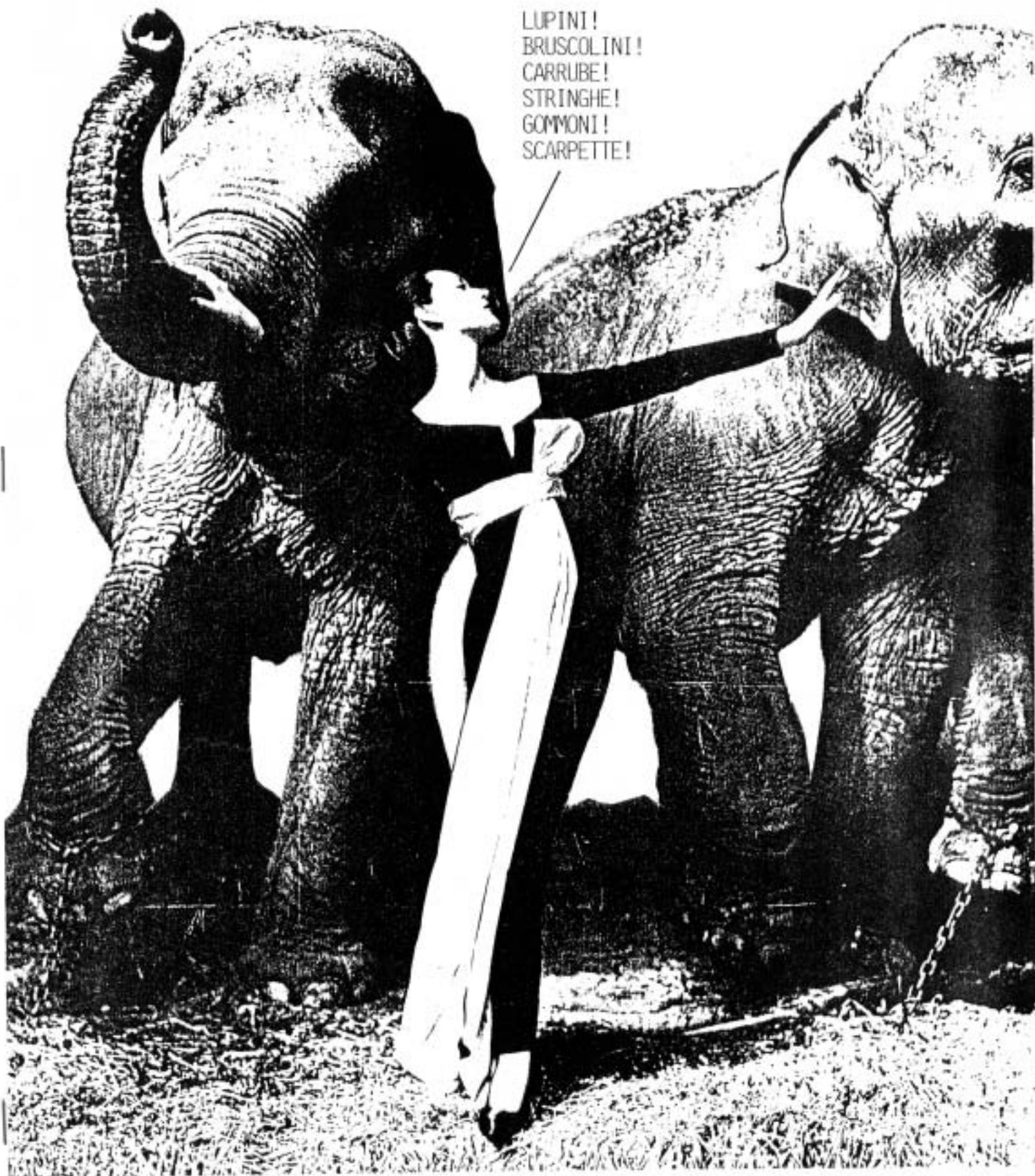


IL LATORE DELLA PRESENTE

TRIBUNA APERTA DEI SOCI DELL'ART DIRECTORS CLUB ITALIANO - NUMERO DUE

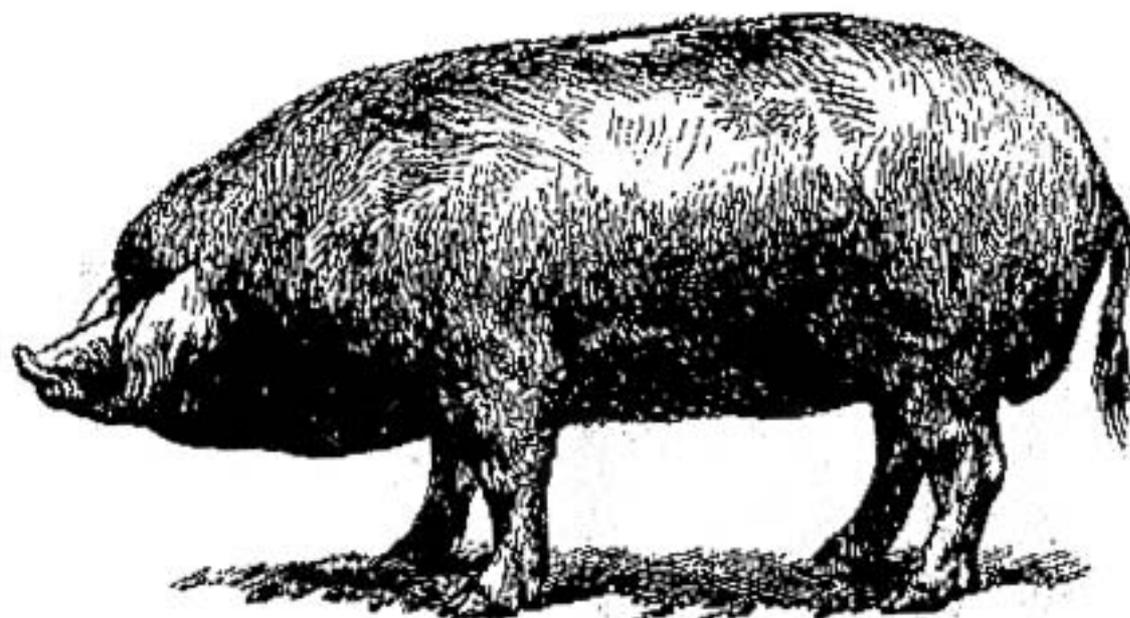
LUPINI!
BRUSCOLINI!
CARRUBE!
STRINGHE!
GOMMONI!
SCARPETTE!



