

DAI 6 MAGGIO

16

## Rai, contro la crisi riecco Carosello

di Patrizia Simonetti

Carmencita sei già mia, chiudi il gas e vieni via". Chi, se già c'era, non ricorda il tormentone del Caballero, cavaliere della pampa sconfinata ma, ahimè, privo del "baffo che conquista"? Era uno degli spot firmati Armando Testa che impazzavano negli Anni 60 nel magico contenitore televisivo di *Carosello*, andato in onda ogni sera alle 20.50 sulla Rai dal 3 febbraio 1957 al primo gennaio 1977. In quei vent'anni ha creato personaggi cult che spesso rievochiamo con nostalgia - da Susanna Tuttapanna a Calimero - e ha catapultato nel mondo della pubblicità, quando ancora si chiamava *réclame*, registi come Magni, Olmi, Avati e Fellini e attori quali Totò, De Filippo, Gassman, Manfredi, Tognazzi e Jerry Lewis.

Neanche oggi, a dire il vero, ci possiamo lamentare. La Tv pullula dei cosiddetti spot d'autore firmati Sofia Coppola, Ridley Scott e Salvatore e di star del cinema come George Clooney, Antonio Banderas, Willem Dafoe, Monica Bellucci. Ma non è la stessa cosa. Carosello ha fatto la storia della pubblicità e della televisione, e la storia, si sa, si ripete. Ma siccome la Tv è cambiata, così come la comunicazione, ecco a voi *Carosello reloaded*, in forma rivisitata, sigla compresa, e pronto ad invadere

più di una nuova tecnologia. In onda su Rai1 da lunedì 6 maggio, il tradizionale appuntamento quotidiano alle 21.10 proporrà tre ministorie o "extended spot" da 70 secondi ciascuno. Ma si potrà seguire anche sul web (Rai.tv e Rai.it), su Rai Radio1 e su smartphone e tablet grazie ad una app gratuita, senza dimenticare le 510 sale cinematografiche nelle quali verrà trasmesso.

**OBIETTIVO** dell'esperimento, che per ora andrà avanti fino al 28 luglio, è "risvegliare la creatività nelle persone e nelle agenzie" afferma Fabrizio Piscopo, direttore generale Sipra/Rai Pubblicità, ma anche "riaccendere i riflettori sulla pubblicità per rispondere ad una crisi che non concede tregua in questo settore; questa operazione potrebbe valere per la Rai incassi pubblicitari aggiuntivi per 15-16 milioni, 20 se tutto dovesse andare per il meglio". Incassi che arriveranno dai 12 clienti previsti per ogni trimestre ai quali è richiesto un investimento di 1 milione di Euro, uno sforzo economico non indifferente per le medie e piccole imprese. Non a caso tra le 7 finora confermate svettano i due colossi Eni e Ferrero. Se non altro, grazie a quest'ultima, rivedremo Jo Condor e il Gigante Buono, al quale, in un momento come questo, ci verrebbe davvero da dire "gigante, pensaci tu..."