

Caccia al tesoro!

Di Alessandro Maschi

Le pubblicità mi hanno sempre affascinato, mi piace provare a capire quali fossero le intenzioni dei creativi che le hanno ideate e a decifrare il messaggio più o meno velato che si nasconde dietro a un'immagine o a uno spot televisivo. Se sono *vintage*, poi, è divertente notare le differenze tra le varie epoche a livello visivo e comunicativo e constatare quanto alcuni concetti moderni fossero prima impensabili mentre slogan leciti in passato appaiano oggi sessisti o razzisti.

Nel mondo dell'automobile le attività promozionali hanno sempre svolto un ruolo di primo piano e c'è un prodotto che ognuno di noi ha toccato con mano almeno una volta nella propria vita: la brochure pubblicitaria, le poche pagine che promettono di farci assaporare in anticipo le sensazioni che proveremo guidando il modello che descrivono, emozioni che *ovviamente* nessun altro veicolo sarebbe in grado di regalarci. Chi non ha mai sognato ad occhi aperti mentre sfogliava il depliant di un'auto particolarmente ambita, magari tragicamente fuori dalle proprie possibilità economiche? E chi non ha trascorso ore, carta e penna alla mano, nel tentativo di trovare la configurazione che includesse più optional possibili mantenendo però basso il prezzo finale?

Per gli appassionati di storiche i depliant sono diventati oggetto di collezione e per chi non ha avuto la possibilità di acquistare l'auto da nuova si tratta di un'inversione del processo commerciale: prima si compra l'auto e poi si cercano e leggono le brochure informative. Recentemente ne ho messe alcune nella mia libreria e la prima delle mie prede, dedicata alla Spitfire, si distingue per un aspetto che la rende quasi unica: è ambientata in Italia.

STORIA DI UNA, ANZI DUE, ANZI QUATTRO BROCHURE!

Nel 1975 i creativi della British Leyland propongono una nuova brochure per la 1500 che non si limiterà a una mera raccolta di foto – magari scattate in studio – e di dati tecnici. Come spesso accadeva all'epoca, infatti, racconterà una storia i cui protagonisti dovranno incarnare l'acquirente ideale della Spitfire, o meglio, quello l'acquirente *vorrebbe essere*, perché una spider deve essere soprattutto la proiezione dei desideri di libertà e rottura della routine di chi la guida. E forse proprio per questo uno dei pubblicitari propone di non ambientare la storia nelle "solite" campagne inglesi ma nella ben più suggestiva Toscana, regione che i numerosi clienti inglesi e americani hanno già imparato ad apprezzare. Detto fatto: due giovani e la loro storia d'amore, una Spitfire gialla e l'autunno toscano, conditi da qualche immagine bucolica che rispecchia l'immagine idealizzata dell'Italia all'estero.

Le foto che arrivano dal Bel Paese devono impressionare i responsabili della BL così tanto da convincerli a usarle in più riprese, sempre che la cosa non fosse stata pianificata fin dall'inizio. Come spiegato in dettaglio da Eric Kieboom nel suo sito (il link è in calce all'articolo) esistono più versioni internazionali di questa brochure che differiscono tra loro non solo per la lingua in cui sono scritte, ma anche nel modo in cui l'idillio tra i due giovani innamorati è raccontato e, soprattutto, *per le auto ritratte nelle foto*. Nel 1977 la Spitfire 1500 gode di un restyling in realtà peggiorativo, volto a ridurre i costi di produzione: spariscono un po' di cromature, cambiano i rivestimenti interni e vengono recepite le nuove legislazioni su sicurezza e dotazioni. La "nostra" brochure, nelle sue diverse versioni, illustra sia il modello antecedente che quello successivo a queste modifiche presentando due Spitfire dello stesso colore e con la stessa targa. Colpisce quindi la scelta di replicare lo stesso servizio fotografico portando in Italia due diverse automobili e tentando tuttavia di camuffare la cosa replicando quasi completamente le foto. A meno, naturalmente, di ipotizzare una successiva operazione di fotoritocco che però non giustificherebbe l'utilizzo di immagini diverse, dato che sarebbe stato molto più semplice ritoccare e usare le stesse.



Figura 1. Differenze tra modelli nella prima pagina della brochure.

