Tempo di lettura: 2 min
Autore: Giada Oricchio
http://www.iltempo.it/cronache/2018/07/10/news/chicco-pubblicita-baby-boom-spot-pro-nascite-sesso-fate-bambini-per-l-italia-divide-il-web-polemiche-1077172/?refresh_ce

"Fate bambini per l'Italia!" Lo spot pro-nascite della Chicco divide il web

Il video-appello in tv con amplessi e baci appassionati: "Fatelo ovunque anche senza Mondiali!"

Ricordate lo slogan "**Chicco** dove c'è un bambino"? Beh adesso, tenetevi forte perché sono migliaia, milioni, trilioni. L'azienda di articoli per l'infanzia ha lanciato una nuova **pubblicità** tv in onda da qualche giorno inneggiando al **baby boom**. Chicco va ai Mondiali di calcio e vuole segnare tanti gol. Lo spot si propone come un inno alla vita, peccato che la vita non sia uno spot.
La premessa è la seguente: "Non sarà il 1982 o il 2006 ma anche quest'anno le notti possono essere magiche". Sì, perché l'Italia è fuori, ma gli uomini lo mettano dentro. Davanti alle facce degli italiani affranti per il flop della Nazionale, una voce fuori campo con tono enfatico ricorda:

“Per la prima volta dopo 60 anni **l’Italia non gioca il Mondiale. Una tragedia**”. Perché? Perché “ogni urlo di allegria, ogni gesto di esultanza, ogni Mondiale vinto finisce sempre con il baby boom. Un’**esplosione dell’indice naturale di natalità**, una pioggia di neonati che ci ha allagato di ottimismo facendo dell’Italia una nazione straordinaria”. Così le immagini di festa sfumano in un uomo che guarda con cupidigia la sua donna e le salta addosso. E via con l’Italia produttiva e ottimista del dopoguerra. Con tanto di bianco e nero per rievocare i bei tempi che furono. Viene anche un po’ da sorridere quando lo spot mostra **donne e uomini soli, tristi e sconsolati** e la voce fuori campo sale d’intensità e pathos sottolineando che oggi la situazione è diversa.
Qual è la soluzione a tanta depressione? Ma semplice per dindirindina! “**Facciamo un altro baby boom!** Abbiamo bisogno di migliaia, milioni, trilioni di bambini che ci aiuteranno a crescere portando l’Italia dove è giusto che sia” (Che significa ‘dove è giusto che sia’? A uno stage non retribuito? A “cercasi 20enne con esperienza nel settore di 5 anni?” A 500 euro mensili?).

Sempre più coinvolto nell’**orgasmico spot** il narratore esorta a “**farlo per l’Italia**, facciamolo tutti, l’uno con l’altro, uniamoci e moltiplichiamoci all’infinito”. L’invito che sa di ordine, di nazionalistica chiamata alle armi, diventa sempre più retorico: “Facciamolo per amore o semplicemente per voglia

di farlo. Facciamolo **dovunque, ovunque, e comunque sia**. Facciamolo per l'Italia perché in questo Mondiale, i gol li segniamo noi". E si vedono uomo e donna fanno sesso in casa, in ufficio, dal barbiere, in un parcheggio, dentro la macchinetta della foto tessera (c'è pure il souvenir, nda). Così impostata, sembra che alla Chicco non frega niente se siete innamorati, se avete un progetto di vita in comune, se avete la disponibilità per mantenere il "gol mondiale" (ma si può paragonare un figlio a un gol?!) dalla culla ai 20 anni sperando che non sia un bamboccione. C'è da riempire seggioloni e vendere biberon. Quindi accoppiatevi come conigli ovunque voi siate, tanto poi passa Pantalone a pagare. Se invece siete coppie omosessuali, vi dovete arrangiare. A voi non spetta neppure ogni 4 anni.
Lo spot è una rivisitazione in chiave commerciale della celeberrima frase pronunciata da John Fitzegerald Kennedy il giorno del suo insediamento alla Casa Bianca nel 1961: "Non chiederti cosa il tuo paese può fare per te, chiediti **cosa tu puoi fare per il tuo paese**". Nel caso della Chicco, di patriottico c'è al massimo la stinta bandiera tricolore sulla faccia dei tifosi.
Lo spot ha spaccato i social: chi applaude all'iniziativa, chi ricorda all'azienda l'autogol (per restare in tema) avendo spostato la produzione all'estero ("dite, facciamo crescere l'Italia ma la produzione abbigliamento Chicco dov'è? All'estero!!!"), chi ricorda la storia ("Questo spot sembra

uscito dal ventennio”) e chi risponde in modo pragmatico (“Se potessi, farei 2, 3, 10 figli, ma non credo che l’azienda me li crescerebbe o mi darebbe una mano a livello economico. È facile, troppo facile dire “fate figli”, poi come li mantengo?”, comica la risposta della Chicco: “crediamo che i bambini riescano a portare tanta speranza, anche nei momenti più difficili”. La signora darà da mangiare ai pargoli pansperanza e latte di sorrisi). Molti hanno criticato la **superficialità** con cui è stata derubricata ad atto sessuale l’importante decisione di mettere al mondo un bambino che invece dovrebbe rappresentare la sublimazione dell’amore di coppia. In qualunque modo sia formata. In fin dei conti un figlio non assomiglia a un pacchetto di patatine da mangiare davanti a una partita.