

LA LEGGEREZZA DELL'INFANZIA

Il nuovo spot di Caf, diretto da Laura Chiossone, affronta il peso degli abusi sui bambini raffigurando una bilancia che segna un peso troppo alto.

È uno spot che colpisce. Ma con tenerezza

Un bimbo attraversa un corridoio in silenzio. Timidamente si toglie le scarpe. Lo vediamo in volto solo per qualche secondo, in controluce. Le immagini indugiano sui suoi piedi, e su quel gesto di togliersi le calzature. È un trucco per pesare di meno. Perché quel bambino sta per salire su una bilancia. Una volta sopra, la bilancia segna

un peso abnorme per la sua età: 110 chili. Eppure il bambino è normalissimo, snello. Quello che si porta dietro, lo capiamo dalla voce fuori campo, è un peso simbolico. Quello degli abusi subiti da anni di violenze. Un peso che non si vede, ma che un bambino continua a portarsi dietro.

Sono le immagini dello spot di Caf, il primo centro in Italia che da oltre trent'anni si de-



Un'immagine tratta dallo spot Caf contro gli abusi infantili

dica allo studio, all'accoglienza e alla terapia dell'abuso infantile. Lo spot fa parte di una campagna ideata dall'agenzia Grey, declinata anche su radio e stampa, ed è girato da Mercurio con la regia di Laura Chiossone. La chiave della campagna è proprio il peso degli abusi che i bambini sono costretti a sopportare: la scelta dello spot è di rappresentarlo in modo concreto, tangibile, grazie a una bilancia che ci indica un peso eccessivo. Ma è ugualmente efficace la versione ideata per la carta stampata: qui vediamo una bambina tenere in mano il filo di un palloncino, qualcosa che dovrebbe essere estremamente leggero, e che in realtà è fatto di pietra e resta ancorata saldamente a terra.

Raccontare per dettagli

“I bambini maltrattati si portano dietro il peso degli abusi subiti. Per questo Caf da oltre trent'anni assiste le famiglie in crisi e aiuta i bambini a ritrovare la leggerezza che la loro infanzia si merita” recita il testo dello spot, che si chiude con il suggestivo *claim* “Caf. Bambini si diventa”. Laura Chiossone, da anni affermata regista di corti e spot, ha appena esordito al cinema con il film “Tra cinque minuti in scena”, che racconta la storia di un'attrice di teatro alle prese con la madre anziana e non più autosufficiente, e ha da sempre uno sguardo attento al sociale. Qualche tempo fa, parlando con noi dei suoi spot e dei suoi corti, ha definito il suo stile “un'ironia sospesa e sensuale”.

E proprio qui è bravissima a creare un'atmosfera sospesa, ovattata, attorno al piccolo protagonista, fatta di luci bianche e di un carillon triste ma dolce, quasi a voler alleggerire la drammaticità del messaggio, a voler creare attorno al bambino quella tenerezza che la sua età merita. E che si manifesta con

la mano sulla spalla di una donna, un tocco delicato che simboleggia l'aiuto, e che fa tornare l'asticella della bilancia a 25 chili. Il peso che un bambino della sua età dovrebbe avere.

Gli spazi vuoti, e un'attenzione ai dettagli, come mani e piedi, altri marchi di fabbrica della Chiossone, completano il quadro di uno spot che tocca profondamente rimanendo però sempre delicato.

Nel corso degli anni, la collaborazione tra Grey e Caf si è rivelata vincente, facendo guadagnare all'agenzia due premi (El Chupete 2010, NC Awards 2011) e una pubblicazione su una rivista di settore che raccoglie i lavori più creativi del mondo (Archive, 2009). Tra gli obiettivi della campagna c'è stata la raccolta fondi tramite sms solidale. Per questo, in occasione della campagna radio, Caf ha scelto una testimonial d'eccezione, Lella Costa. Un altro tocco femminile, che ha permesso al messaggio di arrivare con la delicatezza giusta. ■