

«La sfida più difficile della mia carriera? Ridisegnare le bollette»

Annamaria Testa e il segreto della pubblicità

di ANNA GIORGI

- MILANO -

L'INTENZIONE originaria era quella di far parlare Annamaria Testa, una delle più brillanti pubblicitarie italiane, del suo ingresso (da oggi) nella Hall of fame dell'Art directors club italiano, il «pantheon» della creatività nazionale. Lei è la seconda donna ad avervi accesso dopo Fernanda Pivano e dopo tanti altri uomini illustri che hanno nutrito e modellato nuovi linguaggi, nel settore dell'arte, del design, della grafica o del teatro.

Ma è inutile parlare con lei di riconoscimenti, premi (tanti), aneddoti legati a un passato troppo lontano. Chi non ricorda il «Passaparola» di Perlana, lo slogan «Strizza il velopendolo» per la Golia o il «Liscia gassata o Ferrarelle?» con la Gioconda. Guardarsi indietro? «Solo per costruire nuovi sogni». Buona regola, con i creativi, è parlare soprattutto del futuro.

Evoluzione e contaminazione, nuove sfide, perché il «tutto in divenire» del filosofo Eraclito non è mai stato così vero, i pensieri devono andare verso «il nuovo e l'utile» per cambiare qualcosa.

Parlare con lei di una singola pubblicità, seppure di grandissimo successo, è riduttivo e quasi ridicolo.

Ecco la prima lezione che si impara quando si ha di fronte Annamaria Testa. E finisce che l'intervista (simpaticamente) la guida lei. «Sa, per me, qual è stata una grande sfida?»

No, ce la racconti...

«Rifare le bollette dell'Enel».

Come è successo?

«Qualche anno fa mi chiamò l'amministratore delegato Franco Tatò e mi disse: le bollette, così, sono illeggibili, che possiamo fare?»

Qual è stato l'apporto creativo?

«Abbiamo smontato una a una tutte le voci, un lavoro pazzesco e cercato di capire cosa evidenziare. Abbiamo ribaltato tutto e poi rifatto la gabbia grafica, creando un circuito di lettura più chiaro e immediato».

E un progetto a cui è legata che forse non conosciamo in tanti?

«Ho scritto il testo della canzone di Milva «Dicono di me»».

(Eclettica, colta, con garbo parla al telefono e contemporaneamente consulta l'ipad).

Poi non dimentichiamo le nuove generazioni.

(Il futuro dei giovani è un suo palino).

«Per loro e per chi vuole accedere facilmente a uno scambio di idee, partecipare a un simposio di nozioni politiche, culturali, sociali, spunti di riflessione, ho creato il blog «Nuovo e utile».

Ci sono una serie di link sulla musica, sul teatro, sul cinema».

Perché proprio «Nuovo e utile»?

«Perché queste parole sintetizzano bene il processo creativo: esprimono qualcosa che non esisteva prima, ma che nel contempo è utile a qualcuno».

Ma alla fine, cosa è per lei la creatività?

«Le racconto una storiella che rende bene l'idea.

Se io ho una mela, lei ha una mela e ce le scambiamo io e lei abbiamo sempre una mela.

Se io ho una idea, lei ha una idea e ce le scambiamo abbiamo due idee».

anna.giorgi@ilgiorno.net



**IL PROGETTO
CHE AMO DI PIÙ**

Ho scritto il testo
della canzone
di Milva «Dicono di me»
In pochi conoscono
questa curiosità



**ECCO COS'È
LA CREATIVITÀ**

È scambiarsi delle idee
e condividerle
Così ci si arricchisce
e si progredisce
inventando cose nuove

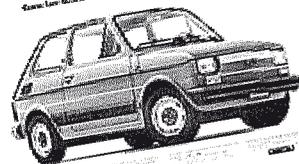
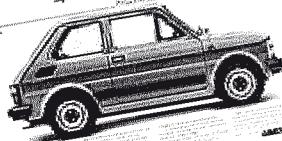
IL PERSONAGGIO

SLOGAN

Campagna
notissima
quella
dell'acqua
liscia,
gassata o...

UN TALENTO

HA IDEATO CAMPAGNE
DALL'ACQUA MINERALE
ALLE CAMELLE BALSAMICHE



MERCI

Slogan
per la Fiat
e per una
caramella
balsamica
A destra
Annamaria
Testa

