CORRIERE DELLA SERA

PAESE :Italia
PAGINE :25
SUPERFICIE :66 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(686813)
AUTORE :N.D.

► 5 aprile 2019

20 anni di Progresso

Dalle pubblicità sul razzismo a sicurezza e diversità Contri: «La volta che Lucio Dalla scrisse un testo»

C'è l'oratore sul podio di fronte ai microfoni che blatera e urla contro gli altri in uno spot animato in bianco e nero. «Nessuno si è mai permesso di contraddirmi — commenta —. Sono grande!». Invece una vocina da sotto gli ricorda «Non sei grande. Sei solo» e poi arriva il claim: «Rispetta chi non la pensa come te». Era il 1973 e gli italiani, certificano i sondaggi dell'epoca, non davano molto valore al «rispetto delle opinioni altrui». L'anno prima era toccato all'ambiente, con le immagini di un'agiata cena borghese in cui i commensali, discutendo dei giovani d'oggi, riempiono di rifiuti e resti della tavola il soggiorno: «In casa vostra non vi comportereste mai così, vero? — chiede la voce fuori campo —. E allora perché quando siete nei boschi o nei prati vi comportate così? Il verde è tuo: difendilo!».

Dà una strana vertigine, estraneità e familiarità insieme, vedere oggi le campagne inaugurate quasi mezzo secolo fa da Pubblicità Progresso, la «fondazione per la comunicazione sociale» così famosa da essere diventata, da sola, uno slogan: «Alcune — sintetizza Alberto Contri, 75 anni tra due giorni, presidente uscente dell'ente — potrebbero andare bene anche oggi».

Un paradosso impossibile da evitare per chi si propone di cambiare in trenta o poco più secondi una delle cose più inamovibili che ci siano: il modo di pensare delle persone. «Eppure dei risultati importanti li abbiamo avuti» dice Contri, che dopo vent'anni tra pochi giorni lascerà la presidenza d Pubblicità Progresso e coglie l'occasione per un bilancio. «Come nel caso della campagna per la donazione di organi del 2012: dopo si sono registrati 52 mila donatori in più — racconta —. Ci fu proposta dal Centro nazionale trapianti, e io fui felice di farla, anche per celebrare i quarant'anni dalla prima campagna, quella del 1971-72 sulla donazione di sangue».

La campagna di cui Contri è più fiero, però, risale al 2003 e ha il merito di aver dato vita a una canzone di Lucio Dalla , scritta apposta per uno spot «E allora?» sull'inclusione delle persone con disabilità cognitive. «Volevo fare un vero e proprio videoclip, che girasse nei canali musicali, e gli proposi di scrivere un brano per mettere in risalto la vitalità di quelle persone», ricorda. Dalla avrebbe dovuto lavorare gratis, Pubblicità Progresso si basa sulla volontarietà: del lavoro dei creativi che producono gli spot e sulla «donazione» degli spazi dai media (anche se in alcuni casi ci sono finanziamenti pubblici). «Si convinse un po' perché credeva nel messaggio — dice Contri — un po' perché stava per uscire con un album "Lucio" e gli ho fatto capire che la campagna avrebbe fatto da traino: era una persona oculata».

Così è nata «Per sempre presente», inno poetico alla bellezza che un uomo con la sindrome di Down sa cogliere quando gli altri, i normodotati, passano senza vederla: «E che cosa credevi che fosse /la vita se non goder di una sosta / in una lotta infinita».

Non sono le uniche parole che Pubblicità Progresso ha lasciato nella mente degli italiani in questi quasi cinquant'anni. Impossibile scordarsi lo slogan del 1975 contro il tabagismo: «Chi fuma avvelena anche te». «È stato frutto di una grande intuizione: se è difficile convincere i fumatori ad abbandonare la sigaretta — dice Contri —, la strategia più efficace è persuadere le vittime del fumo passivo a

Tutti i diritti riservati

CORRIERE DELLA SERA

PAESE :Italia
PAGINE :25
SUPERFICIE :66 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(686813)
AUTORE :N.D.

► 5 aprile 2019

scoraggiarlo».

Altre campagne invece hanno avuto vita più complicata. Non si è mai visto in tv uno spot per l'uso del preservativo contro le malattie sessualmente trasmissibili: «Non so perché non si riesca a fare — dice Contri — né soprattutto perché non l'abbia mai fatto il ministero della Salute». Altre sono state bloccate quasi subito, come quella contro il razzismo del 1990 che raffigurava un nero, crocifisso mentre voci di sottofondo ripetevano «Io non sono razzista». «Fu censurata perché "troppo forte" — spiega Contri — e dovette essere in parte modificata: si vide pochissimo». Forse neppure oggi arriverebbe sugli schermi.

Elena Tebano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Prevenire

Il casco è stato il protagonista dello spot sul tema della sicurezza sul lavoro (al centro nella foto grande). Il messaggio implicito nella campagna aveva questo significato: nell'incidente (il casco) si «ferisce» al posto del lavoratore, proteggendolo da urti potenzialmente fatali. La campagna richiamava alla consapevolezza dei rischi sul lavoro per diffondere una cultura della prevenzione

La storia

Le immagini del volto di una persone (foto in alto), di un altro (volto) metà uomo e metà donna (a sinistra), e di un dottore con una siringa (in basso a destra) raffigurano altre tre campagne storiche di Pubblicità Progresso: quella contro i pregiudizi verso i disabili, sul tema della parità di genere e (prima campagna assoluta, nel 1971) sull'invito pubblico a donare il sangue

Chi è

● Alberto Contri è nato ad Ivrea e tra due giorni compirà 75 anni. Ha cominciato a lavorare nel mondo della comunicazione nel 1966

● Da circa 50 anni si occupa di pubblicità, di multimedialità interattiva e di comunicazione integrata sul fronte creativo, manageriale, istituzionale e speculativo. Dal 1999 è presidente di Pubblicità Progresso che ha trasformato in Fondazione per la Comunicazione Sociale (2005)

● È stato Consigliere di Amministrazione Rai (1998)

Il presidente

A 75 anni sta per lasciare la Fondazione: «Molti messaggi storici sono ancora attuali»

La parola

PUBBLICITÀ P PROGRESSO

LA FONDAZIONE

Nata nel 1971 come associazione è diventata una fondazione non profit nel 2005. Nel corso degli anni ha affrontato problematiche morali, civili ed educativi attraverso la realizzazione di campagne pubblicitarie distribuite gratuitamente

Tutti i diritti riservati

CORRIERE DELLA SERA

PAESE :Italia
PAGINE :25
SUPERFICIE :66 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(686813)
AUTORE :N.D.

► 5 aprile 2019

Tutti i diritti riservati

CORRIERE DELLA SERA

PAESE :Italia
PAGINE :25
SUPERFICIE :66 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(686813)
AUTORE :N.D.

► 5 aprile 2019

Sicurezza sul lavoro (2008)

Disabilità (2003)

Parità di genere (2013)

Donazioni (1971)

Tutti i diritti riservati