



Marketing emozionale... *o solo una bellissima pubblicità? Il caso Lufthansa*

di Luca Poma

Ho cercato invano su internet il manifesto pubblicitario di Lufthansa del quale vi sto per parlare (anzi: il collega che lo trova vince una cena!)... forse potrebbe essere una buona idea attivare un sito internet per l'archiviazione in forma audio-video delle più belle campagne pubblicitarie uscite nella penisola! Veniamo al dunque: il viso di un bambino davvero bellissimo, con un sorriso dei più teneri, gli occhi rivolti pieni di ammirazione e gratitudine verso il capitano dell'aereo, del quale si intravede solo la mano, che posa il grande cappello da comandante sulla testa del bimbo, e sotto il claim: *"Siamo famosi nel mondo per la tecnologia, e premiati per l'eccellente qualità dei servizi. Eppure sappiamo che la vera emozione è volare: tutto per momenti come questo"*.

Beh, solo chi ha visto con i propri occhi la faccia di quel bambino può capire quanto è impattante in positivo questa pubblicità. Niente prodotti, proposte di acquisto, marketing da quattro soldi, offerte di voli per l'estate, prezzi: solo brand, brand, brand. E tanta emozione.

