

Piove. Lei guida rilassata ma attenta alla strada, un occhio sempre vigile anche allo specchietto retrovisore. Dietro il bambino, ben legato sul suo seggiolino, dorme il sonno profondo e tranquillo di chi è sfinito dopo una giornata intensa. La vettura procede ad andatura medio-veloce senza sobbalzi, confortevole ed aderente alla strada. All'improvviso dietro una curva l'imprevisto si materializza in un piccolo riccio - uno dei mammiferi più lenti dell'universo faunistico. Lei lo vede, frena e la vettura si arresta in uno spazio ridottissimo nonostante l'asfalto bagnato. I quattro Continental artigliano il manto stradale, il riccio si trascina sano e salvo dall'altra parte della strada e il bimbo dorme ancora.

E' questo il motivo dello spot pubblicitario di Continental in onda in questi giorni sulle principali emittenti televisive europee. "Frenare al meglio è decisivo. Conta su di noi. Sempre" cita il messaggio italiano dello spot, che fa eco al concetto internazionale "Quando conta la frenata, tu puoi contare su di noi".

Creare una informazione stampa generalmente comporta la messa a punto dei temi con i responsabili del marketing e del settore tecnico, da cui scaturisce poi la traccia dell'argomento che si vuole comunicare. E' compito dell'addetto stampa "tradurre" i suggerimenti in contenuti che stimolino l'interesse del destinatario della comunicazione. A volte però succede tutto il contrario.

E' quanto è accaduto ad Alberto Bergamaschi, Press & PR Manager di Continental Italia SpA, qualche giorno fa, a casa, davanti alla televisione, mentre passava lo spot di Continental, visto e rivisto in fase di elaborazione fino alla noia, ma mai 'interpretato' con occhi diversi dall'addetto ai lavori. Bergamaschi così ci racconta la storia: "Passa lo spot, mia moglie lo guarda per la prima volta, le si stampa un sorriso sulle labbra e le brillano gli occhi: "Che meraviglia, Continental salva il ricetto!" Eh certo, lo abbiamo fatto noi lo spot... "Che bello, se non sapessi di avere già le gomme Continental, le andrei subito a comprare. Veramente bravi, che bell'esempio, che bell'insegnamento!". Per chi non lo avesse ancora intuito, la moglie di Bergamaschi è insegnante.

Quello che Bergamaschi ci tiene a sottolineare è che la filosofia che sta dietro a queste suggestive immagini va al di là del messaggio in senso stretto. "A monte - ci dice - c'è tutta una storia, un messaggio educativo che ha una valenza intensa fuori da qualsiasi implicazione di carattere pubblicitario: il rispetto per la natura, per gli animali anche più semplici ed umili. Quante volte abbiamo visto sull'asfalto cani, gatti, ricci e altri animaletti travolti dalle ruote arroganti di chi della strada fa un uso troppo esclusivo? E' certo una non facile impresa cercare di insegnare a questo genere di automobilista il rispetto della natura, ma se nessuno mai incomincia, l'impresa diventerà sempre più ardua".

© riproduzione riservata
pubblicato il 6 / 05 / 2011