

GEORGE

L'ANTI-DIVO

**Da sex symbol
all'impegno sociale**

Molto si è scritto sul “bel George”: tra articoli, interviste, blog e commenti, occupandosi di questo personaggio tutto si può fare tranne che lamentarsi della mancanza di materiale. Basta digitare la parola “Clooney” su un motore di ricerca per trovarsi travolti da pagine d’informazioni, sparse un po’ ovunque nella rete.

Tra tutte le parole spese a riguardo, però, ho trovato particolarmente calzanti e adatte a renderne un profilo genuino e veritiero, caricaturale quanto basta, quelle di Ian Parker, giornalista del sofisticato *New Yorker*, che a Clooney ha dedicato un servizio, lungo ben dieci pagine, nel numero del 14 Aprile 2008, sotto la celebre rubrica *Profiles*.

Sottotitolo: *La fatica dietro lo charme senza fatica di George Clooney.*

E’ proprio alle pagine di Parker che mi voglio ispirare, utilizzandole come linee guida del mio lavoro; dal profilo del *New Yorker*, infatti, esce un uomo che non rinnega il suo passato di sex symbol, che non vuole convincerci di alzarsi la mattina senza essere consapevole di chiamarsi George Clooney, ma che tutto sommato resta ancorato alla propria vita privata, e la mantiene tale.

Un uomo dalle innegabili qualità di interprete e di regista, ma che ha deciso di fondere la propria professione con l’impegno sociale; un uomo che, nel bene o nel male, non ha paura di “sporcare” la propria immagine pubblica palesando le proprie idee politiche, i propri valori, supportando attivamente le cause in cui crede, indipendentemente dall’opinione pubblica.

GEORGE: L'UOMO PRIVATO

“... But, he continued, “I have my friends, nine guys for twenty-five years; they’re the guys I see every Sunday...”

I. Parker – New Yorker

LA VITA

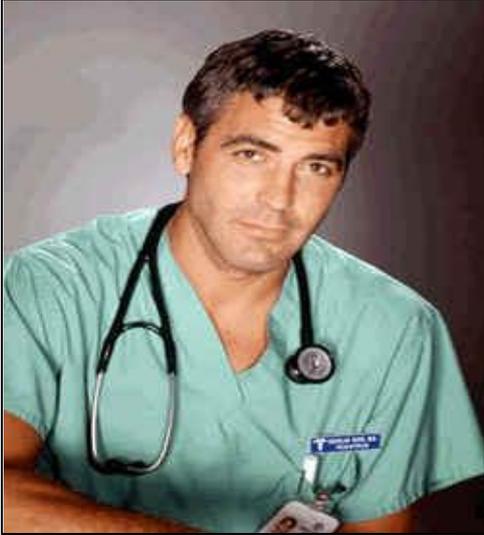
George Timothy Clooney nasce a Lexington, Kentucky, il 6 maggio 1961.



Il padre, Nick Clooney, è un celebre conduttore di talk show a Cincinnati e per questa ragione il piccolo George frequenta spesso gli studi televisivi, abituandosi fin dall'infanzia ai ritmi un po' frenetici dello spettacolo.

Dopo aver trascorso qualche anno presso la Northern Kentucky University, tentando invano di entrare nella squadra di baseball dei Cincinnati Reds, George lavora per un breve periodo come giornalista televisivo, poi decide di trasferirsi a Los Angeles, dove si iscrive a un corso di recitazione.

I primi ruoli li ottiene partecipando ad alcuni serial tv, tra cui *'L'albero delle mele'*, *'Roseanne'* e poi *'Sunset Beat'*, *'Baby Talk'* e *'Sisters'*, mentre sul grande schermo si limita a comparire brevemente in pellicole a basso costo di scarsa fortuna e ormai dimenticate. Nel 1989 sposa la collega Talia Balsam, dalla quale divorzia solo tre anni dopo, diventando poco tempo dopo uno degli scapoli più ambiti di Hollywood.



Il successo infatti arriva a breve, grazie al ruolo del dottor Doug Ross nella seguitissima serie tv *'E.R. - Medici in prima linea'*, che lo rivela al grande pubblico e gli fa conquistare numerose nomination per l'Emmy, il Golden Globe, lo Screen Actors Guild Award e il People's Choice Award.

Nel 1996 Clooney conquista finalmente un ruolo da protagonista anche al cinema, con il film di Robert Rodriguez *Dal tramonto all'alba*, tratto da una vecchia sceneggiatura di Quentin Tarantino, e nello stesso anno ottiene un grande successo anche nella commedia romantica *Un giorno, per caso* di Michael Hoffman al fianco di Michelle Pfeiffer.

Nel 1997 è l'uomo-pipistrello nel *Batman & Robin* (1997) di Joel Schumacher, poi accanto a Nicole Kidman interpreta *The Peacemaker*, prodotto dalla DreamWorks di Steven Spielberg, e infine nel 1998 è il protagonista, con Jennifer Lopez, di *Out of Sight* di Steven Soderbergh. Dopo aver partecipato con un cameo al film di Terrence Malick *La sottile linea rossa* (1998) e aver dato la voce al Dr. Gouache in *South Park: Bigger, Longer and Uncut* (1999), George Clooney interpreta *Three Kings* (1999), di David O. Russell.

Nel 1999 lascia definitivamente il set di *'E.R. - Medici in prima linea'*, anche se negli anni successivi continua di tanto in tanto a comparire nei telefilm della serie come guest star.

Nel 2000 Clooney produce e interpreta il film tv *A prova di errore*, il primo film trasmesso in diretta nella storia della televisione americana, poi si trasforma nel capitano Billy Tyne nel film di Wolfgang Petersen *La tempesta perfetta*.

Nel 2000 stringe un sodalizio con i fratelli Coen che frutterà due pellicole di grande successo: *Fratello, dove sei?* e *Prima ti sposo, poi ti rovino*.

Determinante è l'incontro con il regista Soderbergh: *Ocean's Eleven* (2001), *Solaris* (2002), remake dell'omonimo film di Andrei Tarkovskij, che lo mette al

centro di mille polemiche e censure a causa di alcune scene di nudo, *Ocean's Twelve*.

Con Soderbergh, Clooney accresce la sua popolarità e la sua maturità artistica al punto da cimentarsi nella regia con due film apprezzati da pubblico e critica: *Confessioni di una mente pericolosa* e *Good Night, and Good Luck* (2005).

Produttore del thriller di John Maybury *The Jacket*, George Clooney ottiene la sua prima candidatura all'Oscar nel 2006 per la regia e per il film *Good Night, and Good Luck*, e vince l'oscar come migliore attore non protagonista per *Syriana*. Nel 2008 è nuovamente candidato alla statuetta per il suo ruolo da protagonista in *Michael Clayton*.

