

Ci sono prodotti che resistono molto bene all'usura del tempo



Vanni Codeluppi*

Non sono molti i prodotti che sono in grado di resistere all'inevitabile processo di invecchiamento prodotto dal tempo. I cambiamenti dei gusti dei consumatori sono talmente numerosi che ciò che avviene di solito

1. *Pochi prodotti resistono a lungo nel tempo, ma quelli che riescono a farlo vedono rafforzarsi la loro immagine*
2. *Il caso di Nivea è esemplare*
3. *La sfida che attende Nivea è di continuare a imporre la sua semplicità nei confronti di prodotti cosmetici sempre più innovativi*

sul mercato è una vera e propria selezione naturale. Ma se superano la prova del tempo, i prodotti traggono forza dal risultato ottenuto, perché sono percepiti dai consumatori come delle certezze in grado di assicurare. Generalmente a resistere sono prodotti che possiedono una buona qualità sul piano delle prestazioni che sono in grado di erogare, ma che si presentano anche con un aspetto semplice

e che riesce a rendere immediatamente comprensibili le loro possibilità di utilizzo. Spesso operano sul mercato anche offrendosi a un prezzo non elevato, perché, a differenza dei beni che funzionano come status symbols, più che comunicare la ricchezza personale di ciascun individuo, esprimono soprattutto lo stile, il gusto e la capacità di scelta. Si pensi, per esempio, a prodotti come i jeans Levi's 501, la maglietta Lacoste, l'impermeabile Burberry, gli occhiali Ray-Ban, la crema spalmabile Nutella o la Vespa Piaggio. La crema cosmetica Nivea è uno di questi e nel 2011 compie esattamente cent'anni. Può essere interessante allora andare a cercare di capire quali sono le ragioni che le hanno consentito di avere una vita così longeva.

STRATEGIE DI SUCCESSO

La crema Nivea è nata all'inizio del Novecento grazie a un'invenzione di tipo chimico: l'emulsione stabile e a base di acqua e olio denominata "Eucerit". Un'invenzione che le ha permesso di presentarsi agli occhi delle donne dell'epoca, che per la cura della loro bellezza disponevano fondamentalmente di acqua, sapone e talco, come un prodotto innovativo, all'origine di una categoria di prodotto che prima non esisteva e in grado perciò di differenziarsi anche dai numerosi imitatori che sono inevitabilmente arrivati in seguito. Ma a ciò hanno contribuito anche alcune caratteristiche che sin dall'inizio hanno fatto percepire Nivea come qualcosa di unico, quale per esempio il profumo basato su una delicata com-



Il pack di Nivea è in grado di rafforzare i valori di prodotto comunicando in modo minimal ed efficace

binazione di ingredienti di origine naturale e dunque in grado di rafforzare l'immagine di naturalità comunicata.

L'emulsione di cui Nivea è composta le ha consentito inoltre di essere stabile nel tempo, ma anche versatile e in grado di rispondere alle molteplici necessità provenienti dai consumatori, cioè di riuscire a idratare e proteggere tutti i tipi di pelle. Il successo di Nivea dunque è dovuto soprattutto alla capacità di presentarsi come qualcosa di semplice e alla portata di tutti: una crema "democratica" per la cura della bellezza.

CODICI ESSENZIALI

Il packaging adottato a partire dal 1925 e ancora oggi in uso è stato in grado di rafforzare questi significati grazie al fatto che ha saputo comunicare attraverso codici essenziali e minimali. Si tratta infatti di una confezione piatta di alluminio che presenta una forma elementare come quella circolare. Va considerato inoltre che tale forma è dominata dal blu, un colore freddo ma decisamente elegante, che rimanda alla quiete celeste e può essere associato all'acqua, alla profondità, all'infinito. Al centro di questo grande "mare"

blu emergono soltanto i caratteri rigorosamente geometrici mediante i quali è scritto il nome del prodotto. Un nome anch'esso essenziale: "Nivea Crema". L'estetica della confezione di Nivea è dunque influenzata da quella cultura razionalista della progettazione che ha svolto un ruolo particolarmente significativo durante la prima metà del Novecento e soprattutto dalla specifica lezione proveniente dalla scuola di design della Bauhaus. Il rigore formale della confezione si è trasformato però, nel caso della crema Nivea, in una delle caratteristiche identitarie principali di tale prodotto, cioè in una delle ragioni primarie per cui essa è stata in grado di comunicare efficacemente al consumatore dei significati di essenzialità.

Tutto ciò consente oggi a Nivea di esprimere ai nostri occhi un potente legame con il periodo storico in cui è nata, caratterizzato da un mondo culturale tradizionale, che oggi percepiamo con quello sguardo bonario e pieno di rimpianto nostalgico che riserviamo ai momenti storici in cui non erano presenti le difficoltà che dobbiamo affrontare nella vita di tutti i giorni. Si tratta adesso di vedere se Nivea riuscirà anche nei prossimi anni a continuare a far valere la sua grande semplicità contro prodotti cosmetici che sono sempre più sofisticati e nascono dalle ricerche scientifiche più avanzate.

*Università Modena e Reggio Emilia