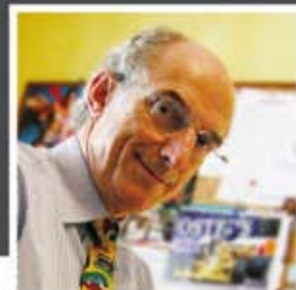


# Press Interview Cultura & Società

Giuseppe Lamarca  
Direttore Creativo Formula Advertising



## Olivoli olivolà, oliva Saclà

I meno giovani si ricorderanno lo spot di Carosello del 1971 della prestigiosa casa conserviera astigiana. Il titolo "La corsa podistica" regia di Emilio Uberti con la partecipazione della sexy svampita Minnie Minoprio e con Gero Cardarelli colui che anima da un quarto di secolo il Gabibbo, nel ruolo del rocambolesco vincitore della corsa. Quello slogan, che ancora oggi è rimasto impresso nella testa della gente. Non è il solo slogan di grande successo ideato dal "creative editor" Lamarca che, dopo aver frequentato l'Istituto d'Arte Applicata di Torino e l'Istituto di grafica Vagliardi Paravia, si è poi laureato in Sociologia della Comunicazione all'Università di Urbino.

"Avevo 29 anni e tanta energia creativa in corpo - ci racconta Giuseppe Lamarca - lavoravo per Repetto una tra le agenzie pubblicitarie torinesi più in voga del momento, con Armando Testa e Dolci.

Nello Studio Repetto ho lavorato su importanti marchi quali Rossignol, Saclà, Dumont, Emerson, Nolan e tanti altri. Aziende di prodotti di largo consumo, beni durevoli e del settore dello sport. Mi capitava spesso di lavorare a Milano, soprattutto dopo l'acquisizione dello Studio Repetto da parte del network internazionale WPT.

Nel pieno della mia carriera decisi di guardarmi un po' attorno per non restare inchiodato alla mia posizione. Avevo diversi clienti personali e chiesi loro che cosa ne pensassero se mi fossi messo in proprio ed ebbi una risposta positiva. Mi diedi un anno di tempo per fare un bilancio dell'attività. Ma dopo sei mesi avevo già assunto un dipendente e così nel 1977 è nata Formula Advertising.

"Sono sempre stato convinto - prosegue Lamarca - che non sia importante il numero di clienti, ma differenziare il settore merceologico, per poter continuamente a crescere".

### **Creativo si nasce o si diventa?**

"Tutte e due le cose - risponde Giuseppe Lamarca - Devi possedere capacità particolari, poi lo diventi, mettendo a frutto il bagaglio di conoscenze acquisite. Come se fosse una torta nata dalla pasta madre alla quale aggiungi il tuo lievito. Occorre avere sempre nuovi stimoli. Io sono un curioso, frequento sovente gallerie d'arte, mostre, per ricevere nuove informazioni e tenere sempre alta la creatività. Osservando un elemento cromatico ne so individuare la sensibilità e trasformarla in messaggio".

### **Come nasce uno slogan vincente, come "Olivoli Olivola"?**

"Spesso per caso - risponde anticipando un sorriso. In quella circostanza mi trovavo nello studio con il copy. Da settimane stavamo lavorando, arrovellandoci sul marchio Saclà che voleva lanciare sul mercato il nuovo pacchetto di olive snocciolate, prima d'allora prodotte soltanto in vasetto. Un responsabile dell'azienda ci portò alcuni pacchettini di olive e, a un certo momento, dissi al collega copy col quale amavo spesso scherzare: "Vogliono lanciare le olive sul mercato, e allora lanciamole" Iniziammo a lanciarci i pacchettini l'uno contro l'altro gridando: "Prendi l'oliva lì, prendi l'oliva là" e così nacque lo slogan che è entrato nel costume della società".

"Recentemente, fermo a un semaforo a Torino, una scolaresca elementare stava attraversando le strisce pedonali e, uno dei bambini, cominciò a canticchiare Olivoli Olivola. Incredibile, ho pensato, come uno slogan così semplice sia rimasto nella testa della gente, tanto da tramandarsi per generazioni".

### **Quando nasce l'idea vincente?**

"Direi che sia soggettivo. Per me sono importanti i primi istanti del mattino, quando mi sveglio. Tanto che tengo sempre a portata di mano un block notes e una penna. Prendo due appunti, poi in ufficio affino l'idea. Sono molto legato al prodotto su cui lavoro. Spesso però bisogna anche combattere con i clienti per portare a casa il risultato, che spesso, mentre "svolazzo" in alto, mi riprendono e mi riportano con i piedi a terra.

Ai nuovi clienti faccio questo esempio, "Lo studio dell'immagine per un bel cavallo non vorrei vederla trasformata infine in un cammello".

**FORMULA**  
ADVERTISING

Agenzia di comunicazione e marketing dal 1977.

**Formula Advertising S.n.c.**

Via Belfiore 61 - 10126 Torino

+39 011 6690634

info@formulaadv.it

www.agenziacomunicazionetorino.it

Follow us on Facebook | Youtube | LinkedIn