LA MALATTIA

Nel 2005, mentre si trova sul set del film *Syriana*, Clooney batte la testa cadendo da una sedia: inizia a perdere liquido spinale, viene portato in ospedale e operato d'urgenza.



Subisce 4 diversi interventi e trascorre in ospedale ben 3 mesi, ma le conseguenze della caduta si fanno sentire ancora oggi: Clooney soffre di fortissimi mal di testa, spesso ha vuoti di memoria, cosa che ostacola non poco la sua professione di attore.

L'incidente però, è lui stesso ad affermarlo in un'intervista a Vanity Fair del 5 Marzo 2006, ha cambiato radicalmente anche il suo carattere: *“prima ero più insicuro, le*

critiche mi ferivano tanto da dover chiamare mio padre per essere rassicurato, ora niente mi turba, niente mi preoccupa, sono molto più distaccato”.

Si tratta di una patologia collegata addirittura con il morbo della mucca pazza, perché colpisce la «dura mater», ovvero la membrana che protegge il midollo spinale, ma ne è una versione benigna, curabile se individuata in tempo, seppur dolorosa e fastidiosissima.

I sintomi del male sono forti mal di testa e perdite di memoria. La star, che dal 2005 al 2007 ha perso ben quattordici chili, li sta sconfiggendo poco a poco: *«Ma sono sicuro che alla fine ce la farò, miglioro ogni giorno. Ho dovuto sottopormi a una quarantina di piccoli interventi chirurgici, mi hanno suturato e infilato tamponi nel naso. Però, tutto sommato, per me che faccio l'attore è stata un'esperienza interessante. Non ricordarsi le cose a breve termine ti colpisce proprio nell'attività professionale, si perde la fiducia in se stessi... Per esercitarmi ora mi tocca contare i gradini quando faccio le scale, e metto bigliettini dappertutto per non dimenticarmi le cose che devo fare».*

Clooney ha scelto di non restare nell'ombra, ha difeso la sua privacy, è vero, ma non ha mai nascosto la propria malattia e le proprie difficoltà: questa decisione lo ha reso “un divo umano” e la sofferenza lo ha ulteriormente avvicinato alla gente comune e ai propri fan, che lo hanno supportato in ogni momento.

IL CLOONEY ATTORE E REGISTA

“...I consider my life as being a director...”

Parker – New Yorker

“Io sono un ibrido. Riesco a vivere in entrambe le dimensioni».

Nessuno si aspetterebbe questa definizione da un uomo tutto d'un pezzo come George Clooney.

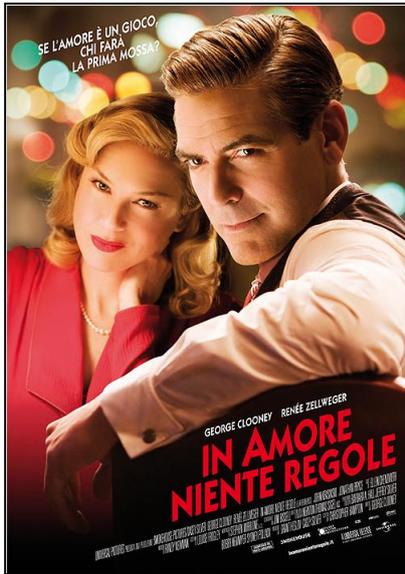
Ma se si parla della dimensione dell'attore e del regista che lui riesce, con successo e fortuna, a equilibrare magnificamente, allora è ammissibile! Clooney, da qualche anno a questa parte, è volto e voce di quelle lezioni di politica che non andrebbero mai dimenticate.

Non gli interessa sollazzare il pubblico e portarlo dentro le sale per offrirgli del puro e semplice intrattenimento, è un artista più votato verso l'impronta informativa del cinema, in particolar modo nei riguardi dei giovani, che devono sapere cosa c'è stato dietro di loro per costruire un futuro migliore.

Come autore di pellicole, conserva la stessa grazia e la stessa eleganze che lo fanno un attore glamour. Nei suoi film, non si urla la verità con quanto fiato si ha in gola accanendosi contro i feroci nemici, ma ci si limita a parlare cordialmente con loro, magari con una sigaretta accesa in mano e guardandoli dritti negli occhi.

FILMOGRAFIA

2008: **In amore niente regole**



Stati Uniti, anni Venti. Nella nascente lega del football americano Dodge Connolly, un affascinante e tenace giocatore, ha tutte le intenzioni di far trionfare la sua squadra. Ma quando lo sponsor li abbandona il capitano è costretto a chiedere Carter Rutherford, ex eroe di guerra, di entrare nella squadra. Il suo piano è di raccogliere l'attenzione del paese. Peccato però che i due si innamorino della stessa donna, la giornalista d'assalto Lexie Littleton.

2007: **Ocean's Thirteen**

Willie Bank è un losco uomo d'affari responsabile del fallimento di Reuben. Il gruppo dei ladri capitanati da Danny Ocean non può certo lasciare il vecchio amico solo in questo momento così difficile: architettano un piano abilissimo per rovinare Willie Bank.

2007: **Intrigo a Berlino**

Nella Germania postbellica un giornalista americano in cerca di una sua vecchia amante finisce in un intrigo di spie che lo metterà in pericolo.

2007: **Michael Clayton**



Michael Clayton è un “faccendiere” che lavora presso uno dei più importanti studi legali di New York. Prendendo ordini dal co-fondatore dello studio, Marty Bach, Clayton, ex pubblico ministero nato in una famiglia di poliziotti, sbriga gli affari più sporchi dello studio Kenner, Bach & Ledeen cercando di rimediare ai guai commessi dai suoi facoltosi clienti. Pur essendo stufo del suo lavoro, Clayton è legato a doppio filo a Kenner, Bach & Ledeen per i suoi molti debiti. Al contempo, Karen Crowder capo dell'ufficio legale della U/North, società che opera nel settore dei prodotti

chimici per l'agricoltura, si sta giocando la carriera sull'esito di una "class action" nella quale la sua società viene difesa dallo studio di Clayton. Ormai sembra che l'esito del processo sia scontato – con una vittoria della U/North, - ma il legale che segue la causa ha un tracollo. Toccherà a Michael Clayton tentare di risolvere un disastro senza precedenti e nel farlo sarà costretto a fare i conti con ciò che è diventato.

