

TESTIMONIAL 2.0

Hunziker per l'intimo Roberta Lo spot su Instagram è virale

La showgirl svizzera ricorda l'esordio per il marchio del gruppo Pompea
E da Medole le arriva un regalo: gli slip originali della campagna che fece storia



La sede della Pompea e due fotogrammi del video postato dalla Hunziker dopo aver ricevuto gli slip Roberta

Vincenzo Corrado

«Cher ricordo... A 17 anni feci un casting. Aprii la porta dello studio e davanti a me 300 ragazze tutte in fila da dietro con i pantaloni abbassati e le "ciapette" di fuori! Pensai ad un brutto scherzo e chiamai la mia agenzia arrabbiandomi!». Michelle Hunziker ricorda così su Instagram il giorno che di fatto diede il via alla sua carriera oggi ultraventennale e ricca di successi. La campagna pubblicitaria per cui fu scelta l'allora

modella svizzera è una delle più iconiche ideate in Italia a fine del secolo scorso, quella di Roberta, marchio di intimo che oggi è detenuto dal gruppo Pompea.

Nel suo post la showgirl, con la consueta ironia racconta l'imbarazzo che nel 1995, ancora minorenni, provava ad essere riconosciuta «soltanto quando uscivo dai locali e non quando entravo», facendo riferimento al fatto che l'immagine pubblicitaria per Roberta la ritraeva di spalle. Nelle ultime settimane la Hunziker ha po-

IL BRAND

Slip, reggiseni e calze
L'acquisizione nel 2002

Quando Intimo Roberta lanciò la carriera di Michelle Hunziker 24 anni fa, il marchio, ideato nel 1975 a Bergamo, non era di proprietà del gruppo Pompea. L'azienda del patron Adriano Rodella lo acquisì nel 2002 quando venivano prodotti circa cinque milioni di pezzi col marchio Roberta, per un fatturato di circa trenta milioni di euro.

stato sui social (cinque milioni di follower tra Instagram e Facebook) una serie di video in cui mostra gli esercizi migliori per mantenersi in forma, con particolare attenzione rivolta ai "ciapetti", il termine usato dai conduttori di "Striscia la notizia" per indicare il fondoschiama.

«A quel punto non potevamo esimerci dal fare un regalo speciale - dice Alessandro Rodella, esperto di marketing e figlio del patron di Pompea, Adriano - così le abbiamo inviato lo slip Roberta che l'hatese famosa. Con Michelle abbiamo collaborato anche una decina di anni fa per una telepromozione, è una donna fantastica e speriamo di poterla ospitare presto nella nostra sede».

La conduttrice ha apprezzato molto il cimelio e su Instagram prima e su Facebook poi, ha voluto ringraziare l'azienda (che ha sedi a Medole e ad Asola): «Di solito non posto mai video di questo genere - ha detto Michelle - ma per me Intimo Roberta è qualcosa di speciale, rappresenta l'inizio di tutto, senza quello spot forse non sarei diventata ciò che sono oggi». Per l'azienda mantovana lo scambio di cortesie social con la Hunziker non può che portare vantaggi: dal punto di vista del marketing, anzi, si può parlare di un vero e proprio colpaccio. I contenuti caricati sul web dalla conduttrice mediamente raggiungono decine, se non centinaia, di migliaia di persone. Un endorsement della Hunziker, peraltro sincero, spontaneo e non dettato da un contratto di collaborazione con Pompea, rafforzato anche da quel tocco di effetto nostalgia, visto che la campagna di Roberta risale al 1995, si è rivelato un'ottima vetrina per Pompea. L'ufficio marketing di Medole ha fatto centro. —

PHOTO: ALCANTARA/STREZZATI

