

Decima puntata

SIGLA

Alfabeto friulano delle rimozioni

Arbitrario pellegrinaggio tra nomi e cognomi che il Friuli non deve dimenticare.

A cura di Paolo Patui

Sulla sigla, voce fuori campo: N come Nonino Luigi

Sigla in dissolvenza

(carta d'identità accompagnata dal rumori di una macchina da scrivere)

Nome: Luigi

Cognome: Nonino

Nato : a Udine nel 1900, compirà 104 anni il prossimo 22 aprile

Professione: calciatore professionista, giornalista, responsabile marketing e pubblicità di varie aziende nazionali;

Segni particolari: fisico atletico, slanciato e ricco di vitalità, evidenziata ancor più dai grandi occhi scuri che ne caratterizzano il volto.

STACCO MUSICALE

Jingle di un tipico spot pubblicitario anni '70.

Attrice – *(canticchia sullo scroscio di una vasca da bagno che si riempie; poi come rivolta a un pubblico immaginario)*...salve! Vi va di venire con me? Ma che cosa avete capito? Non nella vasca da bagno! Non ci staremmo mica tutte là dentro! Intendevo dopo cena...al cinema, a ballare, a passare una serata assieme! Non vi va? Troppo stanche? Fate come me allora! Svestitevi,
.(esitazione, poi cambio di tono, rivolgendosi alla regia).... .ma perché devo dire una battuta così scema, non potrei essere già svestita fin dall'inizio dello spot?

Regia - ... ma è impazzita! che diavolo sta dicendo? Questa è TV mica cinema!

Attrice – Appunto, così attiriamo più l'attenzione.....insomma mi avrete pur scelta per qualche motivo. O no?

Regia - Sì, ma questo è Carosello, roba per bambini, per famiglie. Ce la fa a capire che se lei mi compare nuda...

Attrice – Ho detto svestita.....

Regista – La smetta! Faccia quello che è previsto dal copione e cerchi di recitare. Se ci riesce!

Attrice – Ci riesco, ci riesco...

Regista - Si rifà tutto. Motore, azione.....

Jingle di un tipico spot pubblicitario anni '70.

Attrice – *(canticchia sullo scroscio di una vasca da bagno che si riempie; poi come rivolta a un pubblico immaginario)*...salve! Vi va di venire con me? Ma che cosa avete capito? Non nella vasca da bagno! Non ci staremmo mica tutte là dentro! Intendevo dopo cena...al cinema, a ballare, a passare una serata assieme! Non vi va? Troppo stanche? Fate come me allora! Svestitevi e immergetevi in un bel Bagno schiuma Vidal e tutta la vostra carica vitale tornerà come nuova.

Come dite? Non avete in casa il Bagno Schiuma Vidal?.....beh allora....d'accordo, per questa volta c'è la mia vasca...ma mi raccomando, una alla volta.....

Jingle

Attrice – Non restate mai senza Bagno Schiuma Vidal in casa. Non tutti sono disposti a imprestarvi la loro vasca da bagno.

Bagno Schiuma Vidal: tutta la freschezza dell'energia vitale.

Jingle

Regista – Che ne dici?

Nonino – Lo sai che appena girati mi sembrano tutti deboli.

Regista – Ma questo non è debole! E' carino, Simpatico, ammiccante...

Nonino – Banale, solito ... e poi..poi ci sono almeno due errori di grammatica, capisci....

Attrice - ...glielo avevo detto io! Non si può dire immergetevi in un bel Bagno Schiuma non ci si entra mica in un flacone di bagno schiuma!

Regista – Fatela tacere ché altrimenti.....

Attrice – Ma cosa ho detto adesso?

Nonino – E' un doppio senso: il prodotto, che si chiama Bagno schiuma, nella reclame diviene il bagno per definizione, l'unico bagno possibile per ritrovare la carica vitale, l'energia e tutto il resto.

Attrice – E che cosa c'entra la grammatica allora?

Nonino – Parlavo di grammatica della pubblicità, della capacità di comunicare esattamente l'idea della bontà di un prodotto.....

Regista – Fiato sprecato.

Attrice – Non la pensava così l'altra sera quando mi ha invitato a cena.....

Regista – Sul set si parla solo di lavoro!

Nonino – Esatto! E allora dico che non mi convince questa reclame.....non va, non va. Intanto qui c'è una protagonista che si comporta come se il Bagno schiuma che usa lo conoscesse solo lei. In tutto lo spot si presume che nessuno possieda questo flacone magico: ce l'ha solo la protagonista e tutto il mondo è costretto a venire in casa sua a farsi il bagno nella vasca....