2005: **Good Night and Good Luck**

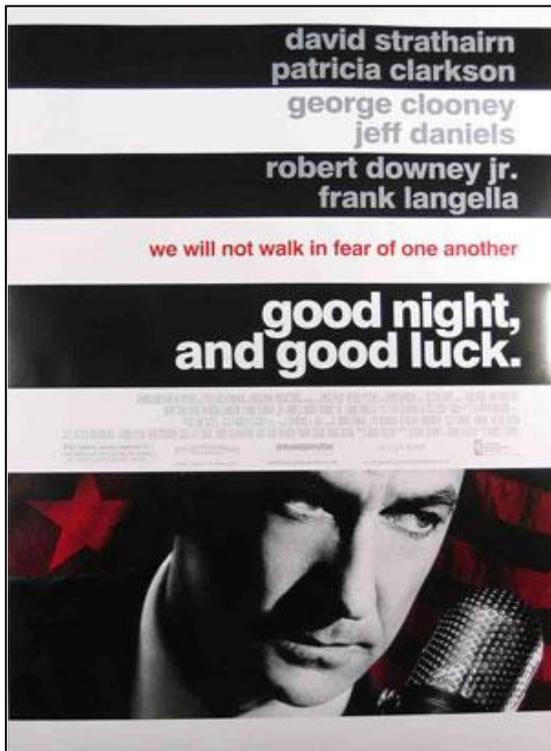
Good Night, and Good Luck. è il secondo film diretto da George Clooney.

Girato interamente in bianco e nero e presentato in anteprima alla 62a Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, il film racconta la storia vera del giornalista statunitense Edward R. Murrow, *anchorman* della CBS, figura storica della lotta al maccartismo.

Il film, dato per favorito da pubblico e critica alla rassegna lagunare, ha invece ricevuto due riconoscimenti minori, il Premio Osella per la migliore sceneggiatura (a Clooney e Grant Heslov) e la Coppa Volpi per la miglior interpretazione

maschile a David Strathairn, lasciando un certo malcontento per la scelta della giuria.

Il titolo *Good Night, and Good Luck.* (ovvero "Buonanotte e buona fortuna") è la frase che il giornalista usava per salutare gli spettatori al termine del suo programma, *See It Now*.



Edward R. Murrow, celebre giornalista ed *anchorman* della CBS (Columbia Broadcasting System), viene a conoscenza di una lista di proscrizione redatta dal senatore del Wisconsin Joseph McCarthy nella quale vengono inseriti i nominativi di tutti coloro che sono sospettati di avere simpatie filo-comuniste. Tali sospetti, spesso inseriti per motivi arbitrari, inventando collegamenti con la "minaccia comunista" o enfatizzando dettagli trascurabili, vengono poi sottoposti a processi sommari dalla furia del senatore stesso, che con l'intento di "salvare" il paese ne mette in realtà a repentaglio la libertà.

Murrow, indignato da tale comportamento, che calpesta ogni diritto civile, decide di divulgare la notizia e di dedicare parecchie puntate del suo show serale del martedì, *See It Now*, alla controversa figura del politico ed alle ingiustizie perpetrate ai danni di onesti cittadini statunitensi. Nonostante le intimidazioni e le minacce di morte subite, Edward, a sua volta accusato da McCarthy di avere contatti con l'Unione Sovietica, grazie anche all'apporto dello staff, diretto dall'amico e produttore Fred Friendly riuscirà a portare avanti la sua campagna di denuncia, e contribuirà a liberare l'America dal fanatismo del maccartismo e la sua moderna "caccia alle streghe".

2005: **Syriana**

Syriana è un film statunitense del 2005, scritto e diretto da Stephen Gaghan, che nello stesso anno vinse un Academy Awards, e che tratta argomenti di geopolitica inserendoli nella trama di un film di azione. Come il soggetto di Gaghan per il film *Traffic*, *Syriana* impiega molteplici storie parallele per trattare temi globali. *Syriana* mette a fuoco l'influenza dell'industria petrolifera, mostrando come i suoi effetti politici, economici, legali e sociali vadano a incidere sulla vita di un agente della CIA, interpretato da George Clooney, di un economista analista dell'energia (Matt Damon), di un avvocato (Jeffrey Wright), e di un giovane pakistano disoccupato, che emigra per lavorare in un ricco paese arabo del Golfo Persico (Mazhar Munir).



Il soggetto di Gaghan è un adattamento che si basa molto elasticamente sul libro memoriale di Robert Baer, *See No Evil*. George Clooney è stato anche uno dei produttori. Nella sua recensione (EN) , il critico cinematografico Roger Ebert suggerisce come il film sia un esempio di cinema a hyperlinks. Il 20 aprile del 2006, il film aveva totalizzato 50,82 milioni di dollari nel "box office" nazionale [1].

Il film è stato anche pubblicato in DVD, nel giugno del 2006. Il distributore è la Warner Bros.

Il film è stato prodotto da Jennifer Fox, Michael Nozik, Georgia Kacandes, Steven Soderbergh e George Clooney, ed è costato 50 milioni di dollari.

2004: **Ocean's Twelve**



Centosessanta milioni di dollari, interessi esclusi, da rimediare in due settimane. È la sfida che porta a riunire la 'banda degli undici' a tre anni di distanza dal colpo al casinò del vanesio Terry Benedict (Andy Garcia), che non ha certo gradito nemmeno il tradimento aggiuntivo da parte dell'ex fidanzata Tess (Julia Roberts), fuggita, oltre che col bottino, anche con il rivale in amore, nonché ideatore dello 'sgarbo' milionario, Danny Ocean (George Clooney). Così, dopo essere stati avvisati uno ad uno da Terry circa le conseguenze di un mancato risarcimento del maltolto, gli undici ci

riprovano e rilanciano.

Atterrando a Roma per trafugare un inestimabile uovo Fabergé esposto (e superblindato) all'interno del museo di Arte contemporanea. E proprio nel cuore della città eterna, con un'appendice sul Lago di Como (Villa d'Este), Ocean, Rusty (Brad Pitt), Linus (Matt Damon) e gli altri professionisti del crimine scoprono l'esistenza di un demiurgo occulto, il fascinioso ladro-dandy francese Francois Toulour (Vincent Cassel), che li ha incastrati con Benedict per una pura questione d'orgoglio: dimostrare chi è il miglior scassinatore attualmente in circolazione. Costretti a sottostare, loro malgrado, alla sfida-ricatto del 'collega' parigino, gli undici si ritrovano braccati anche da una splendida e tenace investigatrice dell'Europol (Catherine Zeta-Jones), in passato abbordata (e poi scaricata) all'ombra del Pantheon dal biondo Rusty.

2003: **The Jacket**

Jack Stark, un veterano della prima guerra del Golfo sofferente di amnesia, è ingiustamente accusato di omicidio e rinchiuso in un manicomio in cui si sta sperimentando un nuovo trattamento sulla mente. Una camicia di forza e potenti psicofarmaci agiscono su Jack che, rinchiuso in una sorta di loculo, è prigioniero di allucinazioni che lo proiettano in una dimensione spazio-temporale alterata. Tra dolore e angoscia un dolce sogno lo accompagna nel suo vagare attraverso gli anni: l'amore per la bellissima Jackie, anche lei in cerca di una possibile salvezza.

