

Le parole per un successo

CINZIASASSO

DI QUELLA sua prima qualifica - operaio agricolo - stampato nero su bianco sul libretto di lavoro, va ancora assai fiera. Adesso, libera professionista della creatività, nome che è un marchio del copywriting, Annamaria Testa è tornata alle origini.

Di nuovo in campagna, a trafficare nell'orto tra zucchine e cipolle; e poi



La "creativa" Anna Maria Testa

nel frutteto, tra mandorli, fichi, melograni, meli e noccioli. La raffinata signora di indimenticabili campagne pubblicitarie — liscia, gasata o Ferrarelle; nuovo? no, lavato con Perlana — calza inzacccheratissimi zoccoli Birkenstock e all'ospite impone quel che impone a se stessa: in casa si entra solo scalzi.

Il buen retiro è un borgo del 1100, inerpicato su per le colline del piacentino, appena al di là del fiume Trebbia.

segue a pagina 14

CINZIASASSO

segue dalla prima

«**P**roprio sulla schiena del drago» spiega lei, dilungandosi in una lezione sul «feng-shui» e sulla Cina. Acquistato, ristrutturato con le regole della bioarchitettura e finalmente abitato. «Le città — dice — sono diventate dei posti strani per abitare. Mio figlio Michele quando sta qui non ha il raffreddore: appena arriviamo a Milano si ammala subito di qualche cosa». «E poi oggi — continua — chi non ha bisogno del contatto diretto con il pubblico può lavorare vivendo ovunque: c'è il telefono, il fax, l'e-mail, e il mio lavoro lo posso fare tranquillamente da qui». Qui, lo sguardo perduto sui campi a orzo e grano (naturalmente agricoltura biodinamica) e su una vigna di gutturino ormai maturo, nello studio che era un granaio, sono nati ad esempio il nome e il marchio di Wind; qui è stata messa a punto quella che si chiama la mission aziendale.

È stato uno degli ultimi lavori importanti della consulente Testa: «Mi chiama Tatò — ricorda — e mi dice che hanno dato incarico a una società inglese di preparare un nome per la loro nuova creatura ma che nessuna delle proposte era soddisfacente e che dunque provavano a rivolgermi a me. Mi hanno spiegato quali erano gli obiettivi aziendali, che cosa volevano comunicare con il marchio che avrebbero scelto. Ho studiato la cosa, ho preparato una rosa di trenta proposte ed è nato Wind». «La comunicazione — spiega Annamaria — non si fa con l'improvvisazione né con le furbie. Significa tradurre contenuti e obiettivi in un linguaggio che l'altro possa comprendere e in forme che uno possa condividere. E la forma è tanto importante quanto il contenuto». Perché credeva nei contenuti, ha lavorato per il Pds; prima per i Verdi; a Milano per la campagna del sindaco (quando si presentarono Dalla Chiesa versus Formentini). «Ma vorrei precisare bene il periodo — sottolinea — era tra il '94 e il '96. E lo dico perché non sono d'accordo con la comunicazione che hanno fatto prima né dopo».

Comincia nel '74 la carriera di quella che era una ragazza volitiva e appassionata, figlia unica di un padre con una vena di genialità («Lavorava alla Stipel, la società dei telefoni di allora, ma era anche inventore: sembrava Archimede, il Cnr lo ha nominato direttore di ricerca») e di una madre che aveva cominciato a lavorare a 14 anni. Liceo classico al Carducci, «negli anni in cui poco si studia e tanto si va alle assemblee». «Non sapevo niente di greco ma scrivevo benissimo»; ricorda; tanto che, quando si iscrive a filosofia, che poi cambia con lettere, si presenta a un'agenzia di pubblicità che sta cercando «qualcuno che sapesse scrivere bene». Ma il primo vero impiego, quello che finisce sul libretto, è da operatore agricolo per via di un campo di lavoro finalizzato al rimboscimento di una zona del lago di Garda. Sono le due anime di Annamaria: quella ecologista e quella creativa.

La sua formula vincente è mettere insieme teoria e pratica

La prima vera occasione arriva però con l'agenzia Italia, quella di Emanuele Pirella. Pur senza avere la laurea (che resterà una meta abbandonata), Testa ottiene una borsa di studio dallo Sda della Bocconi per un corso di marketing e pubblicità e intanto, fino all'80, lavora per Pirella. Ma il ritmo è massacrante, ne risentono gli studi («Volevo avere tutti 30, piuttosto di rovinare la media ho preferito mollare»), matura la decisione di mettersi in proprio. Dopo qualche anno da consulente, ecco nel '90 il grande salto: l'agenzia fondata da Annamaria con due soci — ben fornita di clienti importanti, fucina instancabile di campagne pubblicitarie di successo — viene acquistata da un colosso multinazionale, la Bozell, presente in 40 Paesi e con un budget da un miliardo e mezzo di dollari. La «fama» porta Annamaria a raggiungere un altro, desiderato, obiettivo: quello di insegnare per chiamata all'università (prima La Sapienza di Roma, adesso lo Iulm di Milano). E cosa insegna? «Come comunicare dal punto di vista pragmatico: come si fa a costruire un discorso persuasivo, come si scrive un testo comprensibile e convincente; come capire qual è la sostanza e dargli la sua forma».

Quattro anni fa, dopo che ha scritto due libri (un saggio e uno di racconti, un terzo è appena uscito) e mentre ormai fa il manager, Annamaria si ritira: «Ormai — dice — mi trovavo a gestire persone, non più a fare lavoro creativo. E la carriera aziendale, la scalata al potere, non fa per me, non mi interessa. Avevo bisogno di libertà e poi doveva arrivare il mio Micio». Il «Micio» è Michele, un bambino che adesso ha 4 anni: «Per lui ho preso un anno sabbatico e per un figlio a 43 anni mi sembra che fosse il minimo da dedicargli». Intanto il cantiere del borghetto sulla «schiena del drago» («Qui hanno lavorato tutti muratori bulgari, sono bravissimi e sono gli unici a saper ancora lavorare la pietra») cresce; Michele pure e all'asilo va anche quassù («Con un po' di figli di contadini — dice lei — il che va benissimo») mentre Annamaria riprende a lavorare: per l'Enel, per le Poste Italiane. Senza più lo stress di un'azienda da mandare avanti, senza più lo stress della città a tutti i costi.

Così come Annamaria Testa insegna la ricetta per scrivere bene, ne ha una da suggerire per il successo? «No, non esiste. Al successo si arriva per una dose di capacità innata, una dose di influenze ambientali, un po' di opportunità e un pizzico di casualità. Nel mio caso si sono sposate tutte insieme le cose e certo c'ho messo del mio: ho azzeccato delle campagne fortunate ma poi, scrivendo i libri, ho anche ragionato su quello che facevo. E poi il mio marker, il tratto caratteristico del mio stare al mondo, è la mania di intrecciare teoria e pratica. Anche adesso, nella mia vita, è quello che cerco di fare ogni giorno: faccio la consulente, la mamma in modo serio e anche l'insegnante. E di nuovo un fine lavoro di tessitura che mette insieme fili differenti».