

La pubblicità : occhio alle parole e al pubblico a cui è indirizzato il messaggio

3.1

La nuova Porsche 911 turbo
Il musetto di un drago

Vi conduce dovunque,
non vi dà preoccupazioni
e vi fa sentire liberi.
L'ideale per chi vuole
qualcosa di speciale...e
stupire gli amici.

(Scooter Suzuki)

ANCHE IL SUO PREZZO È DECISAMENTE FUN

A diciott'anni
si sogna l'indipendenza
Nuova Corsa YOUNG

**Che ne direbbe di un
po' di lusso in più,
oltre al suo giornale ?**

(Nissan)

**LA FREELANDER.
PRENDETE NUOVE STRADE.**

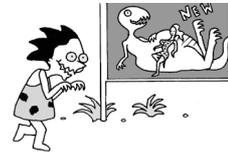
**Hyundai Atos Prime.
Mi piace piacere.**

**Hyundai Coupe.
Ho deciso che ti avrò.**

**Un piacere
s e n z a
l i m i t i**
(Mitsubishi)

•••••
• **Sfodera volentieri** •
• **i suoi muscoli.** •
• RENAULT Scénic 140 CV •
•••••

**Internet. Conquiste spaziali.
Realtà virtuale.
Ci sono cose che il tempo
modifica molto velocemente.
A meno che non siano
completamente zincate.
(Skoda Fabia)**



La pubblicità : occhio alle parole e al pubblico a cui è indirizzato il messaggio

3.1

Fare la discesa del San Gottardo. Costeggiare l'Aar. Attraversare il Giura.

Da Engelberg a Lucerna.

Il Giro della Svizzera senza doping

I nostri itinerari Rent a bike esistono ora col 20% di riduzione sul prezzo del biglietto e il noleggio della bicicletta. Per esempio : per pedalare da Soletta a Bienne : partenza da Bellinzona per soli 71.50 (2a classe, abbonamento metà-prezzo, noleggio di una bicicletta per tutta la giornata). D'estate, si viaggia in bici !

Pubblicità FFS, estate 2000

A tutto vapore, Binario 7 :

la combicarta Binario 7/Euro<26 + abbonamento metà-prezzo costa 249.- franchi.

Con Binario 7/Euro<26 abbinato all'abbonamento metà-prezzo, potrai :

1. viaggiare a metà prezzo di giorno
2. viaggiare gratis dopo le 19.00
3. usufruire di un blocchetto di buoni comprendente offerte speciali Visa e Intersport, delle entrate nei clubs, abbonamenti a riviste e molte altre prestazioni.

Si parte ?

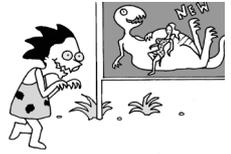
Pubblicità FFS, estate 2000

Se l'amica abita troppo lontano. Se il posto di tirocinio non è proprio a due passi. Se l'open-air lo organizzano proprio nel posto più lontano. Se l'università non è nella città dove abitano.

... ai giovani non rimane che il treno

L'abbonamento generale costa soltanto 1990.- franchi per tutti i giovani da 16 a 25 anni. Per questo prezzo , hanno a disposizione 18'000 km di linee e un'intera libertà di movimento in treni, autobus e battelli. Via libera !

Pubblicità FFS, estate 2000



Come mi comporto di fronte alle esigenze del marketing

3.2

La pubblicità sfrutta miti e debolezze dell'uomo

(L'opinione dei sociologi sull'"uomo-automobilistico")

È agevole individuare i miti seduttori del mondo a quattro ruote attraverso gli annunci pubblicitari. Fanno leva sulla volontà di potenza, sulla sessualità, sullo snobismo, sul gusto per il confort e per il lusso, ossia sulle aspirazioni più o meno coscienti dell'eventuale acquirente. Gli si sussurra di diventare al volante quello che ha sempre sognato di essere. Le pubblicità più fasciose gli promettono di conciliare tutte le sue aspirazioni, anche le più contraddittorie, di fare di lui l'uomo completo, almeno così come lo concepisce la società in cui vive. Per questo la pubblicità automobilistica, più di ogni altra, permette di cogliere i "valori" su cui si fonda una civiltà. Il problema che si pone, allora, è delicato : in questo ritratto-tipo che la società disegna del suo uomo, bisogna vedere lo specchio di quello che veramente è, l'immagine di quello che vuol essere, oppure di quello che la società vuole che egli sia ?

Le prime automobili erano molto care, costruite su ordinazione per pochi privilegiati... e la stessa automobile di serie sarà per molto tempo considerata un "lusso" per pochi, finché i costruttori non si sono impegnati a rendere popolare il loro prodotto, lanciando modelli modesti e simpatici. La tendenza attuale è di reintrodurre un certo lusso nella produzione di serie. Per molti, che acquistano al di sopra delle loro possibilità, la macchina è il solo lusso di tutta un'esistenza. Nell'adulto che sogna la Mercedes, la Cadillac o la Rolls Royce, sopravvive qualcosa del bambino incantato dalla carrozza dorata di Cenerentola.