2003: **Prima ti sposo e poi ti rovino**

Miles Massey, un affermato divorzista di Los Angeles che conduce un'esistenza apparentemente felice e invidiabile, è in realtà in una fase di stallo. Annoiato e sazio di successo, Massey sente il bisogno di trovare nuovi stimoli. Tutto cambia quando incontra la bella Marilyn Rexroth, futura ex moglie del suo cliente Rex Rexroth, ricco imprenditore immobiliare e inguaribile dongiovanni.

2002: **Confessioni di una mente pericolosa**

La televisione lo ha reso famoso ma il meglio che ha fatto nella vita è stato fuori dallo schermo. Chuck Barris era un leggendario showman e produttore televisivo di giorno e assassino della CIA di notte.



2001: **Ocean's Eleven**



Un gangster di nome Danny Ocean, dopo appena 24 ore che è uscito dal carcere, sta progettando un colpo per svaligiare i tre principali casinò di Las Vegas, durante un incontro di boxe. 11 saranno gli uomini che lo aiuteranno nel colpo.

2000: **Fratello dove sei**

Commedia dark scritta e diretta da Joel ed Ethan Coen, la pellicola è ambientata nello stato di Mississippi durante la grande crisi nel 1937. Venne distribuito nel 2000.

Il cast e' formato tra gli altri da George Clooney, John Goodman, Holly Hunter, Charles Durning e John Turturro. La colonna sonora, con brani che rappresentano le radici della musica americana, ha vinto un Grammy Award come Album dell'anno.

Mississippi, Stati Uniti, fine anni venti. Ulysses Everett McGill (George Clooney), Delmar O'Donnell (Tim Blake Nelson) e Pete Hogwallop (John Turturro) sono tre galeotti appena evasi dai lavori forzati. Guidati dal mellifluo ma imbranato Everett i tre sono alla ricerca di un milione di dollari da lui nascosto nei pressi di una diga: in realtà il piano è di impedire le nuove nozze di Penelope (Holly Hunter), la bizzosa moglie di Everett che sta per sposare un altro. Durante il loro avventuroso viaggio i tre, che si fingeranno anche cantanti pur di sfuggire ai mastini che danno loro la caccia, incontreranno una variopinta galleria di personaggi: un venditore di Bibbie che si rivelerà violento e xenofobo (John Goodman), delle

avvenenti "sirene" che li deruberanno, un chitarrista che ha venduto l'anima al diavolo, uno squinternato rapinatore di banche e così via fino al rocambolesco finale in cui si troveranno faccia a faccia con lo spietato poliziotto che li sta inseguendo.

2000: **La tempesta perfetta**

Tratto dal best sellers di Sebastian Junger è la storia vera di un gruppo di pescatori dell'Atlantico colpiti dalla furia dell'uragano Grace.

1999: **Three kings**

Con in mano il tesoro di Saddam, una sporca mezza dozzina di soldati americani e inseguita nel deserto dai fedeli del dittatore, dalle truppe americane e dai veri dimenticati della guerra del golfo: i perseguitati del regime.

1998: **La sottile linea rossa**

Nel novembre 1942, dopo un idillico intermezzo a contatto con la natura e i nativi della Melanesia, il soldato Witt e un commilitone, disertori (o defilati?), sono riaggregati alla compagnia di fucilieri Charlie, impegnata nella conquista di Guadalcanal, la maggiore delle isole Salomone (Oceania).

Le sanguinose fasi dell'attacco a una collina controllata dai giapponesi (70m, quasi la metà del film) e le vicende successive sono narrate attraverso le voci interiori dei protagonisti. Libera versione del romanzo omonimo (1962) di James Jones (1921-77), autore anche di *Da qui all'eternità* (1951), già filmato nel 1964 con la regia di A. Marton. Raro, se non unico, film sulla guerra in cui per i primi 40m non si ode uno sparo e non esistono protagonisti, ma alcuni personaggi un po' più importanti, peraltro incompleti, non sviluppati e lasciati alla deriva che hanno un senso soltanto nel contesto corale: il cap. Staros (E. Koteas), il ten.col. Toll (N. Nolte), il serg. Welsh (S. Penn), il soldato Bell (B. Chaplin).

Lo stesso Witt (J. Caveziel), figura irrilevante in Jones, è la voce recitante di un oratorio di argomento metafisico e di tono neoromantico: "Il labirinto delle riflessioni in soggettiva ... E così denso che a volte è difficile distinguerne la provenienza. La confusione che ne deriva è anch'essa intenzionale " (Paolo Cherchi Usai).



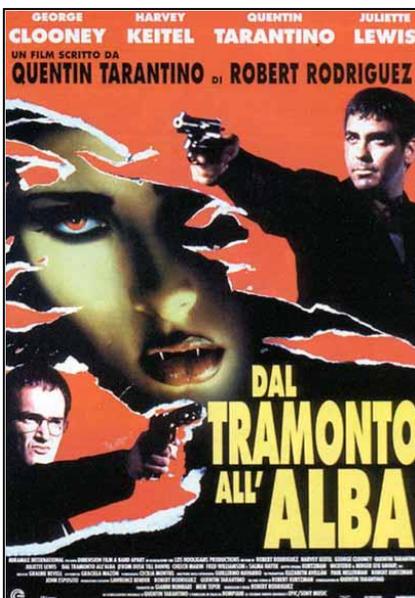
Filosoficamente sotto il segno del trascendentalismo americano dell'Ottocento (R.W. Emerson, ma anche brani musicali di Charles Ives) con echi di M. Heidegger, Malick (1945) ha scelto la guerra come la porta attraverso la quale passare per dire qualcosa di radicale (di indicibile?) sull'estensione dello spettro morale di cui è capace l'uomo e porre alcune domande: perché la guerra? che posto ha l'uomo sulla Terra? che cosa lo spinge alla violenza, a perdere il senso della natura, della pietà, della bellezza?

Questo film panteista - dove la guerra è fatta da insetti che strisciano tra l'erba contro talpe nascoste sotto la terra - è una preghiera di fine millennio, una invocazione d'aiuto, "un poema triste, soffocato e malinconico sulle cose della natura e sulla natura delle cose, uomo compreso" (Bruno Fornara).

