

6 gennaio 2024 11:30

Nuova Italia? La pubblicità si adegua: 'tutto fa brodo'. Consumatori, attenti!di [Vincenzo Donvito Maxia](#)

Il governo del nostro Paese ha una costante nelle iniziative ed esternazioni: l'ostensione dell'italianità, nelle sue forme di "made in Italy", patriottismo e tricolore. Spesso dando valore alla rappresentazione più che ai contenuti, financo con dati falsi. L'ultimo esempio evidente, ma scarsamente evidenziato, è quando la premier, nella conferenza di cosiddetto fine anno, ha ostentato che le stime di crescita della Commissione Europea per il 2024 collocano l'Italia sopra la media europea... ma [le stime della Commissione](#) per l'Ue (+1,3%) e per l'area euro (+1,2%) sono più alte di quelle previste per l'Italia, +0,9%.

Ovviamente le parole del primo ministro rimbalzano molto di più dei pochi che hanno rilevato questa discrepanza, e quindi - avranno pensato i suggeritori della premier - vale la pena ostentare.

Tra le vittime - consapevoli o meno poco importa - di questa ostentazione sono i pubblicitari. Ogni occasione di rilevanza mediatica viene valutata per essere rilanciata e, di conseguenza, dare maggiore credibilità ai propri messaggi.

Nelle ultime settimane ci sono diverse pubblicità che, mentre prima si "limitavano" a valorizzare bontà, qualità, fascino, appeal, economicità o costosità, hanno aggiunto ai loro messaggi un tocco di italianità. Abbiamo, per esempio, la Fiat (sede legale ad Amsterdam e domicilio fiscale a Londra) che, proprio a partire dai primi giorni del 2024, ribattezza come ["bonus tricolore"](#) l'ecobonus per l'acquisto di veicoli "ecologici"; o Alfa Romeo che pubblicizza i propri veicoli come ["tributo italiano"](#); fino ad innumerevoli prodotti della gastronomia che hanno rafforzato l'italianità rispetto a quando si limitavano al tradizionale "made in Italy", "Km zero" e dintorni.

Non sappiamo se l'ostentazione governativa avesse previsto questa estensione, ma è significativo rilevarla anche perché come cittadini e consumatori, così come stiamo attenti ai primati italiani in Ue ostentati dalla premier, è bene prestare attenzione anche ad altri primati (ammesso che gli stessi ci siano).

Per usare un linguaggio pubblicitario, è proprio il caso di dire che per alcuni attori del mercato **"tutto fa brodo"**.

[Qui il video sul canale YouTube di Aduc](#)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)