



PINO PILLÀ. IL TOPO, LA BRACE, LA CENERE.

Era una specie di topo grigio, la barba ispida, il naso affilato, gli occhi persi chissà dove sotto lunghissime metistofeliche sopracciglia. Metà della faccia era affondata nella mano sinistra. Dalle dita della destra si levava un cilindro di cenere lunghissimo, contorto, pericolante.

- Occhio alla cenere: cascai – gli feci.

Lui disse su di me due occhi azzurritissimi e ironici:

- No che no 'a casca – ghignò.

Eravamo alla Casa dello Studente di Viale Romagna, seduti ai tavolini di formica, sotto i neon della mensa. Intorno, studenti del Politecnico, di Chimica e di Agraria, ma anche spacciatori, prostituiti della vicina Piazza Leonardo, e qualcuno dei primissimi travestiti. Era l'inizio degli anni '70. L'aria del sabato sapeva di politica e di lacrime. Da qualche altra parte della città Renato Curcio, Mara Cagol ed Enrico Franceschini cominciavano a guardare con occhio diverso le Smith & Wesson che brillavano nelle vetrine dell'Armeria Ravizza.

Io guardavo il topo grigio negli occhi beffanti, aspettando che cadesse la cenere. Ma la cenere restava in equilibrio. E non sospiravo che stava per cominciare l'amicizia di una vita.

Perché quel topo grigio con la brace dell'intelligenza che covava sotto la giacca grigia si chiamava Pino Pillà, e sarebbe diventato, come se la cosa non lo riguardasse, uno dei più grandi copywriter italiani.

Ma preferisco lasciare la parola a lui, come si raccomandava qualche anno fa, con la consueta autoritaria lucida e un po' schiva.

“Milano, seconda.”

“Duemila-due-cinquanta, spiccioli per favore.”

Appena in treno cambiavi idea e raslocavi risolutamente in prima, in un sontuoso coupé di velluto rosso completamente vuoto.

Accesi una sigaretta, tirai fuori una busta ormai troppo spiegazzata e rilessai quelle 5 righe che sapevo a memoria: Mario Belli, su carta intestata NCK, mi ringraziava per la mia bella lettera e mi invitava a Milano per un colloquio.

Che fu breve e disastroso.

Nella mia bella lettera dicevo all'NCK che volevo fare il copywriter e che ero disposto a lavorare sei mesi gratis ed altri sei con

uno stipendio da fattorino. Concludevo lanciando virilmente la sfida: "...se dovessi deludervi come copywriter, il fattorino farei meglio fare sul serio". Il fattorino? Troppa grazia, ragazzo mio, dovette pensare Mario Belli dopo tre minuti di colloquio: paralizzato dall'emozione, timidissimo, impacciato, risposi alle sue prime domande balbettando letteralmente: man mano che in lui aumentavano le perplessità in me cresceva lo stato confusionale.

Mi chiamano o gratomano? Mario Belli decise di non approfondire e mi congedò. Un quarto d'ora dopo essere entrato nel suo ufficio ero di nuovo in strada.

Con 2.250 lire, meglio se spiccioli, potevo tornare a Novara di Piave, provincia di Venezia, a fare lo studente di farmacia, terzo anno fuorcorso, libretto inveccondo. Mia madre avrebbe ucciso il vitello più grasso.

Per 30.000 al mese affittai invece una camera dalle parti di piazzale Susa. Mangiavo alla casa dello studente di viale Romagna dove facevo delle grandi partite a scacchi con Anni, un arabo corpulento dalla risata trascinante che anni dopo avrebbe avuto problemi in Questura per motivi di droga. Col pezzo bianchi era quasi imbatibile.

Ricevevo 70.000 lire al mese da casa, avevo detto a mia madre di essermi iscritto a Giurisprudenza alla Statale. Le bugie, con mia madre, avevano sempre avuto le gambe lunghe. Ma sarà meglio che cambi discorso, parlando di lei riuscirò al massimo scrivere un romanzo.

Dall'esperienza NCK, aiutandomi con un po' di paradosso, riuscii a trarre degli auspici non del tutto negativi. Se di persona avevo fatto la figura che ho detto e con una lettera avevo ricevuto ringraziamenti e inviti, l'idea di guadagnarmi da vivere scrivendo non era poi del tutto assurda.

Pagine Gialle alla mano, scelsi 21 agenzie, tutte internazionali o perlomeno con molte linee di telefono. *Redemption* buona, risposero quasi tutti. Molti per declinare l'invito, cinque per fissarmi un appuntamento.

Tra questi Dario Lando, all'epoca direttore creativo della Masius. E ancora una volta scissi una lettera. Era la "famosa" lettera del vellutato, un test di scrittura che Lando ha fatto fare a quasi tutti gli aspiranti copy che ha visto, ne conserva decine.