1997: **Batman e Robin**

Gotham City è assediata da Mr. Freeze, supercriminale glaciale, ex scienziato impazzito per la morte della moglie, che si è alleato con Poison Ivy, feroce botanica che ha subito una mutazione genetica a causa di un'arma batteriologica. Intervengono Batman e Robin, questa volta con la nipote del fido Alfred, diventata Batgirl. 4 film in 7 anni ispirato ai personaggi dei fumetti creati da Kane & Finger: operazione ad alto costo (150 miliardi), preceduta dal solito battage pubblicitario, è Finger: operazione ad alto costo (150 miliardi), preceduta dal solito battage pubblicitario, è un film per spettatori di tutte le età in cui la vicenda, l'azione e i personaggi sono secondari rispetto alle fastose e ricercate scenografie, ai giochi di colore, ai simbolismi cromatici. G. Clooney è un Batman più ironico di Michael Keaton e più attraente del pessimo Val Kilmer.

1996: **Dal tramonto all'alba**



Dopo una sanguinosa rapina in una banca del Texas, i due fratelli Seth (G. Clooney) e Richard (Q. Tarantino) prendono in ostaggio un predicatore disilluso che viaggia in camper con due figli (J. Lewis e il piccolo E. Lui) e sconfinano nel Messico dove approdano al locale "Titty Twister", frequentato da spogliarelliste eccitate e da un'orda di vampiri aggressivi. L'epilogo (quasi 30m) è una strage tremenda con teste mozzate, arti squartati, contagi orripilanti, metamorfosi trucidate e un'orgia di effetti speciali. Un volo finale in dolly della cinepresa svela il

mistero. Basato su una vecchia (1990) sceneggiatura di Q. Tarantino, il 3 film del messicano Rodriguez (El Mariachi) - anche operatore alla macchina e montatore - è una sagra del tarantinismo più trash.

L'IMPEGNO SOCIALE

“...George Clooney was at home in Los Angeles one afternoon in mid-January, a few days before he flew to Sudan in his new role as a United Nations Messenger of Peace...”

I. Parker – New Yorker

Per un uomo il cui nome, citando un articolo dell'americano *Times* del marzo 2006, compare nella lista delle 100 persone più potenti al mondo, a fianco di Papa Benedetto XVI, della Regina Elisabetta e Osama Bin Laden, l'impegno civile e sociale, oltre che politico, non poteva che essere una parte fondamentale della propria vita.

Clooney, senza mai nascondere le proprie simpatie democratiche, ha saputo creare, parallelamente a quella di attore, regista e sceneggiatore, un'immagine pubblica profondamente radicata nel sociale, nella difesa dell'ambiente, nelle cause umanitarie.

GEORGE, AMBASCIATORE DI PACE

E' il 18 Gennaio 2008 quando l'attore americano viene nominato, direttamente dal segretario generale dell'Onu Ban Ki Moon, Ambasciatore di pace delle Nazioni Unite, con lo speciale compito di impegnarsi per la promozione di azioni di peacekeeping. "Sono profondamente onorato di aver ricevuto questo incarico", ha commentato Clooney, che si è distinto soprattutto per il suo attivismo sulla questione Darfur, regione del Sudan dilaniata dal conflitto tra gruppi armati e forze filo-governative.



In merito Clooney aveva partecipato, pochi mesi prima (13 Dicembre 2007) al Summit dei Premi Nobel della Pace promosso dalla Fondazione Gorbaciov e dal Comune di Roma, tenutosi in Campidoglio.

La manifestazione è stata aperta proprio con la consegna del Peace Summit Award a George Clooney e a Don Cheadle, uomini di pace 2008, da parte dell'allora sindaco Veltroni e si è conclusa con la stesura definitiva della *Carta per un mondo non violento*.



Ma cosa ne pensano i fan, abituati a vederlo nei panni del Dottor Ross, di questo nuovo Clooney Ambasciatore di Pace?

Può questo ruolo così istituzionale e impegnato risultare poco calzante, o addirittura forzato e fuori luogo?

Analizzando i numerosi articoli che si trovano in rete, i post sui blog e i commenti nei forum a lui dedicati, parrebbe proprio di no.

Chi lo segue da anni, chi è informato circa i suoi film, le attività in cui è coinvolto, le cause per cui si batte e la sua fede politica sa bene che è un incarico frutto della lunga evoluzione di un personaggio che non ha mai rinnegato i propri inizi, la propria professione di attore e regista (con film a volte divertenti, a volte più seri), ma ha voluto rinnovarsi in una chiave nuova e sociale.

 **Domanda risolta** Altra domanda »

George Clooney ora pure messaggero di pace dell'ONU...?

Ma ce l'avra' qualcosa di sbagliato, quell'uomo???

Cosa ne pensate della sua nomina? Secondo voi puo' veramente fare qualcosa per le missioni di pace?

4 mesi fa

[Segnala abuso](#)

Questo è un post trovato sul sito [Yahoo Italia Aswers](#), dove migliaia di persone propongono argomenti di discussione sotto forma di domande aperte, a cui è possibile rispondere esprimendo le proprie idee oppure ribattendo a quelle altrui. Qui una ragazza si interroga sulla figura di Clooney come messaggero di pace Onu, domandandosi se sia solo una nomina di facciata e di formalità o se invece porterà a qualcosa di concreto.

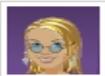
Vediamo alcune risposte:

 **Donna di classe**

penso in tutta sincerità che se anche io guadagnassi i soldi che prende lui me ne avanzerebbero così tanti da poter fare beneficenza qua e là...non credo molto in lui...è un bravissimo attore un bell'uomo ma il tutto si va a fermare...come del resto non vado a paragonare le adozioni di angelina jolie alle grandi imprese di maria teresa di calcutta... ecco come si compra la popolarità.

4 mesi fa

1  0  [Segnala abuso](#)

 **iostosop...**
ANSWERIANO DOC

a mio parere è una persona carismatica, che ha anche sofferto, pertanto rimango fiduciosa,,,,,,,,,,,,,,,,

non potendo fare altrimenti

4 mesi fa

2  0  [Segnala abuso](#)

 **papopop1...**

Perchè no se serve a qualcosa e se è anche convinto di quello che fa. Ma questa parola "pace" si usa troppo spesso per tutt'altri scopi.

4 mesi fa

2  0  [Segnala abuso](#)

 **Manu**

Secondo me è una buona idea.... è molto intelligente e di giusti principi... penso che farà bene....

4 mesi fa

0  0  [Segnala abuso](#)

In linea di massima l'atteggiamento prevalente è una discreta fiducia nel ruolo di Clooney, anche se non si rileva molto entusiasmo o convinzione.

Il personaggio risulta, agli occhi dei più, carismatico e intelligente, "una persona di principi", ma emerge tra le righe la convinzione che i vip operino nel sociale esclusivamente perché, avendo molti soldi, possono permettersi di fare beneficenza.

