

“Il segreto di una buona idea? Deve rotolare”. Parola di Pasquale Diaferia

Pubblicato: Mercoledì 4 Dicembre 2013



“La gente pensa che per fare pubblicità basta una bella donna. Ecco perché pochissimi fanno bene questo lavoro”. **Pasquale Diaferia, pubblicitario e copy writer, sa quello che dice. Da oltre trent’anni firma spot e campagne pubblicitarie** diventate pietre miliari. Dal suo studio sono passati Barilla, Piaggio, Kraft, Panorama, Peroni e persino il ministero per le Politiche Sociali.

«In realtà per fare bene questo mestiere servono idee, idee e ancora idee» continua Diaferia davanti al pubblico che è venuto ad ascoltarlo **all’auditorium Elmec di Brunello su invito di Arialdo Pigionatti di Elmec Solar.**

«L’idea vincente è quella circolare, quella che lanci e torna immediatamente al pubblico».

Secondo Diaferia il pubblicitario 2.0 ha il dovere di coinvolgere il suo spettatore, di renderlo partecipe del messaggio e di farlo in modo emozionante. «Bisogna creare interazione con il pubblico a cui ci si rivolge. Un esempio? La campagna per il lancio di un film in cui abbiamo riempito Milano con migliaia di reggiseni o l’iniziativa del comune di Tradate per sensibilizzare i cittadini alla raccolta differenziata. Il sindaco ha ingaggiato un creativo che ha riempito un edificio pubblico di sacchi dell’immondizia. La mattina seguente i tradatesi si sono trovati davanti a una spettacolare riflessione pubblica».



Il risultato secondo Diaferia non si esaurisce nella sorpresa, ma si rigenera come in una reazione a catena. «I video virali su YouTube sono un esempio perfetto di circolarità» continua il pubblicitario, «lo spettatore è così coinvolto da ciò che vede, da divenire lui stesso tramite del messaggio condividendolo con i propri amici».

Un “contagio” veicolato dai social network a cui ci prestiamo, volenti o nolenti, sempre più spesso. Dalla campagna di **Burger King** che invitava a cancellare 10 amici da Facebook per ottenere un buono sconto, fino al cartone animato australiano per sensibilizzare i più piccoli ai rischi dell’attraversamento dei binari. **Pubblicità che sono rimbalzate ai quattro angoli del pianeta superando forse, le stesse aspettative dei creativi che le hanno realizzate.** «Per questo – conclude Diaferia – come in tutti i lavori, bisogna ricordare i valori fondamentali dell’etica e del rispetto dell’altro».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it