Attrice - Tutto il mondo?

Nonino – Tutto il mondo dei possibili acquirenti, si capisce!

Regista – Insisto. Fiato sprecato.

Attrice - Non la pensava così l'altra sera.....

Regista – Ho detto che sul set.....

Nonino – E poi il testo stesso possiede un suo errore di fondo. Noi qua ci rivolgiamo alle donne, è un dialogo al femminile. Come se i maschi non ci interessassero. Come se non si interessassero a un simile prodotto, quasi non si lavassero nemmeno!

Attrice – Ma è vero! E' così! Guardi che ne ho conosciuti certi.....

Regista – Mai viste due gambe così bella portare in giro una zucca così vuota.

Nonino- Non possiamo settorializzare il pubblico degli acquirenti potenziali. Se la reclame è un dialogo tra donne e basta, un ammiccamento fra loro, noi già consegniamo alla concorrenza una consistente fetta di consumatori, quella dei maschi.

Attrice – Vabbè, pazienza, sono quelli che si lavano di meno.!

Regista – Ma se l'altra sera mi ha detto ...

Attrice – Bhe ma l'altra sera non avevo firmato il contratto per questa stupidissima pubblicità...

Regista – Ma fatela tacere prima che ...

Nonino – Ma ha ragione la nostra attrice!

Attrice - Davvero?

Nonino – Ha ragione lei!

Attrice – Gli uomini non si lavano!

Nonino - Volevo dire che ha ragione lei quando dice che questo è una stupidissima pubblicità. E' sbagliato nella sua grammatica comunicativa, ed già vecchia nella sua idea di fondo: quella di usare una faccia adatta a proporre un prodotto. Un nome, un testimonial come dicono gli americani!

Regista- Ma se fino all'altro giorno non facevi che dire il contrario. Che ti eri fissato sul concetto di testimonial! Tra Amedeo Nazzari e Ilaria Occhini, lo sai quanti soldi che ha speso la Vidal?

Attrice – Ma non dovevo essere io la nuova Ilaria Occhini?

Regista – Ho detto che sul sei si parla solo di lavoro!

Nonino – Anni fa! Anni fa! Tutto questo valeva anni fa. E' ora di cambiare, di finirla con questa storia dei testimonial! Chi mi garantisce che quel tizio che mette la sua faccia in televisione deve essere uno che merita fiducia?

Regista – Ma se sei stato tu a volere quello slogan lì:.... Quello sul manifesto con nudo di donna... .mio Dio che scandalo! Cosa ci avevi fatto scrivere sopra?.....scegli il sapone come scegli il medico: questione di fiducia

Nonino – Era il 1950. 1950, capite!? E' stata un'epoca quella di Nazzari e Brillantina Linetti e Galbani che vuol dire fiducia. Giriamo pagina.

Attrice – E io che cosa c'entro allora?

Nonino – Appunto! Niente.

Regista – Questa è già una buna notizia!

Attrice – Guardate che alle belle donne non si può rinunciare mai!

Regista – Guarda Luigi che questa volta ha ragione. Con che cosa reclamizziamo un prodotto? Con dei cartelli? Se non c'è una faccia, un viso, una persona in video....

Nonino - ... se non c'è l'uomo c'è la natura.

Regista – Come la natura?

Nonino – Voglio dire... che bisogna provare ad andare oltre al concetto di faccia, nota, conosciuta, rassicurante....basta con l'uomo in quanto persona, Forse è venuto il momento del gesto, dell'atto, di una dimostrazione di qualità fisiche o morali.....

Regista – sai che ci faccio con la qualità morali in televisione.

Attrice – E non solo in televisione!

Nonino – Non è detto. Non è detto proprio per nulla. La qualità morale si vede, eccome se si vede. Si vede dietro a un gesto.... Un gesto di dolcezza, come di forza, noi non dobbiamo trasmettere dolcezza...piuttosto qualcosa che chiamerei... prorompente vitalità..... abbiamo bisogno di una immagine che dia il segno di una forza fisica, di un gesto prorompente, di una abilità straordinaria...

Regista – Può essere. Può essere un'idea che funziona... però ci vorrebbe... ci vorrebbe Chissà, forse un campione dello sport...uno sportivo, una grande atleta..... un Mennea....una Paola Pigni...

Attrice – Io girerei volentieri una scena in una vasca piena di Bagno Schiuma in cui si tuffa Klaus Dibiasi!

Regista – Piuttosto, nella vasca, mettiamoci la Novella Calligaris...

Nonino – Ma è sempre l'uomo, capisci, sempre un testimonial poco credibile. Ricadiamo nel concetto vecchio, passato in cui basta trovare la persona giusta.....noi invece dobbiamo trovare la reclame giusta. Basta con i testimonial!

