

Lo spot preferisce Hollywood

In Italia le grandi aziende scelgono quasi sempre le star americane come testimonial. Ne abbiamo interpellate 4 per capire perché. E tra un ciak e l'altro ci siamo fatti raccontare anche qualche simpatico aneddoto su Brad Pitt, Kevin Costner, Dustin Hoffman e Richard Gere

Alice Torelli



In alto, spezzone dello spot realizzato dall'attore Kevin Costner per il calzaturificio Valleverde. Qui sopra, Armando Arcangeli, presidente di Valleverde

Famosi in tutto il mondo per i loro film da incassi record, i divi hollywoodiani sono sempre impegnati. Conferenze, anteprime e serate mondane. Non tralasciamo gli spot pubblicitari, che gli hanno conferito grande notorietà anche nel nostro paese. Come dimenticare l'affascinante Ambrogio, interpretato dall'attore Richard Gere? O Brad Pitt nelle vesti di un futuro sposo. Master Meeting ha indagato sugli spot nostrani che hanno come protagonisti le star americane.

Ai piedi di Kevin Costner

Iniziamo dall'azienda emiliana **Valleverde**. Impossibile non ricordare il protagonista di "Balla coi lupi" in versione cittadina. Lo spot, realiz-

zato dalla casa di produzione Movie Magic International, è stato diretto negli Paramount Studios dal regista Zack Snyder. Sullo sfondo una New York trafficata e come colonna sonora "Love is in the air" di Jean Paul Young. Kevin Costner, bloccato in taxi, guarda fuori dal finestrino. Lo sguardo si sofferma su un bambino che sta muovendo i suoi primi passi. Subito il divo esce dalla vettura e, al grido di «camminate con me», invita le altre persone a fare lo stesso. In pochi secondi, al suo seguito appaiono centinaia di uomini e donne. Un messaggio chiaro e semplice. Camminare in libertà in una "valle verde". Parliamo con Armando Arcangeli, presidente Valleverde. «Da molto la nostra azienda segue la strada del testimonial famoso. Con un'escalation per quanto riguarda la notorietà dei personaggi». Ricerca di un divo d'eccezione quindi. «La scelta è caduta su un attore americano per accreditare la validità dei nostri prodotti nei confronti degli italiani». Ma perché proprio Kevin Costner? «Evoca razionalità e sentimento, allo stesso tempo ha una particolare relazione con tutto ciò che è natura». Lo spot presenta infatti un uomo che "abbandona" le auto per riscoprire il piacere di camminare a piedi. «Lui era perfetto per quello che volevamo comu-

nicare». Non sarà stato facile contattare un attore di questo calibro. Prosegue Arcangeli: «infatti, ci siamo rivolti all'agenzia pubblicitaria e alla casa di produzione che aveva un canale privilegiato con i divi di Hollywood». Siamo curiosi di sapere com'è stato lavorare con Costner. «Straordinario. L'attore si è rivelato un grande sotto tutti gli aspetti, anche fuori dalle riprese». Qualche chicca sul set? «Una fatto divertente è che un divo pluripremiato come Costner, alla fine di ogni scena mi chiedeva se aveva recitato bene». Sembra una cosa dell'altro mondo, ma anche questo significa essere dei professionisti. Chissà quanto sarà stato stanziato. Conclude il presidente: «diciamo che per noi è stata un'ottima operazione».

Dustin Hoffman Laureando nell'arte del caffè

Passiamo ora a uno spot in onda sulle nostre reti da settembre. Si tratta del più famoso "Laureato" di tutti i tempi che prende lezioni di caffè a casa Vergnano. Dustin Hoffman si presenta inaspettatamente alla porta del "Maestro del caffè" (interpretato dall'amministratore delegato Franco Vergnano) per apprendere tutti i segreti della preparazione della bevanda. Gli episodi presentano l'attore alle prese con diverse lezioni. Divertente l'interrogazione dove Hoffman seduto davanti ad alcune tazzine, fatica a distinguere i diversi tipi di caffè. Chiediamo a Francesca Vergnano qualche curiosità. «La nuova campagna televisiva nasce dall'intento di arricchire il valore della marca, in un momento di forte slancio e rinnovamento dell'immagine aziendale». E perchè proprio l'attore Dustin Hoffman? «Con



