

UNA DISCUTIBILE CAMPAGNA

In passerella

FUORI SCHEMA

16_06_2018



Donne che scendono da una nave con alcuni bambini dopo essere state soccorse da una nave nel Mediterraneo. Accanto a loro, ad aiutarle a sbarcare, altre donne. Che quadretto commovente e di forte impatto sociale. Non è solo una foto di cronaca, ma è una pubblicità comparsa questa mattina a doppia pagina su Repubblica.

Committente? Benetton, che compare infatti in basso con il suo marchio. Hanno

vestiti colorati e sgargianti, forse il messaggio è questo. O forse è l'United Colors of, nel segno del multiculturalismo. Peccato che il problema degli sbarchi sia ben più complesso del consolatorio messaggio che si sia tutti uguali e tutti diversi.

Mah... la cronaca entra nell'advertising, il marketing si fa strumento di denuncia sociale. Troppo facile, davvero troppo facile.

Non starei qui a fare disquisizioni di sorta su come il linguaggio e le immagini e il terzo mondo e bla bla bla. La foto è stata scattata da una fotoreporter che l'ha venduta all'Ansa. E' riferita allo sbarco dei 900 migranti a Catania dalla nave Diciotti il 13 scorso.

Solo una cosa, ai signori di Rep che hanno accettato la doppia pagina dell'investitore pubblicitario e anche agli stessi signori della casa di moda che l'hanno, presumibilmente pagata.

Visto che il fine ultimo di un brand è quello di vendere, ci dicano di grazia, se quelle povere donne e quei poveri bambini ritratti in foto sono almeno stati avvertiti che i loro volti sarebbero diventati quelli dei testimonial di una campagna pubblicitaria. E se sì, hanno dato il consenso?

E magari, riceveranno personalmente anche un centesimo di guadagno rispetto a quello che Benetton incasserà facendo venire i lacrimoni a tutti prima di andare a guardare la vetrina? Non dico i cachet delle modelle che di solito si ingaggiano per queste campagne, ma almeno un gettone per il disturbo.

O se no, signori, ci dite cortesemente: se questo non è sfruttare i poveri disperati, cos'è allora?