La nuova campagna pubblicitaria di Barilla

3-8224772e

[embed width="560"]https://youtu.be/4KoUUvcqMGg[/embed]

Pizza, cappuccino, spaghetti, espresso, tiramisù e - a sorpresa -“bravo”. Se il lessico italiano in Europa -secondo una ricerca della società Dante Alighieri -parla soprattutto il linguaggio del cibo, non sfugge che l’unica parola non legata al food sia “bravo”.Un intruso d’eccezione nella classifica finale del sondaggio in cui la celebrità delle parole della cucina italiana appare evidente.

“Bravo”, una parola carica di suggestioni, che deriva dal latino “bravus”, nel senso di “colui che infrange o che abbatte ogni ostacolo”, “indomito”, pronto a tutto pur di primeggiare… Un termine che batte tutte le altre parole italiane più celebri nel mondo anche alla prova di.. Google: con ben 314 milioni di ricorrenze (basta un clic per verificare), contro i 175 milioni di espresso, i 109 milioni di spaghetti i 51 milioni di cappuccino e i 27 milioni di tiramisù.
Ed è proprio partendo da questa parola, cosi semplice ma – grazie al suo carico emotivo - profondamente italiana, che Barilla, ha preso spunto per il suo nuovo spot televisivo dedicato alla pasta e ai sughi pronti appena lanciato in Europa e realizzato dall’agenzia pubblicitaria J. Walter Thompson.

La campagna - che oltre alla TV è in grado di vivere come piattaforma strategica unica su tutti i canali, dal punto vendita alle attività social -sarà on air a partire da marzo in Francia, Austria, Romania e Grecia. A seguire sarà la volta di Germania, Svizzera, Belgio, Slovenia, Croazia, Svezia, Norvegia e Finlandia.

UN PADRE “BRAVO” E SUA FIGLIA PROTAGONISTI DELLA PUBBLICITA’
Nello spot anche tu puoi essere “bravo” con Barilla: un padre, pur non essendo un cuoco provetto, sarà in grado, grazie alla pasta Barilla, di sorprendere la figlia adolescente che poco prima ha superato brillantemente un’audizione di danza in una severissima school of arts berlinese.Un papà, dunque, perfettamente calato nell’era dei “nuovi padri”: quelli che cucinano, che accompagnano le proprie figlie a danza, che si prendono cura dei figli, in particolare delle figlie. Una vera e propria

“tendenza sociale” che,in prossimità della festa del papà del prossimo 19 marzo, ci fa riflettere su come oggi sta cambiando questa figura genitoriale in Europa.

Uno spot che non ha avuto bisogno di traduzione per l’universalità (e semplicità) della sua comunicazione. La musica è a ritmo esclusivo di batteria, la pasta -neanche a dirlo -è un piatto semplice, pratico, pronto in pochi minuti, amato in tutto il mondo. Passando poi per il calore familiare e l’intimità del rapporto genitore-figlio in cui tutti si riconoscono. E infine“bravo”:una parola che è nata italiana ma adottata in tutto il mondo. Proprio come la pasta.

www.barilla.it