



La pubblicità del nulla

Raffaele Miraglia

Trent'anni fa, nel 1994, il Festival Internazionale della Pubblicità di Cannes assegnava il primo premio a una pubblicità italiana. Era la prima volta e, cosa ancora più notevole, era la prima volta che veniva premiata una serie di spot che non pubblicizzavano un prodotto. Una pubblicità senza un prodotto da vendere non si era mai vista. Premiarla, poi! E quegli spot, per di più, non erano destinati a un pubblico di nicchia, ma passavano continuamente nelle televisioni italiane. Erano un vero e proprio tormentone, tanto che lo slogan della pubblicità divenne una frase utilizzatissima dagli italiani. Un aspetto paradossale e quasi beffardo per i pubblicitari.

L'agenzia di Armando Testa aveva realizzato alcuni episodi-spot (alla fine saranno diciotto), tutti ambientati in un fortino nel deserto del Sahara (in realtà erano state usate le Cave della Magliana a Roma). Di fronte a un plotone di esecuzione, il condannato a morte esprimeva il suo ultimo desiderio, fare una telefonata, e il comandante del plotone gli faceva portare un telefono (fisso, ovviamente). Partiva la telefonata e il condannato non la finiva più di parlare. Non si sentivano le voci degli interlocutori, ma si intuivano le loro parole dalle risposte che il condannato forniva. Il plotone di esecuzione si sfiancava e si addormentava. A volte il loro comandante interloquiva, a gesti, con il condannato sul contenuto della telefonata.

“Una telefonata allunga la vita” non pubblicizzava un bel nulla perché all'epoca esisteva per legge un solo gestore telefonico (la SIP), che non aveva dunque nessuna esigenza di pubblicizzare il proprio prodotto. Il telefono, poi, insieme alle lettere e alle cartoline, era il mezzo che da anni tutti già usavano per comunicare (molto di più dell'ormai dimenticato fax). Se vogliamo, quella pubblicità serviva solo a incentivare ulteriormente l'uso del telefono.

Per chi non l'ha mai vista, si trovano nella rete alcuni degli episodi, tutti ancora gustosissimi da vedere e ascoltare. Anche l'episodio finale, dove il condannato fugge, portandosi via il telefono.





faronotizie.it

Webmagazine internazionale di informazione

Trent'anni dopo, rimane un unicum quel prestigioso inaspettato premio a una pubblicità-non pubblicità così come quella indimenticabile serie dove Massimo Lopez dava il meglio di sé su testi che superavano ogni aspettativa nel riprendere ironicamente le più classiche banalità di cui la gente si riempiva la bocca al telefono.

Non poteva mancare, lo scorso Natale, dopo trent'anni dall'andata in onda del primo degli episodi-spot, un breve e simpatico ricordo messo in rete dall'Agenzia Armando Testa. Se siete curiosi, potete vederlo su:

<https://www.youtube.com/watch?v=jANJEPYZrKs>