un testimonial di prestigio come lui miriamo a distinguerci nel panorama pubblicitario della categoria». Il processo di scelta dei candidati è durato a lungo. E Dustin Hoffman si è aggiudicato la vittoria «per la sua capacità di trasmettere quei valori di autenticità e qualità che sono alla base della nostra filosofia aziendale». Siamo curiosi di sapere del primo impatto. Prosegue Francesca Vergnano: «si è rivelato un grande uomo e professionista». A quanto sembra il lavoro non è stato faticoso. «Mr. Hoffman e Franco Vergnano sono entrati subito in sintonia, c'è stato feeling tra tutti». E l'attore americano ne ha approfittato anche per perfezionare la dizione italiana. Non saranno mancati i divertimenti. «Sul set Hoffman non ha perso occasione per farci sorridere, con battute e gag che hanno spezzato il ritmo intenso delle riprese». Sarà riuscito il Laureato a ottenere l'attestato di "conoscitore doc di caffè"? ▶



In alto, Dustin Hoffman "allievo di miscela" per il Caffè Vergnano. Qui sopra, Francesca Vergnano



Ancora grossi nomi di Hollywood per gli spot delle aziende italiane. In alto, Brad Pitt per Damiani Gioielli e in basso Richard Gere per le praline Ferrero Rocher

Quel diamante di Brad Pitt

Continuiamo con Damiani, famosa nel Made in Italy per i suoi gioielli. In questo caso il testimonial è l'affascinante Achille di Troy, Brad Pitt. Camminando per le strade di New York al fianco di Miranda Otto, dopo uno scontro con tre ragazzacci, corre a comprare delle patatine fritte. A sorpresa, una volta infilata la mano nel sacchetto, la fortunata attrice trova un anello a forma di luna. Da dove proviene? Lo scopriamo poco dopo, quando Pitt lascia cadere a terra l'astuccio di Damiani. Spot televisivo diventato realtà. L'attore americano è infatti coinvolto a nozze con Jennifer Aniston indossando proprio due fedeli realizzate da Silvia Damiani. Lo spot è stato girato dal regista



Michel Gondry negli Studios Paramount di Los Angeles. A disposizione anche una controfigura per la scena dei pugni. Ma Pitt l'ha rifiutata. «Non hai paura di farti male?» gli ha chiesto Silvia Damiani. «Finché non sarò più brutto, nessuno mi prenderà sul serio. Perciò preferisco espormi in prima persona» ha risposto in maniera simpatica il divo.

Richard Gere al servizio delle donne Da american gigolò ad Ambrogio

Concludiamo con l'affascinante "gigolò americano" nel ruolo di maggiordomo. Con la Ferrero, Richard Gere ha fatto il bis. Ha infatti girato due spot pubblicitari dedicati ai gustosi "rocher". Nel primo, seduto nell'oscurità del teatro d'opera, passa a una "signora in giallo" i famosi cioccolatini. Una volta allo scoperto, le rivela di essere "Ambrogio". Nel secondo invece, troviamo i due in un castello di Parigi per l'inaugurazione di una mostra di scultura. La pallina dorata è complice di una nuova avventura. Chiediamo a Baj Macario, responsabile della comunicazione, com'è nata l'idea dello spot. «Alla fine degli anni novanta Ferrero Rocher era una realtà conosciuta e apprezzata in 70 paesi nel mondo». Per un prodotto conosciuto a livello internazionale, ci vuole un testimonial d'eccezione. «La scelta dell'attore americano Richard Gere è stata motivata dalla necessità di abbinare i valori propri del prodotto a quelli del testimonial». Per rappresentare appieno le caratteristiche dei gustosi cioccolatini. «Il sogno, la dolcezza, il fascino e l'eleganza». Questi quindi gli "ingredienti" del successo. Se solo gli spot pubblicitari diventassero realtà. □