

I creativi per gioco agiscono sul web e non risparmiano nessuno: da Calvin Klein a iMac

Il paese di Marlboro

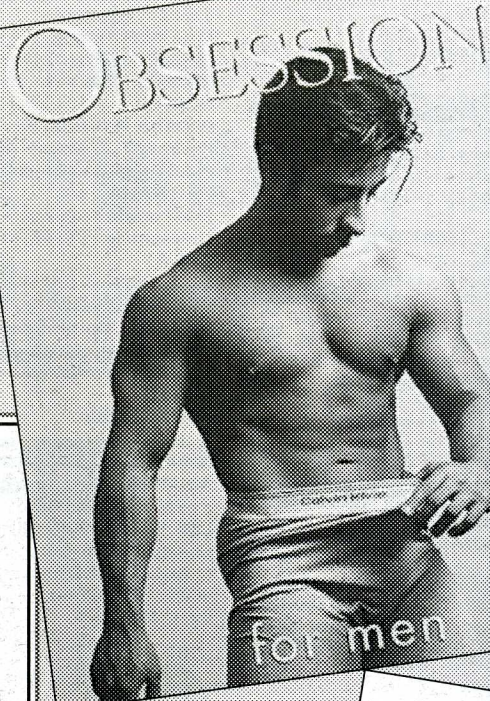
"Ho fatto l'antipubblicità della Marlboro, sono molto soddisfatto del fatto che alcuni mi hanno scritto dicendo che dopo avevano smesso di fumare"



Il profumo Calvin Klein

Le aziende dicono di accettare la parodia e la presa in giro: "Questa parodia non dispiace a Calvin - dicono alla Calvin Klein di Milano - lui è molto ironico"

LE PARODIE



I colori di Benetton

L'anti-pubblicità prende di mira soprattutto le grandi aziende, non risparmiando nessuno, nemmeno gli spot alternativi firmati Benetton



In viaggio con l'agenzia

Terre a rischio rapimenti. Sono i iconoclasti con intento dissacrare esperti di comunicazione, rapporti di contropotere, la risposta del bersagliamento pubblicitario



iMac, il computer cam

Non sfugge alla dissacrazione

Fai il verso allo spot ecco la contro-pubblicità E Francesca Reggiani imita la Ferilli in tv

di MARINA CAVALLIERI

ROMA — E' una guerriglia mori- di e fuggi, che colpisce nel muc- chio, non dà tregua, si rinnova senza sosta perché cambia sem- pre obiettivo. E' la pubblicità contro la pubblicità. Si propaga nel web la mania di deformare spot e slogan noti, quelli "ufficia- li", per mettere alla berlina il pro- dotto, farsi gioco dell'azienda, smitizzare il potere del business, la tirannia del consumo. Basta un programma che fa qualche ritoc- co grafico e da passivi consuma- tori ci si trasforma in creativi, da cavie del marketing a carnefici.

L'antipubblicità si annida nei siti più qualunquisti e trash, sce- glie come veicolo l'e-mail, ma a volte riempie i cartelloni nelle strade come quella che vede in- volontario protagonista Berlus-coni, a volte esce dalla clande- stinità come lo spot televisivo in cui Francesca Reggiani fa la pa- rodia allo spot della Ferilli. In un gioco di "cannibalizzazione" senza fine.

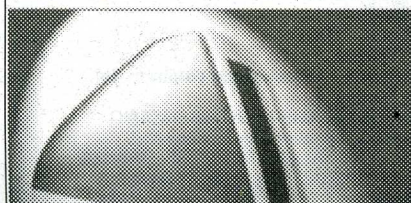
«Ho fatto l'antipubblicità della Marlboro, sono molto soddisfat- to del fatto che alcuni mi hanno scritto dicendo che dopo aveva- no smesso di fumare, spero di non avere ritorsioni», spiega Adriano Alterio che gestisce il si- to www.barzellette.it. «E' un fe- nomeno del tutto incontrollabile, mi capita di ricevere questi mes- saggi da amici che pescano da si- ti americani, australiani, cinesi. Del resto, chiunque può crearsi

L'attrice: "Noi della Tv delle ragazze siamo state le prime. E oggi, grazie alla Rete, la parodia sta diventando un'arma irresistibile"

«Non siamo una casta intoccabile, vuol dire che la pubblicità entra nel linguaggio della gente», dice Alessandro Canale, di McCann-Erickson



iMac For Men



iMac For woman

