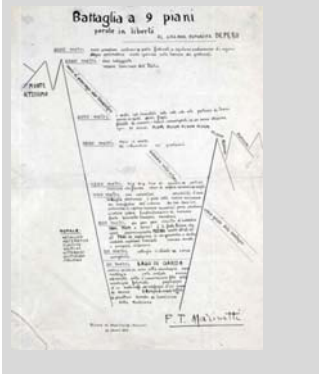


## Artigianalità contro volgarità

di Mariano Bonavolontà



L'odierno panorama degli spot pubblicitari ci ha abituati a

vedere prodotti avvolti da un'aura di sensualità anche laddove essa ne è il prototipo. Il motivo è piuttosto palese: conquistare il pubblico. Alcune categorie commerciali sono particolarmente assuefatte da questa prospettiva nelle proprie campagne di comunicazione, in particolare quelle dell'abbigliamento e dei profumi. Per quest'ultima tipologia di prodotti, sembra che difficilmente sia possibile comunicare un prodotto cosmetico senza spingere sull'acceleratore della sensualità.

Tuttavia, la categoria merceologica dell'*underwear* è apparsa, nelle ultime campagne di grandi *player* in questo settore, piuttosto lontana da un esplicito riferimento ai temi della sensualità anche se, per loro natura, sarebbero i più "giustificati".

Già la Yamamay si era schierata sul piano politico-sociale con la bella pubblicità "Ferma il bastardo", slittando la sua campagna corporate su un tema delicato quanto necessario dato che, per sua mission, il mondo di questa azienda è vicino a quello delle donne.

La nuova campagna 2013 del "Reggiseno perfetto" di Intimissimi dimostra una delicatezza ben studiata. Il concetto al quale punta è quello dell'artigianalità, sostituendo il campo della sensualità con quello del made in e della sartorialità.

La promozione di questo nuovo prodotto avviene attraverso una comunicazione che raccoglie, come un grande brainstorming, le iconografie chiave dell'artigianalità, patrimonio intangibile dell'economia italiana di cui tanto si parla (a volte, purtroppo, in maniera vacua): pizzo, rocchetti che cadono, forbici da sarto usate che tagliano un nastro di raso, l'ago, una cruna di un ago professionale, un portaspilli, l'immancabile metro a centimetro giallo dei sarti ed il loro gessetto. Si viene a creare un campo semantico ed iconografico che rimanda alla sartorialità, al fatto-su-misura, elementi solitamente al centro delle campagne di alcuni marchi di moda (soprattutto maschile) che sono, questa volta, offerti in maniera innovativa, poiché trasportati nel campo dell'*underwear*.

E la sensualità? È sempre presente ma, questa volta, vestita di maggiore eleganza