

Storia di una pesca e della bambina che dice una bugia



Lo spot pubblicitario di Esselunga, che tanto ha fatto parlare di genitori separati con bambini “necessariamente” tristi, ha catturato la mia attenzione anche per il protagonismo di un frutto come la pesca (*prunus persicus*) che nel grande campo delle narrazioni entra finalmente in competizione con il frutto che la fa da padrone: la mela. Sì, perché mentre la mela il cui nome scientifico è, forse non a caso, *malus communis*, è il “pomo della discordia”

nella mitologia greca al punto da aver provocato la guerra di Troia, è il “frutto proibito” della Bibbia che causa la cacciata di Adamo ed Eva dal Paradiso terrestre e, ultimo ma non ultimo, è il frutto avvelenato di Biancaneve, la pesca in questo suggestivo spot pubblicitario, si impone come il frutto dell’amore e della concordia.

Siamo in un supermercato, la mamma che fa la spesa si accorge che la sua bambina, Emma, si è allon-



tanata, ansiosamente, la cerca e la trova nel settore della frutta di fronte a un banco carico di pesche. Emma ha il volto triste, è pensierosa, la mamma le compra una pesca non prima di averle ricordato di non allontanarsi senza dirlo. La pesca scorre sul nastro trasportatore alla cassa; il fotogramma con il frutto e il volto della bambina una di fronte all'altra diventano l'icona del film. La mamma è ignara dell'intenzionalità che Emma attribuisce a questo

frutto: non si tratta di mangiarlo ma di donarlo al papà che verrà a prenderla svelando la situazione di una coppia di genitori separati e, forse, non in buoni rapporti tra loro. La bambina sale in auto e regala al papà la pesca dicendogli: *“Questa te la manda la mamma”*; il papà rimane un attimo perplesso, sorride, le dice che gli piacciono le pesche e dopo chiamerà la mamma per ringraziarla. Ultimo sguardo del papà verso la finestra di casa sperando, forse, di intravedere la mamma. Sulla pesca appoggiata nel sedile davanti dell'auto si chiude lo spot.

Esselunga segue la linea di altri brand importanti la cui pubblicità non è costruita sulla valorizzazione del prodotto, ma su una retorica del marchio che gode già di una solida affermazione. Si tratta quindi di racconti, di film il cui messaggio costruisce un “alone” di significato al marchio che lo produce, una sorta di valore aggiunto. Che poi su questi due minuti di film si sia scatenata la bagarre innescata da chi lo ha visto come un messaggio che colpevolizza la famiglia separata, mentre la piccola Emma si ingegna come può, anche con una pesca, a tenerla unita, è questione che appartiene al costume italico di “buttarla in politica” ogni volta che si può. Il contrasto fra questa immagine della famiglia e quella del “Mulino bianco” diventa una ovvia constatazione, ma che non significa nulla poiché le due pubblicità parlano linguaggi e si basano su estetiche completamente diversi.

Resta il fatto che questo cortometraggio è impeccabile sul piano della sceneggiatura, della regia, della recitazione. La bambina, selezionata sulla base di un casting accuratissimo, è formidabile, in ogni passaggio del film il suo sguardo parla.

Realizzato dall'agenzia di comunicazione “Small” di Luca Lorenzini e Luca Pannese, con sede a New York e con al suo attivo numerosi riconoscimenti, questo film sponsorizzato Esselunga ha un unico scopo: suscitare emozioni positive che ricadono su chi lo ha promosso. La politica che si è schierata a favore o contro ha fatto (ancora una volta) una pessima figura e un ottimo servizio a questa pubblicità sovraesponendola oltre le aspettative di chi l'ha realizzata e pagata.

Ai creativi non resta che mantenere un dignitoso quanto professionale *low profile*: *“Per noi è una piccola storia in cui una bambina si affida a un trucco (ingegnoso e ingenuo al tempo stesso) per provare a migliorare i rapporti tra due genitori che, come si vede nello spot, hanno un rapporto distante e freddo. Tutto qui”* (La Stampa, 28/9/2023, p. 16).

Per ciò che riguarda la pesca come frutto, c'è da aspettarsi che la sua immagine guadagni posizioni; ci aveva già provato Roald Dahl con il suo racconto *James e la pesca gigante*.

www.fanpage.it/milano/cosa-significa-lo-spot-della-pesca-secondo-esselunga-le-nostre-domande-la-loro-risposta (ultima consultazione 21/11/2023).