

QUOTIDIANO **Libero** Sabato 7 luglio 2012

FONDATORE VITTORIO FELTRI

DIRETTORE MAURIZIO BELPIETRO

TV LOW COST

Sembrano programmi ma sono pubblicità

Reality e «docu»: le aziende pagano trasmissioni-spot

di ALESSANDRA MENZANI

La pubblicità in tv a volte è divertente a volte fa cambiare canale. O viene vista in modo invasivo.

E se gli spot diventassero parte integrante del programma? O il programma stesso? C'è qualcosa che va oltre il *product placement* (piazze un prodotto all'interno di una trasmissione, una fiction, o un film): è *branded entertainment*, la pubblicità che diventa prodotto di intrattenimento. Negli Stati Uniti è diffusissimo. In Italia no. Anzi fa ci provò La5 con il contratto, talk sponsorizzato da una multinazionale che cerca lavoro, e non fu un successo.



Riccardo Pasini

Nei prossimi mesi vedremo almeno due format di questa natura, realizzati dalla società Prodotto di Riccardo Pasini, autore, regista e direttore creativo di *Vero Tv*. Le aziende (dal computer ai cosmetici, dagli alimentari agli wedding planners, gli organizzatori di matrimoni) si rivolgono alla sua società per promuovere il proprio marchio. «Noi costruiamo intorno al prodotto un commento,

qualcosa di pronto per andare in tv, ma anche sul web o telefonico. Un format», spiega, «la pubblicità classica viene vista come qualcosa di esterno, noi mescoliamo pubblicità e intrattenimento. Secondo l'80 per cento dei pubblicitari americani, è la formula che funziona di più per vendere».

In Usa, ad esempio, un venditore di frullatori mise sul web un filmato in cui frullava anche il computer. Il messaggio era: il mio frullatore funziona. Face record di visualizzazioni. Una ditta di zampironi americana fece realizzare un programma non sugli zampironi in sé ma sul mondo del barbecue, una specie di *Prova del cuoco* all'aperto.

Perché? Aveva capito che la miglior richiesta di zampironi era proprio legata a questa abitudine americana. «Le aziende spendono meno in questo tipo di pubblicità rispetto a quella tradizionale. Per fare una puntata di un ora di buon livello il costo è circa diecimila euro. Poi il prezzo può salire». In Italia Prodotto realizza *Zampironi*, nata nel 2010, «una piccola tv

su internet, digitale e grossamente su Sky nata su esigenza di Asus, società che realizza computers. Il canale racconta il mondo dei videogiochi e realizza un milione e duecento mila contatti al mese.

Il primo vero e proprio programma-spot sarà invece *Hollywood*, da novembre su La5 (digitale terrestre Mediaset), con Emanuela Folliero. «Lo sponsorizza un marchio alimentare abbiamo costruito l'idea di un format che mescola cibo e cinema. Prendiamo la scena di un film in cui si mangia o si cucina e riproponiamo il piatto giocando con gli ingredienti: ovviamente si vedrà la marca sponsor». La Folliero, sempre su La5, sarà la padrona di casa di *Come nuovi*, un programma di bellezza «nato dall'esigenza dell'azienda Dermal, leader di prodotti biomedicali». «Si possono realizzare format su quasi tutto: motori, viaggi, matrimoni». Il tema anche un singolo - un avvocato, un chirurgo, un dentista - può diventare sponsor e commissionare un programma a fini promozionali. Pasini, che sta cercando giovani creativi da assumere come autori - tra i suoi clienti ha anche una compagnia di crociera e una ditta di solari. Ma il telespettatore sa che quello che vede è a scopo pubblicitario?



PIONIERA

Emanuela Folliero condurrà «Hollywood» e «Come nuovi», due programmi commissionati da aziende (una alimentare, l'altra di estetica) e vendute a La5, il canale Mediaset digitale. I format sono realizzati dalla società «Prodotto» di Riccardo Pasini, che sta portando in Italia questa nuova formula pubblicitaria, in voga in Usa, denominata «branded entertainment». «Alle tv costa zero e ai marchi rende più delle pubblicità tradizionali», spiega.

Muti e Soliti Idiotti alla Notte rosa

«The Pink Side of the Moon» è il clam ufficiale della settima edizione della Notte Rosa, iniziata ieri lungo i 110 km della Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna. Tanta musica (da Giorgia a Loredana Berté), il Maestro Riccardo Muti con l'Orchestra Giovanile Luigi Cherubini. Tanno spettacolo, con Fabrizio Gifuni e Sonia Bergamasso, Paolo Ceccoli, I Soliti Idiotti. Per informazioni www.lanotterosa.it.

Tornano le storie di Franca Leosini

Tornano le *Storie maledette* di Franca Leosini. Il programma sui crimini e le vicende giudiziarie che più hanno scosso l'Italia nell'ultimo ventennio, giunto alla dodicesima edizione, riparte infatti stasera, in terza serata su Italtv, come sempre scritto e condotto dalla giornalista che in Rai viene definita «la Signora omicidi», perché dal 1994 si occupa di cronaca nera per la tv pubblica.