A poche ore dall'annuncio della sua nomina a messaggero di "buona volontà" delle Nazioni Unite, George è il destinatario di una lettera molto particolare: i mittenti sono infatti i ribelli nigeriani del Mend (Movement for the Emancipation of the Niger Delta) che, vista la passione con cui l'attore si è speso per il Darfur, gli chiedono di impegnarsi *"per fermare la caduta della Nigeria nell'abisso della guerra"* e di andare presto a visitare le *"zone ricche di petrolio del Delta del Niger, dove da decenni si consumano ingiustizie ai danni della popolazioni che ci vivono"* e dove ci sarebbe il rischio concreto di una guerra civile.



Secondo un portavoce del movimento *"L'Onu dovrebbe assumere misure fattive per fermare il malcontento, prima che sia troppo tardi. Il Delta è una bomba a orologeria"*

che può esplodere da un momento all'altro; occorre intraprendere immediatamente i passi necessari per disattivarla".

E non è tutto. Il Mend chiede anche l'aiuto di Clooney per far liberare Henry Okah, uno dei leader del gruppo detenuto da settembre in Angola con l'accusa di traffico d'armi: *"La sua salute si sta deteriorando per un'infezione polmonare. Occorre che venga visitato da qualcun della Croce Rossa o delle Nazioni Unite e che gli siano garantiti i fondamentali diritti umani"*.

L'impegno di George ha decisamente sortito qualche effetto, anche se pare che abbia colpito l'attenzione dei bisognosi più che quella di chi avrebbe i mezzi per fare qualcosa sul piano politico ed economico.

DARFUR: NOT ON OUR WATCH

Il 15 gennaio 2007 l'emittente statunitense American Life ha trasmesso *A Journey to Darfur*, girato ad aprile da George Clooney e dal padre Nick in un villaggio al confine del Darfur e in un campo profughi nel Ciad. Partiti con una minitroupe di quattro unità, i due Clooney hanno raggiunto in un piccolo aereo il Sudan, rimanendo sconvolti dalle testimonianze di violenze e soprusi subiti dalla popolazione civile in questa martoriata regione dell'Africa, teatro dal febbraio 2003 di una sanguinosa guerra che ha provocato finora due milioni di sfollati.



La situazione è peggiorata con l'approvazione a fine settembre della risoluzione 1706, che prevede la creazione di una forza di pace ONU, ma non è stata accettata dal presidente sudanese Omar Al Bashir.

Di ritorno al viaggio in Darfur, Clooney jr. si è impegnato in prima persona per sensibilizzare anzitutto i poteri forti sulla questione, andando il 14 settembre a parlare al Consiglio di Sicurezza dell'Onu insieme a Elie Wiesel, e poi il 10 gennaio 2008 davanti al Congresso, per presentare in anteprima il suo documentario.



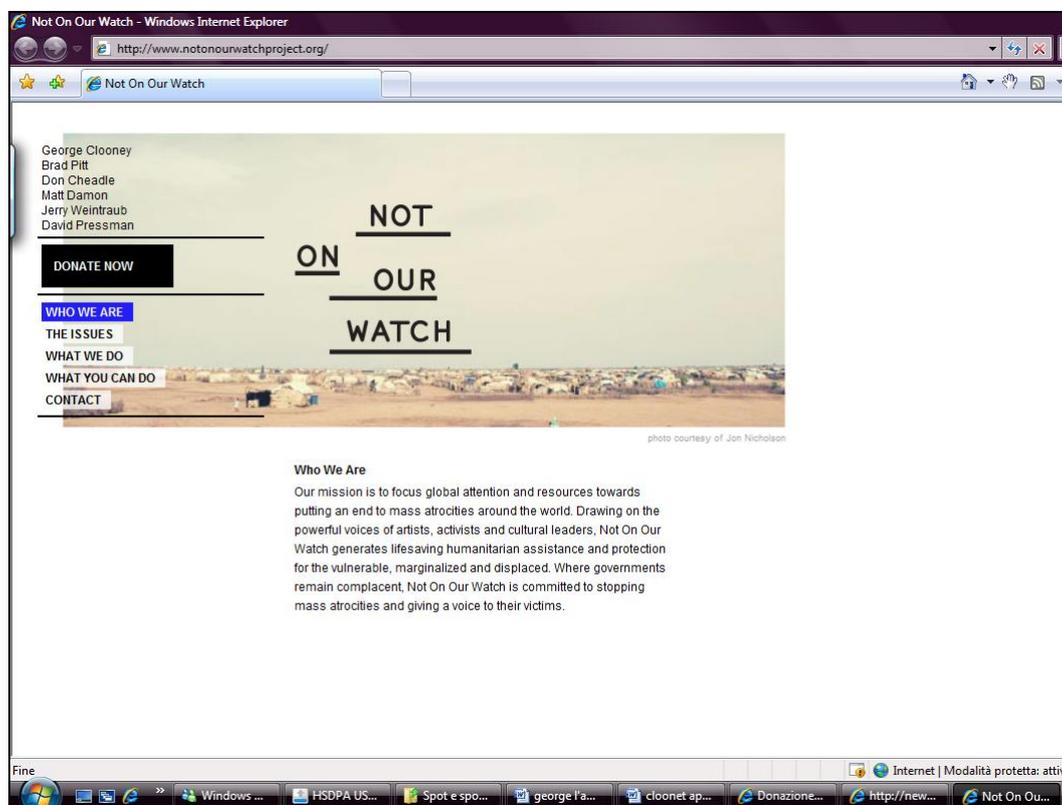
"Non siamo politici, siamo solo attori e usiamo la nostra popolarità per dare voce a quelli che soffrono, che fino a poco tempo fa avevano una casa, un'attività, una famiglia e ora non ce l'hanno più. E sono costretti a vivere in campi senza acqua e senza cibo. Tutti i nostri sforzi sembrano inutili: mi sento un fallito".

Questo uno dei passaggi dell'intervista di Clooney a Donna Moderna dell'8 gennaio 2008, il cui l'attore americano parla della sua esperienza in Darfur.

E ancora:

"Le stime dicono che sono state uccise almeno 200mila persone e sfollate più di 2 milioni e mezzo..è un genocidio avvenuto nel buio e nel silenzio. Quando ho chiesto all'Onu perchè non si siano mossi immediatamente mi è stato risposto che non era una priorità. Il Sudan nega la carneficina, non vuole i 26mila peacekeeper che le Nazioni Unite sono disposte ad inviare e nemmeno i 24 elicotteri. Ne basterebbero solo 24 a proteggere la popolazione Darfur!"

