

marketing e seconde generazioni

LE PEN SI AFFIDA AL G2 MARKETING

di Enzo Mario Napolitano



Mentre in Italia non si hanno più notizie della riforma del diritto di cittadinanza per gli immigrati, in Francia si stanno preparando le presidenziali 2007 e sono in corso improvvisi riposizionamenti sul tema immigrazione.

Il più clamoroso è quello attuato da Jean Marie Le Pen, sinora accusato di xenofobia, che ha inserito le seconde generazioni di immigrati tra i potenziali elettori a Presidente della Repubblica Francese!

Seconde, terze e quarte, generazioni sicuramente deluse dalla sinistra così come dalla destra.

Deluse al pari degli altri target individuati dai consulenti marketing capeggiati da Marine Le Pen, figlia del candidato.

Giovani immigrati illusi per decenni, come i loro genitori, dal mito egualitario e assimilazionista ma da sempre esclusi da vere e diffuse opportunità di affermazione sociale.

Appena un anno fa le banlieues bruciavano, ora Le Pen le visita alla ricerca di elettori e si fa intervistare dalle emittenti maghrebine. Le periferie sono diventate strategiche per le prossime elezioni. In particolare dopo che è stata avviata la campagna *Banlieues Votez* (www.votez-banlieues.fr) finalizzata a portare la popolazioni delle periferie a votare.

Il manifesto predisposto da Le Pen per il target G2 è sicuramente in grado di interessare i destinatari: sullo sfondo grigio della periferia, una ragazza marocchina dai lineamenti fini, dal colorito marcato e dai capelli crespi (*nessuna ambiguità identitaria*) vestita come gli altri giovani francesi (*jeans a vita bassa, elastico degli slip ben in vista*). Un target raffigurato con un'identità ben definita, positiva e integrata. Il populista Le Pen - avrebbe potuto rivelarsi più timido nella scelta visiva (*e coprire l'ombelico*) per evitare di offendere la suscettibilità delle comunità musulmane. Ha invece preferito normalizzare l'immagine delle seconde generazioni francesi troppo cariche di stereotipi (*velo islamico, molotov, droga, delinquenza*).

AVEC LE PEN

Tous ensemble, relevons notre France !



Le Pen si fa ritrarre con i suoi target (tra cui la ragazza marocchina) e si propone come il candidato di tutto il popolo francese, al di là di specificità religiose, etniche e politiche e che ora afferma “*Non sono xenofobo, sono francofilo*” .

Prima di accusare Le Pen di strumentalizzare il disagio di milioni di giovani immigrati, chiediamoci:

¿ quante imprese o banche italiane stanno attualmente promuovendo sui media generalisti prodotti e servizi rivolti agli immigrati?

¿ quanti politici italiani sarebbero realmente disposti a stampare e affiggere i manifesti per le prossime elezioni amministrative rivolgendosi agli immigrati come popolo elettore e non come causa di tutti i mali?

di Enzo Mario Napolitano
con la collaborazione di Erika Mosca
ETNICA, il network per l'economia interculturale
www.etnica.biz
15 gennaio 2007