Qualcosa unisce le pubblicità post Covid dei brand (e le rende tutte un po’ simili)



Avete notato come è cambiato il tono delle pubblicità nelle ultime settimane? I brand stanno comunicando in modo diverso, come è diverso il momento che stiamo vivendo a causa del **Covid-19**. Dopo il picco di emergenza sanitaria, il lockdown e i divieti imposti per oltre due mesi, entriamo nella **Fase 2**, una fase di progressiva riapertura in cui ci ritroviamo a fare i conti con una **triste realtà emotiva ed economica.**

L’Italia sente l’esigenza di una spinta verso la **ripresa**. Ci siamo fatti forza con la solidarietà, il “*sentirci vicini rimanendo lontani*”, le connessioni del quotidiano. Ma ora più che mai abbiamo bisogno di identificarci con valori essenziali e con messaggi positivi ed incoraggianti per affrontare questa nuova fase. Così anche la pubblicità segue una sorta di **trend**

del post-Covid (e non solo in Italia).

I brand che ci accompagnano ogni giorno si connettono con il momento particolare e fanno sentire la loro vicinanza – o meglio – la loro **responsabilità** nei nostri confronti. Le pubblicità post Covid raccontano le nostre giornate passate in casa alla riscoperta di tante emozioni che avevamo forse messo da parte. I brand riconoscono nella tecnologia il ruolo fondamentale di connessione tra affetti e condivisione alternata tra momenti di svago e attività lavorative.

In questo momento ritroviamo infatti uno **scenario "universale"** il cui target è ampio, al limite del generico.

Momenti e spazi condivisi

Lo spot **Chiquita** celebra l'**originalità** tutta italiana dimostrata durante il lockdown. Una serie di foto e video che dietro un momento storico difficile mostra un vissuto simpatico, espresso da ognuno attraverso i propri spazi e impegnando la propria creatività. Un **ringraziamento** agli italiani, che non si sono arresi e che con la stessa forza e originalità sono **pronti a ripartire**. *(Agency: Bitmama)*

Sulle note della canzone *My Favourite Things*, **Mulino Bianco** ci ricorda che la felicità è fatta di piccole cose, dai gesti quotidiani ai piccoli vizi golosi. Le immagini raccontano questi ultimi mesi, ripercorrendo quegli attimi che ci hanno reso protagonisti nelle nostre case, allo stesso modo. Sono proprio questi **momenti di positività** su cui il brand si fa forza per restituircela, per accompagnarci **al ritorno della normalità** senza dimenticare di fare tesoro delle belle emozioni riscoperte. *(Agency: Publicis)*

Così anche **Carrefour** ci fa compagnia in casa dove, per noi amanti del buon cibo, gli ingredienti non sono un semplice elenco di prodotti ma un insieme di **occasioni per tenerci**

uniti. *(Agency: Publicis)*

Vicinanza ed empatia anche per **Jeep** che attraverso i volti dei lavoratori, l'inventiva e lo spirito combattivo degli italiani incita ad un nuovo inizio. L'augurio del brand è quello di una **nuova ripartenza**, la nostra e quella dell'economia italiana. *(Agency: Leo Burnett)*

I brand dunque ci spronano, **assicurano** la loro vicinanza, **promettono** di tenerci la mano in questa risalita. Forse per questo, per l'uso di parole rassicuranti, toni e musiche pacate, scene di convivialità, riconosciamo una certa **somiglianza tra le pubblicità post Covid**.

Del resto in questo particolare momento, l'insight che ritroviamo **è lo stesso per tutti**, per i diversi brand e anche per noi.

Alcuni spot però, almeno nella narrazione sono riusciti a distinguersi dagli altri, distaccandosi da una **esagerata ricerca dell'effetto empatico** e da una rincorsa ai buoni sentimenti.

Pibblicità post-covid: ripartire consapevoli di emozioni riscoperte

Milano è una delle città sfortunatamente protagoniste di questa pandemia. Ma Milano non si ferma: come un leone colpito si rialza fiera, *un passo alla volta*, con la voglia di rialzarsi ancora più forte.

Il rapper **Ghali**, tra i diversi quartieri, ci racconta una **città ferita**, ferma ma **impaziente di ricominciare**, che si adatta, aspetta, si reinventa. L'alba è quella tanto attesa da una metropoli che si sveglia ancora assonnata ma con la determinazione di ripartire con le sue mille attività. Perché dopo il buio arriva sempre l'alba che si apre in "*quel cielo di Lombardia, così bello quando è bello*" (cit. *Manzoni,*

Promessi Sposi). *(Agency: TBWA)*

Mentre il mondo è andato in pausa, le **emozioni** e le esperienze hanno continuato ad esistere in casa con ognuno di noi. Uno **specchio di vita**, di preoccupazioni, di **cambiamento**, di amore, di **riscoperte** raccontate proprio dai nostri spazi più familiari.

Ed è da lì che **Ikea** ci sprona a ripartire e continuare, anche se in modo diverso, quella **vita** che almeno dentro casa **non si è mai fermata**. *(Agency: DDB)*

Lavazza inneggia al sentimento di un'**umanità ritrovata**, alla sensibilità individuale che fa eco nella **comunità**. Il rispetto e la responsabilità verso ciò che è diverso, verso il nuovo e quello che già esiste grazie anche al ruolo della tecnologia e della scienza: queste sono le parole tratte dal discorso finale di **Charlie Chaplin** nel suo film **"Il Grande Dittatore"**.

La ricerca di ciò che è giusto per tutti attraverso un consapevole annullamento degli **stereotipi** e delle **prevaricazioni.** Sembra strano realizzare che queste parole, attuali più che mai, siano state pronunciate nel 1940. *(Agency: Armando Testa)*

C'è chi dice basta alla pubblicità post-Covid

Eppure, c'è sempre un **rovescio della medaglia**. Dopo esser stati bombardati da messaggi rassicuranti, ringraziamenti e celebrazioni di una **nuova fase** c'è qualcuno che mal sopporta queste pubblicità.

Sui social, da qualche settimana è diventata sempre più forte l'**insofferenza** verso questa **retorica nella comunicazione**. C'è infatti tutto un altro pubblico che non si riconosce in queste esagerate coccole dei brand. Un pubblico che prende voce e si rivolge ai brand, sgridandoli.

La campagna si riferisce all’**esasperazione** spettacolare di molte pubblicità ideate già prima del Covid ma che per alcuni, calza perfettamente con questo momento. *(Agency: 5hort)*