

Migliore di me

Il mio velleitario e disordinato manuale
di sopravvivenza creativa

Stefano Maria Palombi
Edition 01/2011

Migliore di me

Stefano Maria Palombi
Edition 01/2011

01-

Tutto unito

Intuitosensibilitàpassione.

02-

Lezioni

Altro che Cannes,
le uniche vere lezioni
di copywriting le ho prese
allo stadio, nei cortei
o leggendo i graffiti sui muri
di una cella. I miei maestri
erano lì, in curva sud o
a Regina Coeli.
E non au Palais du Festival.

03-

Lavoro

Vietato pronunciare
questa parola
in grado di uccidere
qualunque ispirazione.
Comportati
come un innamorato
e non come un impiegato.

04-

Genio

Ogni volta
che hai un'idea geniale
in cento ti daranno
cento ragionevoli ragioni
per abbandonarla.

05-

Il Premio

Non è mai arrivato
dagli elogi o dal successo.
Il momento più bello
è sempre stato
il lavoro, che non era lavoro.

06-

Veloce e Assurdo

Da quando ho iniziato a lavorare come creativo, il ritmo è diventato veloce, assurdo. E così sono diventato veloce e assurdo anch'io.

07-

La clava

Io, per anni il solo dell'agenzia a non avere un computer sulla scrivania. Mi aggiravo per la Saatchi come un uomo dell'età della pietra. Con in mano un pennarello al posto della clava.

08-

Migliorare

Mai smettere di migliorare l'annuncio fatto, anche dopo che l'hanno approvato, anche quando sembra non esserci più tempo e il tuo art ti strappa il blocco con i titoli dalle mani.

09-

Il grande addio

Pensare alle dimissioni mi ha sempre fatto sentire bene. Così, un paio di volte l'anno, tutti gli anni, ho iniziato i preparativi per il grande addio.

10-

Mai

Mai andare in cerca
di complimenti.

11-

Poi si abitua

Non fatevi vedere troppo
dai clienti.

All'inizio sono emozionati
e ti stanno a sentire,
poi si abitua,
alla fine si annoiano.

A quel punto o cercate baffi e
barba finti o cercate un nuovo
cliente.

12-

Il pupazzo

Ho sempre cercato di evitare di andare in televisione a fare il pupazzo. E sempre mi sono rifiutato di rispondere alle domande dei giornalisti che mi chiedevano della cravatta di Berlusconi o della barca di D'Alema. Per rovinarmi, ho scelto altri sistemi. Per rovinarmi, ho scelto questo libro.

13-

Molti non sanno

Quando vedo o sento o leggo i *guru* della pubblicità italiana straparlare dei più disparati argomenti, mi tornano in mente le parole di Brecht: “molti non sanno che alla loro testa marcia il nemico”.

14-

L'ispirazione

A volte giorni di lavoro,
notti di dormiveglia,
blocchi pieni di disegni e frasi
senza senso.

A volte già nel momento
in cui ti danno il brief,
altre a poche ore da una
presentazione decisiva,
un angelo passa e ti sussurra
qualcosa all'orecchio.

15-

Mai n. 2

Mai scritto un titolo
al computer.

16-

Le idee

sono nascoste ovunque.

17-

Pronto a far fuoco

Accanto al mio letto, sul comodino, tra la foto di John Fante e quella dei miei figli, un blocchetto e un pennarello pronto a far fuoco.

18-

Le vostre idee

Se una mattina vi svegliate in forma, con qualche buona idea che vi passa per la mente, date una scorsa ai giornali del settore e in un baleno le vostre idee voleranno via.

19-

L'Agenda

Durante l'unico pranzo della mia vita che avrei voluto non terminasse mai, Federico Fellini ci raccontava di come la sua fantasia si nutrisse di periodi di sfacciata inattività.

Lui parlava e io riuscivo a pensare solo alla mia agenda, alle pagine della mia agenda...

20-

Obliterare

A Londra, qualche anno fa, per spingere la gente a pagare il biglietto scrivevano all'interno dei bus: "Vuoi che il tuo cuore si fermi ogni volta che si ferma il bus?".

Da noi, invece:

"I passeggeri sono pregati di munirsi dell'apposito biglietto e di obliterarlo nell'apposita macchinetta, i contravventori saranno puniti a norma dell'articolo xx barra 2 comma 27". Insomma, loro dialogano. Noi imponiamo, o subiamo.

21-

Ti succederà

di avere un'idea, il cliente te la segnerà. Poi, dopo qualche tempo la rivedrai tale e quale in una campagna internazionale da 100 milioni di dollari.

22-

Molte pippe

I creativi italiani:
alcuni in un mercato più
evoluto farebbero scintille,
allo stesso tempo,
molte pippe possono restare
al loro posto proprio perché
il mercato non ti chiede
di essere bravo.

23-

Quando riesco

a fare un bel titolo,
quel titolo diventa una foto.

24-

Impostore!

Tutte le rare volte che ho accettato l'invito a tenere un seminario universitario, ho temuto di trovarmi di fronte a uno dei miei vecchi professori. E che vedendomi là si alzasse in piedi urlando: «Palombi! Tu che ci fai qui? Arrestatelo è un impostore!».

25-

Domanda:

«Campagne sociali dure o morbide?».

