

## Sanpaolo si trucca da giovane e punta sulla Gialappa's

Di Mario Morales molfino

Giovedì 26 Maggio 2005 12:32

---



Dopo valanghe di tassi risparmiatori, zucche magiche e cerchi per terra, il Sanpaolo punta sulla qualità dei rapporti con la clientela e fa l'occholino ai giovani. L'idea è buona e la soluzione del testimonial vocale, già cavalcato con successo con Lella Costa, è certamente divertente anche grazie al taglio ironico della Gialappa's. La copy line recita: Sono le persone che fanno la differenza. Meno banca e più... (il nome della "bancaria" che di volta in volta presenta lo spot). Ma si sa, in comunicazione, così come in politica, vale la regola della promessa mantenuta e soprattutto mantenibile. E allora mi chiedo; saranno davvero così giovani, simpatici e frizzanti i banconisti della banca torinese? Se poi si troveranno di fronte ai loro omologhi venticinque-trentenni [pornmobile.online](http://pornmobile.online) come si comporteranno? Anche in considerazione del fatto oggettivo che la maggioranza dei cosiddetti giovani sono lavoratori precari, partite Iva nanocellulari, studenti, sottoccupati e disoccupati. Quali saranno i rapporti tra il Sanpaolo delle persone e questi giovani che chiederanno un prestito senza le solite garanzie? La curiosità mi attanaglia. Che le banche stiano trasformandosi davvero in strumenti di sviluppo e non solo in freddi accumulatori di capitali. Quel "meno banca"... vorrà dire proprio questo? Speriamo bene.