarsi birra a fiumi. Per far fuori il Natale non c'è bisogno del Califfato, basta la televisione. Pure Coca Cola rinuncia, per lutto, al suo storico Santa Claus. L'attore John Moore se n'è andato a 86 anni, dopo aver

prestato per anni la sua faccia alle bollicine della Coke. Al suo posto, il colosso del beverage ripiega su una bottiglia mai vista: basta sollevare un'estremità dell'etichetta per scoprire il nastro argento che si cela sotto: un "Fiocco Magico" da regalare alla persona del cuore. Con *The Song*, Apple punta invece sulla nostalgia: protagonisti una nonna, la nipote e Garage Band, l'applicazione delle meraviglie. Nello spot una ragazza trova un vecchio disco registrato dalla nonna per il marito, partito in guerra per liberare l'Europa. Dopo aver trasferito il brano sul proprio computer, la giovane impara a suonarlo per dare vita a un duetto e invita la nonna ad ascoltarla. Sospiri, lacrime e un "Happy Holidays" a tutti. Un dubbio: vuoi vedere che la nonnina è invece la mamma della lagnosa ragazza? Dopo aver saputo che la casa di Cupertino offre in benefit alle sue dipendenti ovuli congelati e maternità post datate, il sospetto è legittimo.

Nell'alto dei cieli brilla lo sciccoso spot di Hermès de Paris. Dalla slitta trainata

da due elegantissimi cavalli, cadono sulla città leggerissimi e costosissimi foulard colorati. La maison avrebbe voluto pure offrire un caldissimo cappottino misto cachemire e mohair al Bambin Gesù, ma le regole sulla sponsorizzazione del presepe non l'hanno consentito. Sussurrano, nell'ambiente delle boutique di Place Vendome, che l'accordo sia saltato per colpa del diretto concorrente: quel Cartier che con atto di snobismo estremo ha cancellato il Natale, fino a farlo scomparire. Nulla, neppure un alberello, un père noel, una slitta a ricordare l'evento del 25 dicembre.

Nell'aconfessionale spot 2014, c'è posto solo per le iconiche pantere che si rincorrono tra le nubi sopra Parigi. Tra un salto e un agguato spingono sulla Terra tantissimi red box firmati Cartier. Ciao ciao Bambingesus: i cartieristi dal 24 dicembre vanno direttamente al 31, senza passare da Betlemme.

Eppure spirito del Natale appartiene ai poveri, dice il Vangelo e così lo vedono anche le Tre Marie.

Attenzione, la madonna non c'entra: il nome è quello di una fabbrica milanese di panettoni, un "lusso accessibile" a tutti. Anche a chi ha ricevuto lo sfratto. Ambientato in una magnifica villa, lo spot ci porta in un mondo aristocratico, elegante ed esclusivo. Ma a rovinare la festa è in corso un pignoramento: quadri, statue, mobili antichi e tappeti, perfino un'auto d'epoca, vengono portati via sotto lo sguardo severo di un ufficiale giudiziario. Seguiamo un maggiordomo attraversare tutte le stanze della grande villa portando un panettone che metterà in tavola per la famiglia di ex milionari sul lastrico che, nonostante tutto, sorridono ancora felici. Viene anche da pensare che magari hanno ben altri beni alle Isole Cayman e che se ne sbattono se la loro fabbrichetta ha chiuso mandando a casa i dipendenti. O invece no. L'allegria ha un fondamento nell'eterno: Gesù è nato e questo basta per sentirsi bene? Ma va: ciò che conta, ci canta lo spot, è avere il panettone per eccellenza, «Tre Marie, un classico della

tradizione». Viene voglia andare a cercare uno di quei Babbo Natale che si arrampicano sulle finestre, innaffiarlo di benzina e bruciarlo sul posto.