Nelle sue attività umanitarie per il Darfur, Clonney ha saputo coinvolgere anche altre note figure di Hollywood, Don Cheadle, Matt Damon, Brad Pitt, il produttore Jerry Weintraub; insieme a loro e grazie all'aiuto dell'avvocato per i diritti civili David Pressman, Clooney ha fondato l'associazione no profit Not On Our Watch.



Dal sito: www.notonourwatchproject.org

Nel 2007 l'associazione, capitanata da Clooney e Pitt (anch'egli molto impegnato nel sociale), ha donato 1 milione di dollari al Servizio Aereo Umanitario, gestito dal programma Alimentare Mondiale delle nazioni Unite (PAM), e nel 2008 ancora 500.000 dollari, sempre per lo stesso progetto.



La seconda donazione è arrivata d'urgenza, quando il WFP-HAS ha annunciato che alla fine di marzo sarebbe stato costretto a non far volare elicotteri ed aerei che trasportano materiale essenziale ed operatori umanitari nelle zone più remote del Darfur, a causa di mancanza di donazioni, a fronte di un budget previsto di ben 77 milioni di dollari.

Dopo l'intervento del gruppo di attori hollywoodiani, anche le donazioni tradizionali sono riprese, e le attività stanno proseguendo regolarmente, segno che l'opinione pubblica è ancora sensibile al buon esempio di George.



SUPPORTO ALLO SCIOPERO DEGLI AUTORI TV DI HOLLYWOOD

L'agitazione degli sceneggiatori di Hollywood, iniziata il 5 novembre 2007, dopo aver paralizzato le produzioni tv, è arrivata a colpire i Golden Globes, il premio della stampa estera considerato il più significativo indicatore degli Oscar, in programma per il 13 gennaio 2008.

Il sindacato degli attori ha infatti annunciato che gli invitati al premio della Hollywood Foreign Press sarebbero stati solidali con gli scioperanti, primo tra tutti proprio George Clooney, che ha addirittura minacciato di far fallire anche la serata più attesa di tutte: quella degli Oscar.

Clooney, quindi, come paladino delle rivendicazioni sindacali.



L'ENERGIA RINNOVABILE

E' ottobre del 2007 quando Nicholas Hayek, presidente del consiglio di amministrazione di Swatch Group, ha annunciato la futura presenza di Clooney all'interno del cda del gruppo.

Insieme con Clooney, siederanno nel cda l'astronauta Claude Nicolier, il direttore dell'azienda pubblica di elettricità "Group E" Philippe Viridis, e un rappresentante di una grande banca. Nel progetto sono coinvolti anche i politecnici federali di Losanna e Zurigo e la società Hayek Engineering.

L'azienda, la cui nascita era già stata annunciata nell'agosto scorso, parte con un investimento iniziale di 21 milioni di franchi, e sarà specializzata in ricerca e sviluppo di tecnologie per la riduzione delle emissioni di CO2 nei comparti dell'edilizia e dell'auto attraverso l'impiego di energia solare, idrogeno e pile a combustibile.

Hayek ha dichiarato che la società mira a rendere autonomi i clienti nella realizzazione dei componenti "verdi", ma che non è escluso che alcuni dispositivi verranno realizzati dall'azienda stessa.

La società, il cui nome non è ancora stato deciso ma che avrà, a quanto pare, assonanze con la sfera semantica dell'energia solare, avrà sede a Bienne, nel canton Berna, già quartier generale di Swatch Group. Altre filiali verranno probabilmente impiantate nei cantoni svizzeri di Friburgo e Neuchâtel.

Indeciso in un primo momento tra Clooney e Al Gore, Hayek ha poi optato per il volto della star hollywoodiana, poiché desiderava al suo fianco qualcuno che non ricoprisse un mero ruolo di public relations.

Inoltre nessun altro testimonial sembrava più adatto: Clooney vive non lontano dalla Svizzera, sul Lago di Como e possiede già due auto elettriche, le Tango, candidandosi a tutti gli effetti per diventare testimonial mondiale dell' "environmentally friendly".

L'UOMO POLITICO

"...I'm serious...I really love Obama..."

Parker – New Yorker

Clooney è un fervente democratico, e non ha mai fatto nulla per nascondere, anzi, al contrario, si è sempre battuto per promuovere le proprie idee, affiancare i propri paladini politici e le loro campagne, in America come nel mondo.

L'attore americano ha più volte denunciato i media di destra per aver tentato di "distruggere" la sua carriera dopo la posizione assunta contro la guerra in Iraq.

In una intervista al periodico femminile tedesco *Brigitte*, George esprime inoltre preoccupazione per il crescente peso che negli Stati Uniti hanno i conservatori politici ed "estremo *sbigottimento perché il termine 'liberal' ormai è stato trasformato in un insulto*", quando invece nella storia americana ha sempre significato, sono sue testuali parole, "stare dalla parte giusta".



"Sono molto orgoglioso di chiunque si alzi per difendere ciò in cui crede, che sia una persona famosa o no", ha dichiarato.

E seguendo questo principio, Clonney spesso viene chiamato in causa a commentare la situazione politica italiana, che può osservare più da vicino da quando ha preso residenza a Laglio, sul lago di Como.

Molte le polemiche quando, a fine Marzo, in piena campagna elettorale, ha trasformato il suo incontro coi cronisti per la presentazione del nuovo film Good Night and Good Luck, in un grande spot pro-Veltroni.

A mio parere se è vero che le opinioni personali di una star hollywoodiana non muovono voti, comunque rappresentano una “vetrina mondiale”, in grado di veicolare messaggi politici anche oltre l’Italia.