Vediamo in dettaglio di cosa stiamo parlando. La prima differenza è presente nella copertina (Figura 1): il titolo cambia colore (d'ora in poi parlerò di brochure "bianca" e "nera"), i modelli sono in posizione diversa e anche la Spitfire cambia: nella "bianca" compare un modello pre-restyling che monta gli indicatori laterali assenti nel modello post-restyling della "nera".

Nelle pagine seguenti le differenze sono più evidenti (Figura 2): assieme alla solita gemma spariscono anche le cromature dello specchietto retrovisore e della maniglia ed è curioso notare come cambino anche le foto dove l'auto non compare, per esempio quella che mostra la nostra coppia seduta tra i covoni di paglia.



Figura 2. Altre differenze.

Le pagine di chiusura (Figura 3) ufficializzano le diverse versioni: le prime due, le “bianche”, hanno uguale codice BLI43 e differiscono solo per la grafica del logo Triumph e per la lingua del testo. Le “nere” hanno invece codici BLI43A e BLI43B e nella seconda spiccano l’assenza della foto di chiusura e il nuovo logo con corona d’alloro, adottato dalla casa inglese nell’ultima tormentata fase della sua esistenza.



Figura 3. L’ultima pagina della brochure.

INVESTIGAZIONI DA TAVOLO

Quando io e Davide – amico di lunga data e sodale nella passione per le auto storiche – abbiamo scoperto dell’esistenza di questa brochure non ho dovuto attendere molto prima che mi inviassero questa immagine presa da Google StreetView (se non vi dice nulla, tornate a guardare la Figura 2):



Figura 4. Deja vu.

Dopo avergli chiesto come lo avesse trovato ho realizzato che la soluzione era sotto i miei occhi, le due indicazioni “Colle Antica” e “Colle Bassa”, infatti, portano dritti a Colle Val D’Elsa.

A distanza di mesi da quel giorno ho trovato in vendita la brochure italiana e, una volta comprata, mi sono chiesto se fosse possibile rintracciare anche le altre location delle fotografie avventurandomi così in una sorta di caccia al tesoro che, non trovandomi in Toscana, ho dovuto svolgere quasi esclusivamente online usando Google Maps, StreetView e un po’ di arguzia.

La prima sfida è stata la foto in copertina che mostra un unico ma fondamentale indizio: una pietra miliare con l’indicazione “VI 54”. Come io stesso ho imparato da Davide in questa occasione, le due cifre indicano il progressivo chilometrico (54,600km) dall’inizio della strada. Già, ma quale strada? Ho ristretto il campo di ricerca ai dintorni di Colle Val d’Elsa dato che, ragionevolmente, l’intero servizio fotografico doveva essersi svolto nel raggio di pochi chilometri. Ho recuperato ed esaminato una vecchia carta stradale alla ricerca di statali lunghe più di 50km e per mia fortuna solo la SS68 (oggi SP68) passava nei paraggi; contando 54 chilometri dal suo inizio a Cecina, ho centrato subito il primo dei miei obiettivi (Figura 5).

