

DailyOnline

MediaForum - 21/05/2002

Osservatorio sulla marca Uno yogurt da sogno

TENDENZE PRODOTTI IDEE

Brandforum.it nasce dall'idea di un gruppo di giovani ricercatori universitari che da anni svolgono indagini e attività di consulenza per le imprese nel campo della comunicazione. Oggetto principale di questo progetto lo studio e l'approfondimento del brand. Il mondo Mller, da sempre caratterizzato da elementi di extra-ordinarietà, ritorna sullo schermo con un nuovo spot; difficile tratteggiarne la trama che richiama, piuttosto, un momento di destasi onirica provocato dalla degustazione del prodotto pubblicizzato. Chiara la connotazione surreale di questa campagna espressa sia attraverso il tema principale dello spot, il sogno, produzione psichica di immagini, percezioni, emozioni accostate in maniera irrealistica o illogica, sia attraverso le numerose citazioni pittoriche: dall'impalpabilità della materia di cui fatto il gigante blu che richiama direttamente i cieli di Magritte, al fluire dell'inconscio tipico dei quadri di Dal. Mller diventa così uno yogurt da sogno. La donna, cullata dalle braccia avvolgenti del custode (gigante buono) dei suoi sogni gusta voluttuosamente la crema di yogurt e osserva beata il fluire dei suoi desideri più reconditi: mari incredibilmente trasparenti e pacifici, spiagge incontaminate, fenicotteri rosa che si librano leggeri nel cielo, e città simili a New York che si ergono serene con i loro solidi grattacieli, come se nulla potesse spezzare questo magico incantesimo. Ma come noto, i sogni sono spesso difficili da decifrare, e così lo spettatore si trova a compiere un vero e proprio sforzo interpretativo per comprendere la simbologia del mondo Mller; la barca che scivola sulle acque verdi trasparenti simbolo della leggerezza dello yogurt, ma anche un'allusione al lento cullarsi in uno stato di totale abbandono al piacere onirico; la città sospesa nell'aria può sembrare una novella New York, ricostruita e rasserenata, così come un neo-Olimpo del piacere facente parte del delirio onirico della fanciulla. Ed infine, il gigante blu che culla soavemente la ragazza potrebbe essere interpretato come la personificazione del Piacere, a cui si deve questo dolcissimo sogno, oppure come il custode del sogno stesso, in grado di prolungare indefinitamente questo stato di destasi. Tuttavia questa campagna non può essere certamente definita come un mutamento delle modalità comunicative, visto che da sempre Mller ci ha abituato alla messa in scena di performances particolari, sottolineate dall'apertura e chiusura del sipario blu e dalla frase Mller presenta, una vera e propria delimitazione dell'universo separato e straordinario di questo brand rispetto all'intera categoria degli yogurt. La libertà di Mller consiste proprio nel riuscire a mantenere costante il nucleo assiologico, il piacere, valore fondante della marca, assieme ad una narrazione sempre caratterizzata da situazioni surreali, da ludicità e non-sense, riuscendo per a declinarla di volta in volta in discorsi in grado di stupire proprio per gli anomali e arditi accostamenti figurativi.

BRANDFORUM.IT