Gli portai la mia agli inizi di febbraio (1969). Il 24 cominciavo.

Ero emozionato, felice e ingenuo. Avevo un'età mentale di 16 anni. Redazionali su redazionali con Brandy Florio, per un *house-organ* CGE intervistai Enzo Tortora, guardavo estasiato Andrea Carille guidare spericolatamente la moviola, facevo fatica a dare del tu a Mambelli. Mi tremavano le gambe quando vidi lo stampone del mio primo annuncio, KirèKat il prodottore. "Meno carezze, più vittamine" l'headline.

A riportarmi brutalmente alla realtà furono i continui scontri tra studenti e polizia in via Larga. Le finestre al settimo piano della



Mastius erano un osservatorio protetto e privilegiato, non privo di qualche senso di colpa. Il cinico titolone della *Noire* sulla morte dell'agente Amannumma, quella sera, non mi stupì: avevo già visto tutto alla finestra.

Rimasi in Mastius sei mesi importanti per cambiare idea sulla pubblicità. Come chi entra per la prima volta in un ristorante cinese convinto di mangiare lucertole e alti di Ibolhila, io ero arrivato al *copywriting* convinto che giochi di parole e rime baciate fossero il piatto forte. In sei mesi Dario Landò me li tolse di testa per sempre, credo che "O così o Pomì" sia oggi l'unica rimanda del mio portfolio.

Accettando l'invito di Matteo Lamacchia e il consiglio di molti, andai in Young & Rubicam. Esperienza ricca e piacevole sul piano umano, un po' sbiadita su quello professionale, anche per la sua assurda brevità. Facevo, in sostanza, un assistentato generico e poco soddisfacente, sperando che le cose cambiassero presto.

Cambiarono prestissimo grazie a una telefonata di Pirella. Andai a trovarlo in Ogilvy "per fare due chiacchiere" e, visto che ero lì, feci due chiacchiere anche con Muccini e Fimati la lettera.

In meno di un anno avevo cambiato tre agenzie.

Renato Granata, che aveva appena fatto "Scappa con Superissima" in Mastius, ci avrebbe quasi di sicuro raggiunto di lì a poco e sarei diventato il suo assistente.

Accadde che il "quasi" prevalse sul "sicuro". Renato non arrivò, e io mi trovai di colpo iscritto all'Alta Scuola, facendo l'assistente di Pirella e avendo Michele Götsche per art director.

Si lavorava in tre allo stesso tavolo, Emanuele sbirciava le mie headline. Per bocciarle faceva finta di non aver visto niente, per approvarle diceva che "gli pareva di aver visto" un titolo che forse poteva andare.

Altre volte, su una campagna cominciata da lui e Michele, proseguivamo Michele ed io, aggiungendo due o tre soggetti. In ogni caso è stata una scuola eccezionale, anche perché io avevo voglia di studiare.

Poi, per una serie di circostanze, nacque l'Agenzia Italia. Se volevo c'era posto anche per me. Naturalmente volevo. All'ultimo momento saltò fuori anche un piccolo, incredibile 5%. Socio fondatore, come si suol dire.

In omaggio ai miei trascorsi di studente in farmacia, il nostro primo cliente fu Cetranol Cronotattivo ("Il raffreddore è furbo, Cetranol è intelligente"). Gli altri clienti erano tutti da inventare. Potevo finalmente mantenere la promessa fatta a Mario Belli di lavorare sei mesi gratis ed altri sei mesi con uno stipendio da fattorino. E qui sento di dover stringere.

Raccontarvi quello che è stata, negli anni '70, l'Agenzia Italia sarebbe raccontarvi una storia che forse conoscerete già. Raccontarvi quello che è stata soggentivamente mi porterebbe troppo lontano dall'asciutta concisione di un buon *copywriting*. Meglio lasciar perdere e arrivare direttamente verso la fine degli anni '70. Quando finalmente inserii nell'impeccabile razionalità del mio curriculum un errore decisivo. ("Era inevi-



table, perfomno dal punto di vista statistico" dice Enzo Baldoni, che conosce bene la mia storia. E che, sia detto tra parentesi, ce l'ho sulla coscienza io assieme a suo fratello Sandro: a suo tempo ho vivacemente sponsorizzato io il loro ingresso in pubblicità.)

Il Grande Errore, dicevo. Che fu quello di lasciare l'Italia/BDDO – e sarebbe il meno – per fare il freelance, che è più grave. Diciamo, eufemisticamente, che non sono adatto.

Il free-lance, negli anni '70, era un creativo, un account, un direttore amministrativo a tempo pieno. Con puntate verso la self-promotion, il recupero crediti, l'evasione fiscale, a tempo perso.