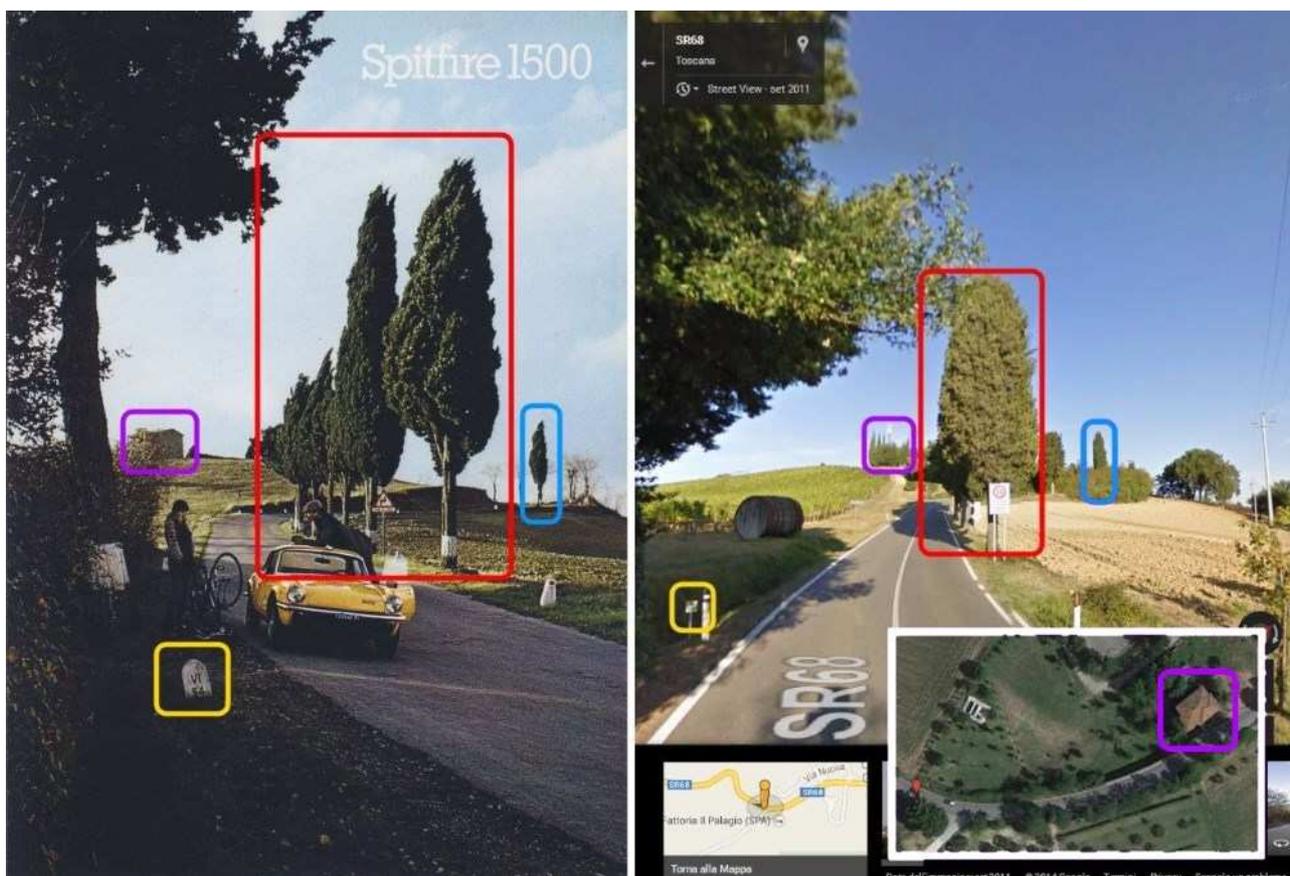


Figura 5. Primo centro! Nella vista dall’alto a destra si nota la casa, ora circondata da alberi e non visibile nella vista stradale.

Galvanizzato dal successo ho subito sfogliato le altre pagine alla ricerca di una preda facile: la chiesa a pagina 4 non poteva non essere nota e una ricerca per immagini su Google ha colmato la mia ignoranza in materia portandomi al cospetto del Duomo di San Gimignano (Figura 6).

