



Fastweb vs Iliad, scintille per Megan Gale (ex-testimonial Omnitel): cosa sta succedendo

Descrizione

(Adnkronos) â??

Scintille tra Fastweb e Iliad perâ? Megan Gale. La nuova campagna pubblicitaria con protagonista la modella australiana ha generato una vera e propria bufera. Il motivo? Le contestazioni di Fastweb (che ha assorbito Vodafone Italia), secondo cui lâ??allora volto storico delle campagne Omnitel e Vodafone tra il 1999 e il 2008 non potrebbe essere utilizzato come nuovo testimonial Iliad in quanto rappresenterebbe un utilizzo improprio dellâ??immagine e della notorieta? costruita negli anni dal brand Vodafone-Omnitel. Di qui lâ??accusa a Iliad di aver violato sia il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale che il codice civile.

Ma al netto delle questioni legali, sullâ??efficacia dello spot si e? aperto un dibattito tra pubblicitari ed esperti di comunicazione. â??Trovo lâ??iniziativa pubblicitaria di Iliad una â??simpatica provocazioneâ?? â?? commenta Francesco Bozza, storico pubblicitario italiano, autore, che oggi riempie i teatri con il suo Bar Spot â?? non ci vedo nÃ© malafede semmai una â??singolar tenzoneâ?? tra due marchi a tutti giÃ molto noti. Megan Gale e? stata una â??topâ?? della pubblicitÃ sul finire degli anni â??90 inizio 2000, in quanto testimonial di, attenzione a questo dettaglio, Omnitel, solo dopo divenuta Vodafone, che peraltro â??duellavaâ?? pubblicitariamente con la rivale TIM-Telecom. Duelli che sul consumatore producono interesse e simpatia, ma bisogna poi vedere se si tramutano in nuovi contratti o determinano davvero un passaggio di clientiâ?•.

â??Pensate ad esempio al clamoroso spot Bmw che nel 2019, in occasione dellâ??andata in pensione dellâ??amministratore delegato di Mercedes-Benz Dieter Zetsche, uscÃ con un famoso spot nel quale un attore-sosia interpretava lâ??ultima giornata di lavoro di Zetsche che saluta i colleghi, consegna il badge e poi torna a casa e, finalmente libero da impegni, esce dal suo garage a bordo di una BMW â?? ricorda Bozza â?? Ebbene sapete che successe da parte di Mercedes? Nulla! NÃ© rimproveri nÃ© carte bollate. E cosÃ facendo entrambi i brand ne hanno guadagnato in immagineâ?•.

â??Caso che evidentemente sfugge al management e ai legali di Fastweb-Vodafone â?? riflette Davide Ciliberti, esperto di comunicazione di Purple & Noise Pr â?? che invece stanno approcciando la vicenda in punta di legge e, cosÃ, facendo secondo me â?? riflette lâ??esperto â?? si mettono un pochino

nell'angolo degli antipatici. In casi come questi continua Ciliberti la reazione consigliabile sarebbe un sorriso. O magari una replica simpatica. Pensate alle scaramucce tra Pepsi e Coca-Cola?•

La campagna di Iliad la trovo un'operazione interessante soprattutto se l'obiettivo di comunicazione era far parlare, dato che in ci  ha avuto successo visto che se ne sta discutendo molto sulla stampa e in rete ragiona Vicky Gitto, riconosciuto pubblicitario in Italia e all'estero Megan Gale, ancora oggi bellissima,   riconosciuta testimonial su un target di consumatore adulto o maturo. I venticinquenni di oggi non possono ricordarla semplicemente perch  ancora non erano nati?•

Una divertente operazione pubblicitaria da parte di Iliad che con questa campagna che oggi sta facendo parecchio parlare ha cos  rubato la scena ad un colosso come Vodafone sottolinea Cesare Casiraghi, noto pubblicitario italiano Quindi un'azione volta pi  a dare un boost di visibilit  piuttosto che ad aggredire un mercato attraverso una testimonial famosa molto anni fa, in un contesto in cui la clientela peraltro   pi  che altro determinata dalla leva del prezzo e delle offerte piuttosto che da quella di un volto cos  come accade, per esempio, per i brand della moda o del lusso. •

  

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 8, 2026

Autore

redazione