

Un nuovo tipo di profilattici "aromatizzati" *Se l'amore sa di fragola*

ROMA - «Fragola, amore e fantasia». E di fantasia ne hanno avuta non poca gli ideatori dei nuovi profilattici al gusto di frutta che con questo slogan stanno lanciando il prodotto sul mercato italiano. I maxi manifesti pubblicitari, con la scritta a caratteri cubitali «Profilattici d'autore», da qualche giorno tappezzano la capitale e testimoniano della varietà dell'offerta della casa produttrice. Da una parte infatti ecco i «profilattici aromatizzati» alla fragola con la «o» rigorosamente a forma del frutto in questione e la parola allusivamente, nonché maliziosamente, divisa in due colori ove mai potesse sfuggire il doppio senso: «fra-gola».

Dall'altra - evidentemente per chi non osa lasciarsi andare al «rischio» della novità ma sempre preferisce la salda tradizione - ecco l'altra confezione di profilattici: un austero pac-

chetto da «sei pezzi», «Elite extra fine king top», per reclamizzare il quale i pubblicitari hanno ben pensato di far ricorso ad un dipinto del severo Goya (che «profilattici d'autore» sarebbero altrimenti?).

A sottolineare la diversità e la specificità dell'offerta - di sicuro effetto ma di discutibile buon gusto - ecco sul pannello-gigante due slogan ad hoc: «Fragola: il gusto», «Elite: lo stile». Insomma, chi vuol capire capisce.

Il profilattico tutti-frutti, comunque, appare almeno per ora un prodotto di insicuro successo. Infatti, diverte, stupisce, disorienta i farmacisti, ma non li convince. «Noi qui non li venderemo mai, non sarebbe decoroso», dicono, dando della campagna pubblicitaria dei profilattici per combattere l'Aids, una interpretazione completamente differente.