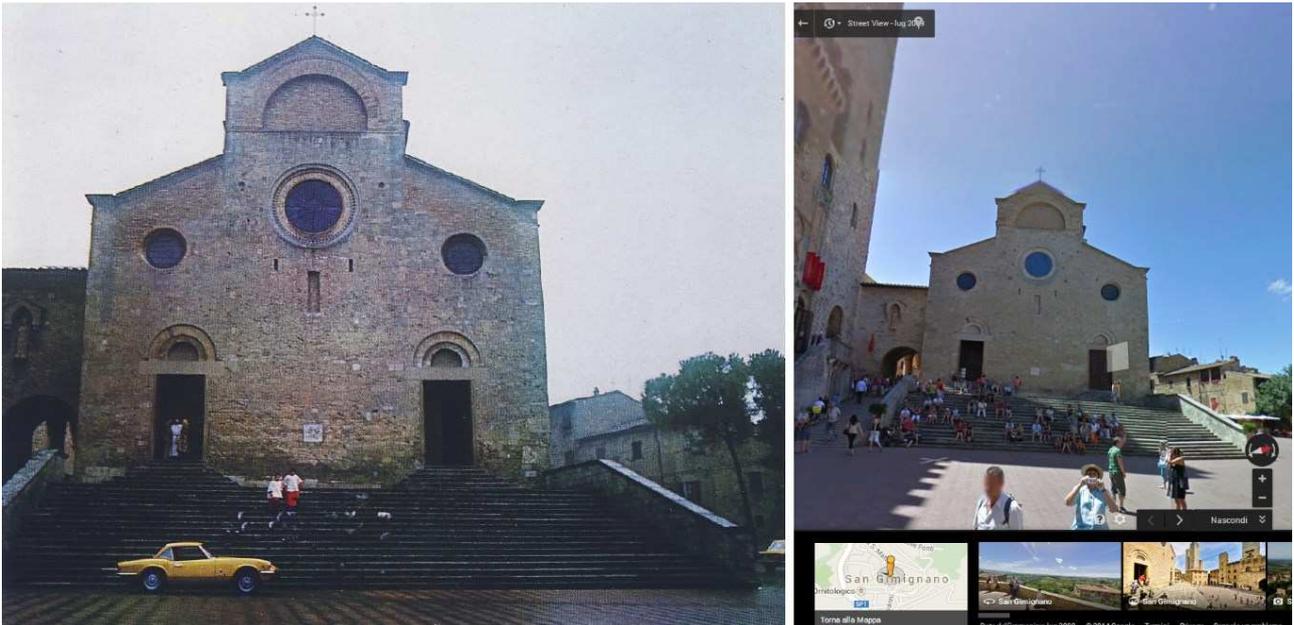


Figura 6. Secondo centro, il Duomo di San Gimignano.

Adesso la cosa iniziava a farsi difficile: se alcune foto sono oggettivamente impossibili da rintracciare perché troppo generiche, ne restavano almeno un paio di “investigabili”. La prima che ho esaminato è stata quella a pagina 3, con la Spitfire parcheggiata di fronte a un bar: la strada in pendenza mi ha fatto pensare a Colle Val d’Elsa, lungo le cui strade ho virtualmente passeggiato a lungo senza fortuna. Ho chiesto aiuto a Davide che ha riconosciuto la pavimentazione tipica di una piazza anziché di una via ed è partito non dalla prima foto trovata ma dall’ultima, quindi da San Gimignano, dove a pochi passi dal Duomo si trova piazza della Cisterna, nota proprio per la sua pendenza. Una rapida occhiata con StreetView ha confermato il terzo centro (Figura 7).



Figura 7. Terzo centro. Il riquadro a destra evidenzia il fregio della porta.

L'ultimo obbiettivo possibile sembrava essere la villa ritratta a pagina 4 (Figura 8). Ho cercato più volte con Google, inviato email alle Pro Loco locali e chiesto aiuto anche su Facebook, purtroppo inutilmente. Se qualcuno la riconosce, si faccia avanti.



Figura 8. Dove saranno questa villa e questo parco?

QUARANT'ANNI DOPO

Un paio di anni fa ho trascorso qualche giorno di vacanza in Toscana a bordo della mia Spitfire (ne ho già parlato in un articolo presente nella sezione Viaggi di Triumph in Italy). La scoperta della brochure e la successiva localizzazione della foto di Colle Val d'Elsa sono avvenute poche settimane prima della partenza e, dato che il mio itinerario sarebbe passato proprio da quelle parti, non ho resistito alla tentazione di una visita.

Una volta sul posto sono entrato nel negozio al piano terra e parlando con la proprietaria ho scoperto che la Pensione Rosa non è mai esistita ma che al suo posto c'era invece una macelleria. Comprendo però il punto di vista dei fotografi della BL e le ragioni della mistificazione, un fidanzato armato di chianina sarebbe stato assai meno romantico che con il mazzo di fiori!

Prima di andarmene ho voluto replicare la foto, ma la luce "sbagliata" del tramonto, l'impossibilità di piazzarmi in mezzo alla strada per replicare esattamente il punto di vista e la stanchezza accumulata durante la giornata hanno prodotto un risultato tutt'altro che esaltante (Figura 9).



Figura 9. Sul luogo del delitto quarant'anni dopo. Il fidanzato starà cercando un fioraio aperto?

La sfida però è aperta: chi volesse provare a fare di meglio può trovare in coda all'articolo la mappa con le posizioni esatte delle fotografie, non resta quindi che armarsi di macchina fotografica e Spitfire e partire alla volta della Toscana. Se invierete i vostri scatti a redazione@triumphitaly.it saremo felici di pubblicarli sulla nostra pagina Facebook.

LINK

Il sito di Eric Kieboom: <http://i.mp/1lys3vx>

La versione italiana della brochure: <http://i.mp/1lyrUrS>

La mappa di Google che indica le posizioni delle foto: <http://i.mp/1CBMjvC>