Attrice – Ho capito bene o mi state scaricando?

Regista – Diciamo che qui sul set, non ci servi più.....

Attrici – Certo che voi cinematografari siete un bel mondo di maschilisti!

Nonino – C'è in questo bagno schiuma il senso della freschezza e dell'energia, un'energia pura, incontaminata..... servirebbe un'immagine di purezza e di forza

Attrice – Allora sono d'accordo: niente uomini!

Regista – Non mi viene in mente nulla se non dell'acqua che scroscia....

Nonino – Scontato. Abbiniamo al concetto di sapone il concetto di acqua. E' già implicito.

Attrice – allora.....un delfino, che balza fuori dall'acqua.....

Regista – Abbiamo detto niente acqua!

Nonino - provate a immaginarlo, bellissimo, regale, elegante: un cavallo bianco stupendo, leggero ma potente che corre, corre corre, con la criniera al vento, leggiadro, felice.....

Attrice – Un cavallo felice?

Nonino –E basta. Solo lui. Solo un cavallo bianco, niente di più non parole, non affermazioni scontate, non ipocriti inviti ad acquistare... solo questa corsa prima nel vento accanto al mare spumeggiante, poi in una città, poi in un bosco, ovunque pieno di prorompente vitalità.

Regista – Certo, ci mettiamo sopra un attore che fa da cavaliere...

Nonino – Ho detto solo un cavallo. Bianco.

Attrice – Un cavallo-attore?

Nonino – Certo. Un attore poco costoso e che recita meglio di un cane!

Regista – E chi lo fa correre questo cavallo solo, senza cavaliere in modo tale che resti nell'inquadratura, che non si imbizzarrisca, che non scappi dove gli pare e piace?

Attrice – Se è per quello basta mettergli davanti una bella cavallina...

Nonino – Sa che lei ha avuto una idea geniale?

STACCO MUSICALE

Conduttore:

Non si chiamavano ancora spot, ma semplicemente pubblicità e quella del Bagno Schiuma Vidal fu di certo una delle prime che raggiunse in modo convincente e memorabile la mente del pubblico dei consumatori. In quella reclame, come allora si diceva cedendo al vezzo di un gusto francesista, era condensato il succo della moderna teoria pubblicitaria: messi in secondo piano i vecchi e costosi testimonial, le scenette da Carosello, i testi che decantavano le improbabili qualità di un prodotto, La Vidal puntò tutto sull'immagine purissima di un cavallo bianco che attraversava spiagge e città, con "prorompente vitalità" accompagnato da una musica che per certi versi divenne una sorta di Hit, canticchiato ovunque e da chiunque. Padre di quella luminosa intuizione fu Luigi Nonino, che realizzò quel piccolo gesto di rivoluzione pubblicitaria in collaborazione con il triestino Angelo Battistella e in virtù di una equipe di operatori che supereranno le difficoltà di ripresa del cavallo in piena corsa, proprio grazie all'idea di fargli inseguire una altrettanto graziosa cavallina. Di certo però la figura di Luigi Nonino è ben più complessa e ricca e si trascina sulle spalle non solo il fardello di una vita lunga ormai oltre un secolo, ma soprattutto di innumerevoli attività ed esperienze.

Nasce a Udine Nonino quando sboccia il secolo, quando l'Italia vive travagli sociali e profuma di belle epoque, ma la vita di Luigi è subito amara, privata com'è fin dall'inizio dalla conoscenza del padre, emigrato in America e mai più rientrato in patria; La sua giovinezza è attraversata dalla tragedia di Caporetto, dalla sua voglia di frequentare gli istituti scolastici per strapparsi di dosso l'ignoranza che allora accomunava troppi uomini, ma soprattutto dalla passione sportiva che lo afferra in giovane età per diventare compagna insostituibile di vita e di iniziative. Gioca a calcio allora fino ai miseri e ancora ingenui scenari della serie A italiana del primo dopoguerra con la maglietta fiera della Spes Genova, ma durante il servizio militare contrae una rarissima malattia da cui si salva quasi per miracolo e che lo costringe ad abbandonare il sogno della carriera militare. Rientra a Udine nel 1922 si appassiona al giornalismo, scrive per il Giornale di Udine, soprattutto di cronaca sportiva. Ma la sua vocazione pare proprio definirsi in altro modo: lo chiama la Longega di Venezia e qui, pur non abbandonando la passione per il giornalismo, inizierà la sua avventura di pubblicitario.