Risposta: «Campagne dure e campagne morbide».

26-

Le idee

sono come i figli.

Non basta averle,
bisogna farle crescere.

27-

Disoccupato

Prima di entrare
in Saatchi & Saatchi,
il ruolo che avevo svolto con
più costanza e successo era
senza dubbio alcuno quello
di disoccupato.

E proprio tutte le inutili
attività che avevano riempito
quel periodo si sono rivelate
oro.

28-

Vita di coppia:

sono partito in regime monogamico, con Grazia Cecconi prima e Fabio Ferri poi, per passare a un vero e proprio harem, quattro o cinque art con cui seguivo altrettanti progetti e finire nella solitudine della vita monastica: nel mio lavoro creativo per la Chiesa cattolica, infatti, collaboro solo con me stesso.

29-

Teoria del fiammifero:

sii luminoso, anche a costo di bruciare in fretta.

30-

Teoria dell'attore:

recita con tutto te stesso
anche di fronte a un solo
spettatore.

31-

Teoria del condannato:

pensa ogni annuncio come se
fosse l'ultimo.

32-

Teoria di mio figlio

Chicco: questa crema è così buona che non mi piace.

33-

Vita e lavoro

Se penso a questi anni, dal primo annuncio all'ultima campagna, penso alla mia vita. Ogni titolo, ogni foto, ogni inquadratura, mi riporta a quello che ero in quel momento. Non ho mai separato niente, vita e lavoro sono state un'unica cosa. Così, a volte mi sembra di aver solo lavorato e a volte di non averlo fatto mai.

34-

Fernando Pessoa disse:

«Poni quel che sei in ogni
minima cosa che fai».

Amen.

35-

Emozioni

Tutto “l’inutile” mondo delle emozioni, nel quale mi ero cullato nel mio periodo disoccupato, ora era la mia unica forza. Quando ho capito che avrei potuto farlo vivere nelle mie campagne, mi sono innamorato di questo “lavoro”, che è diventato la mia vita, nel vero senso della parola. Così ho iniziato a scrivere headlines come se fossero biglietti d’amore clandestini o incazzate scritte sul muro di un bagno.

Ero sbalordito. Non dovevo fare il verso alle campagne già fatte da altri, non dovevo perdermi in vuoti giochi di parole, non dovevo fare il pubblicitario.

36-

Delle cause perse

Ecco che cosa volevo diventare, un copywriter delle cause perse.

37-

Senza paura

Avanti senza pudore, senza rete, senza paura di mettermi troppo in gioco. Se non ero io il primo ad emozionarmi, come potevo pretendere che lo facessero gli altri?

38-

La tecnica, il mestiere,

mi hanno salvato tante volte,
ma poche volte mi hanno
condotto per mano verso
“la campagna che resta”.

39-

Dentro ad un campagna

qualunque campagna sia, ci
puoi essere tu.

Ecco, io penso questo
ingenuo e presuntuoso
pensiero.

40-

Un missionario

E il pensiero creativo diventa un'avventura.

Perché ci si sente come un missionario che cammina da solo nella foresta verso indios sconosciuti.

41-

È un'onda

Giro su me stesso, ripeto i titoli o il testo di uno spot a voce alta, anzi li recito.

La musica, certo.

Senza è impossibile.

Tutto quello che faccio,

che leggo, che ascolto,

che vedo, che tocco,

che annuso, che sento,

che soffro, che godo,

che piango, che rido,

che parlo, che abbraccio,

che rompo, che bacio,

che sono.

Tutto chiamo a raccolta,

quando mi siedo con un foglio bianco davanti. Come un derviscio che ruota su se stesso in un'esasperata danza propiziatoria, come un esorcista, io giro, giro, alla ricerca del momento, dell'ingresso nella foresta dell'ispirazione. È notte fonda spesso quando arriva, è lui ad aprire la strada, a indicare il sentiero. Figlio prediletto di mille tentativi, è il titolo. Gli altri seguiranno, ora posso scriverne anche venti. E li scrivo, quasi in trance. È un'onda e io mi lascio portare.

42-

Fuori

Così nel tempo e in mezzo a mille avventure, la troupe è diventata quello che per me era prima il reparto creativo; missionari, indios e sperdute tribù africane i miei nuovi clienti; foreste, deserti e favelas il mio ufficio con vista sul mondo.

43-

È un circolo virtuoso

Il rigore, le metodologie, la logica, l'esperienza, tutto quello che ho imparato lavorando per i grandi clienti profit dell'agenzia, l'ho traslocato sui clienti no-profit.

44-

La passione

l'emozione, il coraggio, la sperimentazione, tutto quello che ho sviluppato sui clienti no-profit l'ho portato di là, dai clienti profit.

45-

Non abbiate paura

delle avversità.

Più difficoltà più creatività.

Pensa alla Spagna dopo

Franco, alla ex-Jugoslavia,

all'Argentina e al Brasile dopo

le dittature militari,

al Sudafrica.

Pensa al nostro cinema del

dopoguerra.

46-

N.B.

È il lavoro che deve
assomigliare a te.

E non viceversa.

47-

Morale:

Io volevo essere
migliore di me.

Migliore di me

Concept: SMP+

Texts: Stefano Maria Palombi

www.stefanopalombi.com

