

UNA SLITTA PIENA DI "COKE"



"Figlio mio, se fai il bravo la Coca cola ti porterà tanti regali". Nel 1931 un pubblicitario Usa di nome Haddon Sundblom decise di far indossare a Santa Claus i colori della bibita gassata. Da allora, nella mente dei più piccoli, suona dolce la frase sopra riportata anche sostituendo "Babbo natale" con il celebre marchio registrato. E la "diabolica" idea di Sundblom ha forgiato a caratteri di fuoco il trademark in mezzo pianeta, stravolgendo il mito e l'immaginario collettivo a colpi di marketing. Ma cosa spinse la corporation a schiacciare un santo (Nicola, vescovo di Mira) sull'etichetta? Negli anni precedenti all'intuizione di Sandblom era in corso una campagna contro la bibita, accusata di contenere sostanze pericolose soprattutto per i bambini. Nel 1911, al termine di una controversa battaglia legale, la multinazionale fu intimata di non raffigurare piccini "sbronzi" di Coca nelle sue pubblicità. Così, Santo Nicola venne scristianizzato, spogliato e rivestito di rosso. Con la bottiglietta in mano pareva più santo di prima: la campagna ebbe un successo globale. Oggi, la corporation di Atlanta vale 100 miliardi di dol-

DA SANTA CLAUS A SANTA LATTINA



"Babbo Natale" di Nicola Lagioia (Fazi, 160 pagine, 13 euro), racconta di come Santa Claus e Coca-cola si incontrino nel 1931, forgiando la più popolare icona del "pop". Vengono raccontate le battaglie legali che costrinsero la società di Atlanta a bandire i bambini dalle sue campagne pubblicitarie in favore del Babbo e come le multinazionali siano capaci di colonizzare anche il nostro immaginario.



Un'illustrazione di **Norman Rockwell** in alto la prima pubblicità con il "Santa Claus" biancorosso (1931)

Nasce prima Babbo Natale o la Coca cola? Santo Nicola c'era già, ma non vestiva di rosso: quando il marketing vince sul mito



lari, superata di un soffio da Google ad ottobre. Non per questo, però, il buon vegliardo che ogni 25 dicembre percorre l'intero occidente dispensando doni ai buoni ha un banner di Google sulla slitta. Uno dei segreti del successo della Coca è il mistero sulla sua composizione che sotto la generica formula "aromi naturali" ha fatto spendere anni e milioni alla concorrenza per copiare esattamente l'indefinibile gusto della "coke". La bevanda contiene caffeina, anidride carbonica e ha un consistente apporto calorico: queste le argomentazioni di chi sostiene che la coca non sia adatta ai bambini. Giusto, ma i veri rischi per la salute li corrono i dipendenti della corporation delocalizzati nei Sud del mondo. Nel 1999 la compagnia, accusata di discriminare gli afroamericani, ha patteggiato per 192,5 milioni di dollari una "class-action" nei suoi confronti. In Colombia la repressione contro i sindacalisti anti-coke è all'ordine del giorno. La sponsorizzazione delle Olimpiadi 2006 è stata contestata a gran voce dalla società civile. Ma, come dice Vasco: "Con tutte quelle bollicine...".

FRANCESCO TALARICO
(Tempo di lettura 2 minuti)