A questa massiccia domanda di multiforme ingegno rispondevo flebilmente con la mia monospecializzazione in *copywriting* di scuola pirelliana, neanche il più richiesto, a quei tempi, sul mercato free. Il mio socio era Pierpaolo Corniati, free-lance "storico" e vecchia volpe, per fortuna, dal mestiere.

Dividerti ci ha aiutato a diventare amici.

Successivamente, e brevemente, mi associai a Raymond Gfeller e a Bruno Ferlazzo, ottimi art director di grande professionalità che nel ruolo di free-lance erano completamente a disagio.

Stiamo così arrivati al 1982. *Lo stop-fume* era durato 4 anni, *mea culpa, mea culpa, mea maxima culpa*.

Per riprendere l'abitudine all'intelligenza decisi di rientrare in una buona agenzia. Uscii di casa alla ricerca in una bella mattina di fine maggio, fermandomi 300 metri dopo: Vincenzo Monti 9, Pirella Götsche, grande amore cominciato in sordina, con un passaggio in perfetta dissolvenza dall'attività free, lavorando sempre più per loro sempre meno per gli altri, fino a un rapido botta-risposta con Pirella: "Ma perché non torni con noi?" "Perché ci sono già tornato."

Ero tornato con Pirella e Michele Götsche, con Bruno Ferlazzo e con Enrico Radelli. Ero tornato a trovare tante occasioni di lavoro, tanta voglia di far diventare ogni problema una bella soluzione.

Il tutto durò cinque o sei anni, poi il ciclo finì fisiologicamente, per il prevalere della voglia di cambiare.

Non mi sposo tanto: da via Vincenzo Monti mi spingo fino in via Paleocapa e, subito dopo, in Foro Bonaparte 51: Alberto Cremona SpA. L'indirizzo merita di essere citato, perché come l'Italia/BDDO, come l'ufficio free in corso Magenta, come la Pirella, come casa mia, è nelle tavole 17/18 del *Tutorcini*: a mezzogiorno si va a pranzo in casa.

La divergenza gastronomica nasce dal fatto che la Cremona ha, suo malgrado, il difetto di essere l'agenzia dove lavoro anche adesso: un'esperienza un po' troppo contemporanea per poterne



parlare con un minimo di distacco.

Il racconto viene sospeso per Lavori in Corso.

Fin qui Pino Pilla. Lorenzo Martini, nel suo libro che non ha titolo, racconta uno scambio di battute illuminante:

“... (Gh) chiesi perché avesse lasciato la Prella Götische, dove era direttore creativo, dove aveva lavorato molti anni, dove stava bene e dove era molto amato.

Mi disse: “Ti risponderò con una frase di Leo Longanesi: *la mia fantasia si è inceppata. Ho bisogno di un piccolo dispiacere*.”

Sospetto che questa frase sia stata – come dire? – ricostruita, imbellita, rimpagnata con cura dal pignolissimo Martini. Se ben conosco Pino, in realtà è andata più o meno così:

“*Mah...* (sospito, lungo silenzio) ... (si stringe con la mano il mento ispido) ... (sbuffa) ... (altro lungo silenzio) ... (lancia un'occhiata ironica) ... *te sa cosa ti disera Leo Longanesi?* (Ti

guarda e diventa improvvisamente preciso, scandisce le sillabe perché la citazione sia assolutamente perfetta) ... *la mia fantasia si è inceppata ... Ho bisogno di un piccolo dispiacere.*”

Pino sbaglia sempre le doppie.

Una volta lo invito in campagna per respirare un po' di aria buona.

Risposta:

“*Enso... a me piace l'aria vissiata.*”

Ecco, Pino è sempre stato così: schivo, dimesso, disattentissimo alla propria immagine. Non va ai party. Non parla le lingue. Non si fa self-promotion. Non alza la voce. Non parla di sé. Non mette la cravatta. Non va al cinema. Veste sempre colori cenere. Perfino come maestro è stato riluttante. Non mi ha mai dato un consiglio. Le cose bisognava strapparghiele con le tenaglie. Non ha nemmeno un portafoglio. Ma che razza di pubblicitario è?

E' uno che non aggiunge, toglie. Ha cominciato in tenera età, trasformando un grommoso Pilla Agrippino nel liquido e fluente Pino Pilla. Ha continuato per tutta la vita. Per esempio, quando ha scritto “io esiste” (con l'iniziale minuscola e il punto finale). Non era poi così difficile, bastava togliere una “D”. Ma prima bisognava pensarci.

Pino Pilla è un maestro che lavora per sottrazione. Proprio come il grande design. E la grande poesia. E le grandi headline.

