

SHOW CON IL MARCHIO

Il metodo anti-crisi della tv: i programmi sponsorizzati

FRANCESCA D'ANGELO

Il *branded content* (che poi sarebbe meglio parlare di *brand entertainment*, ma va beh, non vogliamo fare i difficili) è tra noi già dai primi anni 2000. Ma "noi" - ossia i comuni mortali che di professione non facciamo gli investitori pubblicitari ma la tv la guardiamo e basta - abbiamo imparato a (ri)conoscerlo solo adesso. «Quello è un *branded content*, cara, mica un talent show qualunque» ci sorprendiamo a dire mentre siamo seduti in salotto e, se occorre, siamo persino in grado di spiegare che il *branded content* è un programma costruito attorno alle esigenze di comunicazioni di un brand.

Semplificando, è uno spot più evoluto, più lungo e anche più furbo: una marca finanzia la realizzazione di un game, di un talent o di un factual non per promuovere il mero acquisto di un prodotto ma per mostrare, attraverso lo show, la propria vision, ossia il suo mondo valoriale. Quello che, però, ancora non è chiaro (ma solo a noi comuni mortali perché gli investitori hanno già superato questa fisima) è la bontà di tale nuova frontiera televisiva. In queste settimane di anticipazioni pre-palinesti autunnali, infatti, si sono spesso lette frasi inorridite come: «Simona Ventura alla conduzione di un *branded content*? Non sia mai!» o «I palinesti sono pieni di *branded content*, pure Rossella Brescia ne condurrà uno, dal titolo *Aperistorie*, su La7».

A creare scandalo sarebbe proprio la natura commerciale degli show, come se il coinvolgimento della marca potesse ridurre il format a una bieca televendita. Non è così. In primo luogo, da anni i brand sono entrati a fare parte del nostro mondo narrativo: li vediamo ogni due per tre sia nei film che nelle serie

tv. Perché l'intrattenimento non dovrebbe fare altrettanto? Ben venga se poi, nell'usare la marca, il comparto ha trovato una chiave tutta sua: non più il mero inserimento del prodotto (chiamato *product placement*) ma per l'appunto interi show che uniscono esigenze narrative a fini commerciali. In Usa lo fanno da anni con eccellenti risultati. Da noi, bisogna ammetterlo, c'è ancora da lavorare per limare l'effetto marketta ma i titoli di successo non mancano, soprattutto se a realizzarli sono produttori che lo fanno di mestiere.



Paola Marella conduce «A te le chiavi»

E qui arriviamo al secondo punto: si può storcere il naso finché si vuole ma il *branded content*, se fatto con i dovuti crismi, funziona al punto da conquistare volti di chiara fama. L'esempio più eclatante è *A te le chiavi*: il programma di La7 con Paola Marella. Lo show, legato al marchio *FacileRistrutturare*, affranca il *branded content* dal genere factual (il binomio va per la maggiore) per portarlo sul terreno del game show.

L'esperimento è più che riuscito tant'è vero che è in cantiere la terza stagione: non male visto che, in Italia, i *branded content* sono spesso format one-shot, ossia pensati per avere una sola stagione. Dava grandi soddisfazioni anche *Il pranzo della domenica*: lo show, andato in onda su Canale 5 fino al 2017, ha riportato in tv nientemeno che Gualtiero Marchesi. L'elenco potrebbe proseguire, ma il concetto pare chiaro: non siamo davanti a una nuova tv corrotta e capitalista, ma a un modo di fare pubblicità più raffinato e, perché no?, intelligente. Lo spettatore smette infatti di essere un mero acquirente, da conquistare al grido di "accattatevillo": ora è un utente senziente al quale potersi relazionare alla pari, condividendo vision, valori ed esperienze.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In breve

IL 9 SETTEMBRE

Il tormento va su Sky

La musica da una data: il 9 settembre 2020. Grazie alla radio italiana la musica ad accendersi con *Power Hits Estate* ta dall'Arena di V Radiovisione su ed in contempo Sky Uno e TV8. Per la prima volta il Festival anni decreta il tor dell'estate sbarca

A VERONA

Il Festival della Bellezza

I mille volti da una Arena di Verona torna ad accogliere il pubblico dopo i mesi dell'emergenza. Il festival riprende l'aspetto originario con la platea libera dalle poltrone per la prima volta: ma nella piazza di Grecia, spazio per i concerti e spettacoli dedicati all'Eros. Arena dall'11 al 19 settembre propone come un speciale del Festival della Bellezza, un mese di eventi con 16 appuntamenti.

SKY
TELEFILM

CANALI FREE DIGITALE TERRESTRE		
Rai 4 21.20 La rapina perfetta (Thriller)	Rai Storia 20.10 Il giorno e la storia	La5 21.10 Una tata e tre nipoti