L'automobile è quindi il simbolo di ciò che sogniamo di essere, di quello che vogliamo apparire, che potremmo o che ci concediamo di essere per la durata di una corsa in auto... insomma, di quello che siamo virtualmente, coscientemente o meno, dietro la nostra immagine sociale. Beato chi al volante della propria auto è esattamente la stessa persona che nella vita : vuol dire che la sua vita lo soddisfa !

L'"uomo automobilistico", invece, recita un ruolo ben distinto dalla vita quotidiana, e la strada diventa un teatro dove si interpretano i più diversi ruoli, che rivelano, come in uno psicodramma, l'uomo reale.

Libertà, potenza : i messaggi pubblicitari previsti per il Salone dell'automobile non mostrano nessun cambiamento. Gli automobilisti però sono cambiati. Se la macchina resta un mito per una certa gioventù, per la maggioranza degli utenti, e soprattutto per le donne, è un semplice mezzo di trasporto. Contrariamente a quanto vorrebbe far credere la pubblicità, l'automobilista è una persona adulta disposta a rispettare certe regole.

Journal ATE (CH romanda), marzo 2000

Il mito sopravvive grazie alla pubblicità.

In Svizzera, 582 persone hanno trovato la morte sulle strade nel 1999. "Eppure le pubblicità continuano a sfornare un'immagine positiva, onirica, se possibile carica di connotazioni sessuali dell'automobile." precisa il nostro interlocutore, direttore di ricerca presso l'INRETS (Istituto di ricerca sui trasporti e la sicurezza) a Parigi.

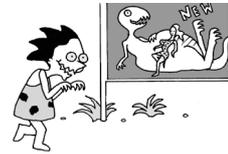
Come non citare l'ultima pubblicità che vanta un veicolo capace di raggiungere i 211 km orari ? "Che cosa resta di una macchina dopo uno scontro laterale a 70 all'ora, per non parlare degli occupanti ?"

Se la maggior parte degli automobilisti vede nel proprio veicolo un semplice mezzo di trasporto, perché gli spot continuano a propinarci un universo tipo pubblicità delle Marlboro ?

"Il mito mira a mascherare la realtà, che è assai meno rosea, perché l'automobile uccide", conclude il ricercatore, molto severo con l'industria automobilistica, che non esita ad utilizzare argomenti grossolani, a costo di mettere delle vite in pericolo. "I costruttori si rivolgono soprattutto al segmento giovanile, in una logica di fidelizzazione a

una marca", spiega un pubblicitario di Losanna : "a 20 anni, gli uomini sono ancora sedotti dalla velocità. Più tardi le cose cambiano piuttosto in fretta...". Questo non impedisce tuttavia dei messaggi per lui inaccettabili : a 211 km orari, e anche a molto meno, l'automobile uccide.

Da un articolo apparso sul "Journal ATE" marzo 2000



La patente a 18 anni : un rito 3.3

La licenza di condurre potrebbe essere concessa con un periodo di prova

Il progetto di revisione della legge sulla circolazione stradale prevede un periodo di prova di tre anni

Moritz Leuenberger, ministro dei trasporti, ha chiesto di sapere quanti morti causano in Svizzera i diversi mezzi di trasporto sottoposti alla sua responsabilità. Ecco i risultati del 1997 : navigazione 1 morto, teleferiche 2, aereo 26, ferrovia 40, circolazione stradale 587. Il Consigliere federale non è disposto ad accettare quest'ultima cifra, anche se è diminuita rispetto a cinquant'anni fa. Una persona ferita ogni venti minuti, un morto ogni quindici ore : il dato resta inaccettabile.

Confronto e decisione

I confronti internazionali non sono consolanti. La Svizzera, con i suoi 87 morti all'anno per milione di abitanti, è nel mezzo del gruppo. La Francia (147) e la

Spagna (140) sono messe decisamente peggio, ma la Gran Bretagna (64), e l'Olanda (76) ci superano nettamente. Il progetto di revisione della legge federale sulla circolazione stradale varato ieri dal Consiglio federale dichiara guerra all'alcol, alla droga e ai medicinali. E per i giovani conducenti ci sarà poco da stare allegri. In effetti, la responsabilità di tutti quei morti spetta in gran parte a loro. Gli anziani ? Nessuna prova statistica della loro pericolosità.

Formazione migliorata

I conducenti tra i 20 e i 29 anni – i più pericolosi – dovranno seguire una formazione in due fasi : dopo l'esame di guida, dovranno ancora frequentare un

corso di perfezionamento. D'altra parte, la patente sarà rilasciata soltanto in prova. Diventerà definitiva al termine di un periodo di verifica di tre anni. Coloro che metteranno in pericolo la sicurezza stradale durante questo periodo verranno severamente puniti. Dopo una prima infrazione di media gravità o una serie di piccole infrazioni, la licenza viene ritirata e il suo carattere provvisorio prolungato di un anno. Alla seconda infrazione di questo tipo, la patente è annullata, e il conducente dovrà ripresentarsi all'esame di guida.

Da un articolo di Denis Barrelet, Tribune de Genève, 1-2 aprile 1999.