INTERVENTO ANGELO BATTISTELLA DI TRIESTE

Conduttore:

Sotto la direzione di Luigi Nonino le campagne pubblicitarie della Longega, poi assorbita dalla Vidal, divennero ben presto e con progressione inarrestabile sempre più incisive, visibili, persino spregiudicate. Nel 1950, in occasione dei 50 anni di attività della Vidal, Nonino lancia una campagna contraddistinta da manifesti audaci, imperniati su una figura di donna nuda che emerge dal mare sorreggendo nelle mani la saponetta Lauro Olivo e rafforzata da uno slogan che fece scuola: Scegli il sapone come scegli il medico: è una questione di fiducia. Gli anni successivi furono contrassegnati da una straordinaria capacità di rinnovare il settore pubblicitario italiano, dapprima utilizzando dei testimonial di assoluto prestigio come Amedeo Nazzari e Ilaria Occhini, poi intraprendendo la strada rinnovata e rinnovatrice del famoso spot del cavallo bianco. Come se non bastasse l'attività di Luigi Nonino viene arricchita e resa ancor più prestigiosa da numerose

altre iniziative; fra tutte, crediamo si debba dare il giusto risalto agli anni dedicati da Nonino al circolo schermistico di Mestre, di cui fu presidente fra il 1976 e il 1989, anni straordinari e forse persino irripetibili, perché sotto la presidenza del nostro Nonino, non a caso, si misero in luce, ricoprendo l'Italia di ori olimpici e di titoli mondiali schermidori eccezionali quali Fabio Dal Zotto, Andrea Borella, Mauro Numa, Dorina Vaccaroni. Membro di numerose associazioni, attivo in campo sociale, Nonino mai ha dimenticato la sua terra, sebbene da anni viva nel Veneto. Il 22 aprile compirà 104 anni; speriamo accoglia con benevolenza il piccolo regalo di questa trasmissione, omaggio doveroso e sentito a una vita non solo lunga, ma soprattutto generosa e illuminata dalla forza dell'ingegno, del coraggio e della costanza.

Discorso di Commiato del Cavalier Luigi NONINO ai membri del Consolato di Venezia, 8 dicembre 1982

Dopo tredici anni rientro nei ranghi. Lascio questo posto come atto di umiltà coerente con i miei principi: rimanere significa potere, ed il nostro è un magistero il cui potere più alto è l'esempio. Sono nato a Udine nel 1900, quando la nostra liretta faceva aggio sull'oro, quando un atto di onestà non faceva notizia, quando l'Italia credeva in se stessa e credeva in tutto ciò che era bello nobile e puro. Gente, la mia, che ha scritto parte della sua storia senza parole, ma con tanto sudore. Dalle pagine del libro «Cuore» - un best seller di quell'epoca - un libro che i nostri ragazzi dovrebbero leggere (e ne guadagneremmo tutti), ho imparato ad amare la famiglia, la Patria, il lavoro, a conoscere il valore dell'amicitia e dell'onestà. Cresciuto con questo bagaglio di cose antiche ho ritenuto adempiere a un dovere sociale - e mi scuso per questa mia presunzione - ricordare sempre e in ogni luogo che a questo mondo non si vive di solo pane, ma anche nell'era dei computers, in una società che purtroppo sta pianificando cose e uomini in una sola catena di montaggio, ci sono dei valori senza i quali gli uomini non sono più uomini e la vita non è più vita. Sbaglia però chi mi ritenesse fuori del tempo, l'età non è che un dato anagrafico è lo spirito quello che conta. Ed io sono anche uomo di sport e lo sport significa giovinezza. Ai giovani cui è anche permesso sbagliare ho indicato tre cose tra di loro interdipendenti: onestà giustizia libertà, come pietre miliari di ogni ordinato civile progresso, ricordando loro che ogni conquista, e il progresso è una conquista, non è duraturo se non ottenuto con la sofferenza. Si dice che una rondine non fa primavera, ma è pur vero che in una notte fonda anche la semplice fiammella di un cerino può rappresentare un segno di vita, un filo di speranza. Dobbiamo ridare fiato alla speranza, ritrovare i valori dell'impegno e della solidarietà. Occorre che Voi - Amici e Colleghi - sappiate che solo così potremo aspirare al Privilegio di essere anche noi fra gli artefici del tanto atteso domani. Siate sempre e ovunque di esempio: è il messaggio, la consegna che lascio a Voi e a chi mi succederà. Accade spesso nella vita che la speranza si tramuti in delusione, ma anche la delusione può trasformarsi in speranza se diventa esperienza.

Stacco Musicale



Prossimamente O come Ottavio Nino

SIGLA

Con i necessari titoli di coda