Natale e Marketing, un secolo di pubblicità che funzionano alla grande

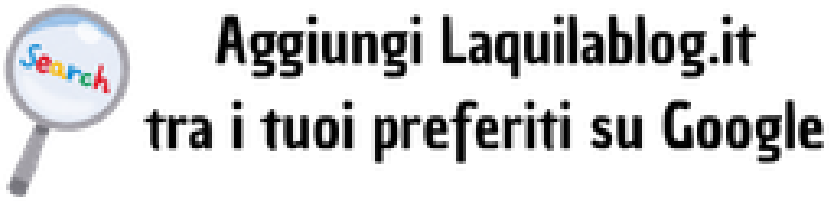
Dicembre 26, 2022

Quando pensiamo al Natale, la prima immagine che ci viene in mente è Babbo Natale. Ebbene, il design di questo personaggio è la più grande trovata pubblicitaria di tutti i tempi, infatti il Santa Claus che conosciamo tutti nasce nel 1931 quando la Coca-Cola ha commissionato un ritratto di Babbo Natale per una pubblicità natalizia a Haddon Sundblom. Prima del 1931 questo personaggio era stato ritratto già in vari modi, uno tra questi molto simile al personaggio del Grinch, quindi una sorta di elfo verde spaventoso vestito di rosso.

Come potete immaginare, un personaggio spaventoso non avrebbe invogliato i più a comprare la Coca-Cola, così Haddon Sundblom prendendo ispirazione dal poema di Clement Clark Moore chiamato “Una visita da San Nicola”, anche noto come “Twas the Night Before Christmas” ha pensato ad una figura amichevole, paffuta, dolce, con la barba bianca e le guanciotte rosse. Ovviamente, con un bel bicchiere di Coca-Cola in mano.

Così, da quel giorno, nacque un vero e proprio mito presente in ogni pubblicità. Parlando di spot, sempre la Coca-Cola nell'83 ha realizzato una delle pubblicità più iconiche di sempre nonostante – soprattutto dal punto di vista canoro – lontana dallo scenario italiano. Infatti, nel Belpaese lo spot che ad oggi ha segnato di più la storia delle pubblicità natalizie è quello della Bauli del 2009. Sulla falsa riga dello zecchino d'oro, in pochi secondi la pubblicità racchiude il calore del Natale e rimane impressa nella mente di chiunque la ascolta.

Per farvi un esempio, chi dei lettori sentendo le parole "A Natale puoi…" riesce a trattenersi dal continuare il jingle?



Mentre, ricollegandosi alla figura di San Nicola non si può non parlare dello spot della Barilla del 1993 che ha scaldato il cuore di ogni italiano imprimendo a ferro il motto “Dove c’è Barilla c’è casa”. A differenza dello spot della Coca-Cola e di Bauli, qui c’è una narrazione che vede protagonista Babbo Natale intento a viaggiare tra la neve fino all’abitazione di un bambino. Questo esce a salutarlo e, prendendolo per mano, lo fa accodomare all’interno della casa caratterizzata da un’atmosfera calda e accogliente. Questa pubblicità riesce a “smascherare” in modo incredibilmente poetico la figura di Santa Claus, toccando – tra le altre cose – anche uno dei più grandi traumi dei bambini; la scoperta che Babbo Natale non è chi loro credono sia.