



L'Africa Australe esce dalle capanne di paglia ed entra nella terza generazione cellulare. Una battuta ma neanche tanto; e ciò non vale solo per la tecnologia avanzata e per le comunicazioni, ma per quasi tutto il resto. L'Africa nera nel vissuto dei Paesi sviluppati è vista infatti, troppo spesso e troppo superficialmente, come terra di dolore endemico e sottosviluppo senza speranza. Per questo credo sia bene, di tanto in tanto, parlare di Africa che cresce e non solo nei suoi dolori, nelle sue malattie e nella sua fame, ma anche nella qualità del suo sviluppo. L'occasione ci viene dal lancio della nuova brand image di M-Cel, presentata e ufficializzata (<http://www.mcel.co.mz>) dalla Compagnia mozambicana di telefonia cellulare, in occasione dell'inizio estate e dell'entrata del Mozambico nella terza generazione della telefonia cellulare, con l'adozione dell'Universal Mobile Telecommunications System; per i telemaniaci, più semplicemente UMTS. Il logo è bello, chiaro, pulito, diretto, positivo e campeggia rigorosamente nel fondo giallo, brand color storico e istituzionale della compagnia. Il design di taglio "emoticon", prende il posto del vecchio (in tutti i sensi) e grassoccio pastrocchio di linee, colori e numeri, che ha caratterizzato la Compagnia dai tempi della sua fondazione ad oggi. Un logo che, in questo Paese, per presenza e diffusione è secondo solo a quello della Coca Cola. Una scelta moderna e coraggiosa quella di Moçambique Celular che ha il compito difficile e costoso di ridiffondere, attraverso la nuova firma, una nuova filosofia; più moderna e customer satisfaction. Una scelta che, così come tutta la comunicazione istituzionale e di servizio, si deve all'acuta qualità creativa e strategica di GOLO, l'agenzia di Thiago Fonseca che, unica in tutta l'Africa Australe, può annoverare nel proprio palmares la Palma di Cannes e numerosi altri premi internazionali. Una mosca bianca l'agenzia, tutta mozambicana, di Thiago Fonseca che ha segnato il successo di marketing operativo e di diffusione capillare di M-Cel in Mozambico. Ma come si sa, tutto il mondo è paese e qui in Africa, come ovunque, le critiche per chi si è permesso di fare la plastica alla mamma vecchia e grassa, sono feroci. E qui, dove la cultura di comunicazione è un po' meno raffinata, lo sono ancor di più. Ma anche la critica, come sappiamo, farà bene alla digestione del nuovo nato che, con il tempo necessario per essere digerito, finirà con l'essere perduto amato. D'altronde una brand image che si rispetti si può eventualmente cambiare una volta sola nella vita ma, in questo caso, ci voleva proprio e ne valeva la pena, anche perché questo segno semplice, allegro e intelligente, può essere considerato, almeno a mio avviso, il segno più moderno, internettiano e advanced di tutto il panorama della telefonia cellulare mondiale. Complimenti quindi a questo ultimo nato nell'universo della tecnologia e delle comunicazioni. E rallegramenti perché è venuto al mondo con un sorriso. In una parte del continente africano che certamente non è celebre per suoi sorrisi.