IL MIO COPY.

Il mio copy non è un copy. E' una balena.
Va in giro a dire che io sono grosso. Sarà un fuscellino lui.
Quando siamo in ascensore insieme, lui guarda me, poi si guarda allo specchio. Si capisce benissimo che sta pensando: "ve' quanto sono magro".
Io lo so che va in giro a dire che si è messo in coppia con me solo perchè sono come un vestito blu: lo sfilo.
Ma forse il mio copy non è una balena. Secondo me, in realtà è un maiale.
Conosco dei creativi che hanno il posto di lavoro tappezato (tappezzato) di cani, di gatti. Perfino di cavalli.
Il suo posto di lavoro (si fa per dire) è pieno di maiali. Sogna maiali, parla di maiali, colleziona figurine di maiali, alleva maiali, fa perfino dei corsi nella sua fattoria in Umbria dove si impara a fare i maiali.
In effetti, se lo guardate di profilo, non trovate che va assomigliando sempre di più a un porcelo (porcello)?
Però ha anche tutti i pregi del maiale: è tanto buono.
E insiste nel farmi i visual. E' sempre lui a dimmi: metti qui un filetto, qui facciamo un sette/ottavi, ma perchè usi il Times, qui ci starebbe meglio un Garamond. Più allegra questa ragazza, più frames questo storyboard. Che palle.
Il mio copy ha anche una faccia di bronzo da far invidia ai due ragazzotti di Riace. Fa sempre finta di leggere la Harvard Business Review, ma non sono sicuro che sappia l'inglese.
Però, quando dal cliente -che poi sono le agenzie- spara cose del tipo: ...come dice la Harvard Business Review, la tendenza del mercato va verso un incremento tendenziale della parcellizzazione della domanda fluttuante nel segmento B, tutti gli accounts annuiscono gravemente e dicono che sicuramente quelli di Harvard hanno ragione.
Non so come farei, senza di lui. E' lui che tiene i conti, controlla le fatture, sollecita i pagamenti. Come copy non sarà un gran che, ma come amministratore è insostituibile. C'è solo una cosa che non capisco bene: come mai lo giro per Milano con un Ciao e lui con una Volvo.

MAURIZIO DAL BORGO



IL MIO ART.

Il mio art non è un art. E' una balena.

Intendo: no è che io sia un fucellino. Ma io sono pur sempre sotto il quintale-io.

Lui no. Lui è così grosso che, quando camminiamo per strada, lo prendo sottobraccio e mi sento protetto. Specialmente con gli accounts delle agenzie. Li spaventa.

Ma la qualità principale del mio art è un'altra.

Il mio art scrive delle bellissime headlines.

Le nostre sessioni di lavoro si svolgono più o meno così:

A) Andiamo a prendere il briefing. Di solito, parlo io (è sempre il copy che parla). Annuisco con aria interessata. Faccio alcune brillanti osservazioni sulla situazione di mercato (copiate pari pari da qualche rivista tipo Harvard Business Review, che tanto non la legge nessuno).

Poi andiamo nel nostro studio al sesto piano di una vecchia piazza milanese.

B) Il mio art comincia a scarabocchiare su un blocco vergine. Io apro l'Intrepido o Batman.

C) Lui ogni tanto bofonchia qualcosa. Io rispondo a monosillabi.

D) Poi viene la sera. Ci salutiamo e torniamo alle rispettive vite private.

E) Ripetiamo i passi B) C) D) per un certo numero di giorni.

F) Poi lui di solito viene fuori con le Idee. E assieme alle Idee sforna anche una serie di headlines. Alcune sono indescrivibili. Altre fanno semplicemente vomitare. Ma ce n'è sempre un paio comunque migliori di quelle che saprei fare io.

G) A me non resta che dare una lustratina all'headline, tanto per fargli credere che so la grammatica e che mi guadagno il 50% della nostra parcella.

H) L'unico problema è che lui è veneziano. E sbaglia sempre le doppie. Debbo sempre stargli col fiato sul collo per correggere pubblicità in pubblicità e tappezziere in tappezziere.

Meno male che non è in coppia con Pino Pilla.

ENZO BALDONI

