Anche le scarpe possono fare riflettere…



Campagna Manas p/e 2010

Ad una prima lettura non lasciano per niente sereni i testi che accompagnano la campagna pubblicitaria del brand di calzature **Manas**. Non perché la campagna sia sbagliata, ma perché è infinitamente realista.

Oliviero Toscani con la sua agenzia pubblicitaria, La Sterpaia – Bottega dell'Arte della Comunicazione, e avvalendosi della collaborazione di Paolo Crepet psichiatra e sociologo, crea una campagna pubblicitaria singolare rispetto a quello che è stato il suo modo abituale di porgere i messaggi. Abbandonando la modalità shock dei suoi precedenti lavori, il noto pubblicitario costringe il pubblico, prima con la collezione A/I 2009-2010 e ora con la **P/E 2010**, ad un percorso di riflessione.

Il grande tema, per nulla banale, che la campagna costruisce è la **condizione femminile**. Ma non pensate a questioni come la promozione o l'emancipazione della donna. Si tratta, e con questo si spiega la presenza dello psichiatra sociologo Crepet, di un resoconto della situazione psicologica della donna oramai emancipata, e, sarebbe "logico" pensarlo, soddisfatta di sé. A breve uscirà anche la serie dedicata alla condizione maschile, per ora è visibile una unica immagine.



Campagna Manas p/e 2010

Le due campagne constano di 9 scatti. Ogni immagine che è stata costruita e fotografata, vede la scarpa in primo piano e un testo, quasi una voce narrante fuori campo, scritto da mano diversa, perché ognuno è la testimonianza di una situazione personale ed una firma, un nome. I testi, evidentemente elaborati da Crepet in base alle sue esperienze di psichiatra, anche se velati da ironia, mettono a nudo la crisi dell'identità femminile oggi. "Ascoltare le donne è da anni il mio mestiere – ha spiegato Crepet presentando la campagna

per l'autunno/inverno- e quello che ho valorizzato in queste storie è il loro lato metaforico, ovvero lo specchio in cui ognuno può guardarsi e scoprire i propri nei, le proprie virtù e miserie, le speranze, i sogni e le disillusioni. Per la campagna di Manas ho sintetizzato sei brevi racconti, dentro i quali c'è qualcosa che appartiene a tante altre donne. Un modo ironico e addolorato di guardare la vita di oggi, i propri figli ignari, i propri uomini immaturi".

Riportiamo i **testi** della campagna P/E con l'immagine relativa.

Scarpa tacco alto:

Non mi manca niente: marito ricco ed innamorato, figli all'università, bella casa. Passo il tempo tra viaggi, mostre d'arte e centri benessere. Le mie amiche mi invidiano ma io non riesco ad essere contenta. Sono cresciuta convinta che la ricchezza mi avrebbe dato la felicità, invece mi guardo allo specchio e non so cosa volere. Un'altra iniezione di botulino? Raffaella

Campagna Manas p/e 2010

Stivale:

Ho appena finito l'università, mi sento come in un imputo: persa. Non so che fare del mio futuro e della mia laurea. Ai tempi dei miei genitori, almeno c'erano le ideologie, il mio presente è pieno di inganni. Non mi rimane che il mio corpo su cui investire, coprendolo di piercing e tatuaggi. E quando avrò utilizzato l'ultimo centimetro della mia pelle, che mi rimarrà da fare? Federica

Ballerina:

Anche le scarpe possono fare riflettere…

Single, 37 anni, architetto, studio ben avviato e gratificante. Sono bella, ho avuto una valanga di rapporti, adesso vorrei un figlio, ma ho incontrato o uomini immaturi, che si perdono per una partita di calcetto, o intellettuali noiosi che scappano quando sentono parlare di bambini. Forse quelli più sensibili li ho annientati, senza saperlo. Gioia

Cosa ci auguriamo? Facciamo nostro l'augurio di Cleto Sagripanti, Amministratore Delegato di Manas quando fu lanciata la campagna e cioè che le situazioni descritte nelle storie che accompagnano ogni immagine "possano contribuire a far pensare (le donne) in che cosa consista la loro libertà". Il marketing insegna che le campagne pubblicitarie non devono proporsi un obiettivo didattico o etico, il loro compito è promuovere un prodotto, nell'accezione più generale.

Allo stesso tempo auspichiamo però che i promotori della campagna sappiano ritrarre anche molte altre tipologie di donne, madri, mogli e professioniste che vivono la loro condizione con estrema serenità ed equilibrio, anche se con sacrificio, tanto ancorate alla realtà della loro vita da non avere necessità di ricorrere allo psichiatra. Essere donna oggi è impegnativo, è faticoso, ma in nessuna epoca come nell'attuale il futuro dell'umanità risiede proprio nella maggiore presa di coscienza della donna del proprio ruolo.

Anche le scarpe possono fare riflettere…