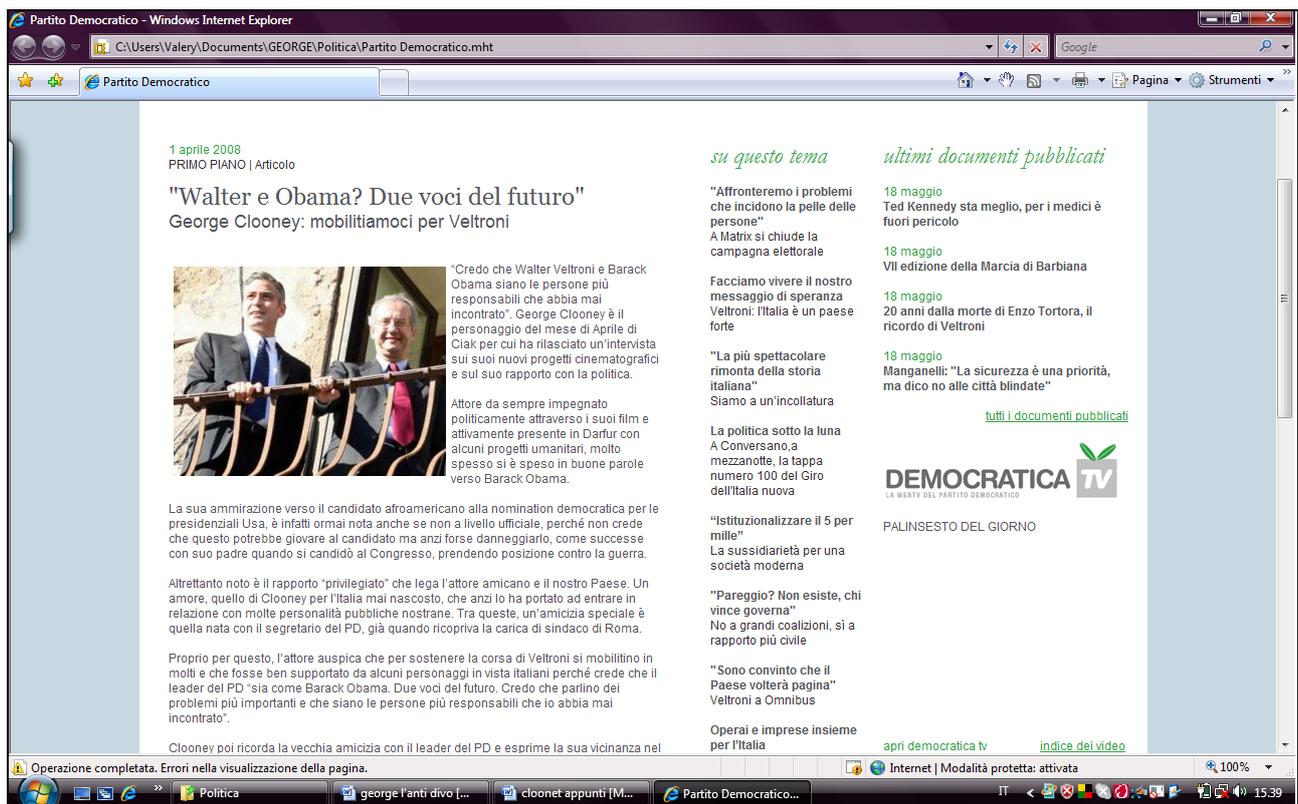
Durante la conferenza stampa, ad esempio, nomina Veltroni spontaneamente, citandolo a proposito del Darfur: *“Ne dobbiamo continuare a parlare - dichiara - come ho fatto spesso con Veltroni: lui è sensibile ai problemi dell’Africa, mi ha dato una grande mano”*.

E poi: *“Lo considero un mio ottimo amico, come Obama - spiega - sono amico anche di McCain e della Clinton. Ma alcune persone, rare, hanno qualcosa di molto speciale: la capacità di leadership, unita a grandi capacità oratorie. Come Obama.*

E in Veltroni ho sentito la stessa forza: parla ai giovani, indica loro una speranza, si preoccupa anche dell'ambiente.

Ha grande vivacità intellettuale, al servizio del bene del Paese".

Il ruolo di Clooney e le sue dichiarazioni risultano talmente rilevanti a livello di comunicazione da comparire citate all'interno del sito del Partito Democratico:



1 aprile 2008
PRIMO PIANO | Articolo

"Walter e Obama? Due voci del futuro"

George Clooney: mobilitiamoci per Veltroni



"Credo che Walter Veltroni e Barack Obama siano le persone più responsabili che abbia mai incontrato". George Clooney è il personaggio del mese di Aprile di Ciak per cui ha rilasciato un'intervista sui suoi nuovi progetti cinematografici e sul suo rapporto con la politica.

Attore da sempre impegnato politicamente: attraverso i suoi film e attivamente presente in Darfur con alcuni progetti umanitari, molto spesso si è speso in buone parole verso Barack Obama.

La sua ammirazione verso il candidato afroamericano alla nomination democratica per le presidenziali Usa, è infatti ormai nota anche se non a livello ufficiale, perché non crede che questo potrebbe giovare al candidato ma anzi forse danneggiarlo, come successe con suo padre quando si candidò al Congresso, prendendo posizione contro la guerra.

Altrettanto noto è il rapporto "privilegiato" che lega l'attore americano e il nostro Paese. Un amore, quello di Clooney per l'Italia mai nascosto, che anzi lo ha portato ad entrare in relazione con molte personalità pubbliche nostrane. Tra queste, un'amicizia speciale è quella nata con il segretario del PD, già quando ricopriva la carica di sindaco di Roma.

Proprio per questo, l'attore auspica che per sostenere la corsa di Veltroni si mobilitino in molti e che fosse ben supportato da alcuni personaggi in vista italiani perché crede che il leader del PD "sia come Barack Obama. Due voci del futuro. Credo che parliamo dei problemi più importanti e che siano le persone più responsabili che io abbia mai incontrato".

Clooney poi ricorda la vecchia amicizia con il leader del PD e esprime la sua vicinanza nel

su questo tema

- "Affronteremo i problemi che incidono la pelle delle persone"
- A Matrix si chiude la campagna elettorale
- Facciamo vivere il nostro messaggio di speranza Veltroni: l'Italia è un paese forte
- "La più spettacolare rimonta della storia italiana"
- Siamo a un'incollatura
- La politica sotto la luna A Conversano, a mezzanotte, la tappa numero 100 del Giro dell'Italia nuova
- "Istituzionalizzare il 5 per mille"
- La sussidiarietà per una società moderna
- "Pareggio? Non esiste, chi vince governa"
- No a grandi coalizioni, si a rapporto più civile
- "Sono convinto che il Paese volterà pagina"
- Veltroni a Omnibus
- Operai e imprese insieme per l'Italia

ultimi documenti pubblicati

- 18 maggio Ted Kennedy sta meglio, per i medici è fuori pericolo
- 18 maggio VII edizione della Marcia di Barbiana
- 18 maggio 20 anni dalla morte di Enzo Tortora, il ricordo di Veltroni
- 18 maggio Manganelli: "La sicurezza è una priorità, ma dico no alle città blindate"

[tutti i documenti pubblicati](#)

DEMOCRATICA TV
LA WEBTV DEL PARTITO DEMOCRATICO

PALINSESTO DEL GIORNO

[apri democratica tv](#) [indice dei video](#)

Le numerose dichiarazioni di Clooney a favore dello schieramento di sinistra e, più in particolare, del candidato Veltroni hanno suscitato clamore e sono diventate oggetto di discussione tra i suoi fan e non.

Il punto chiave sembra essere questo: considerando che la libertà di espressione è un valore fondamentale della nostra società, non risulta scorretto che un attore americano esprima le proprie opinioni, anche in merito alla politica, ma risulta quanto meno criticabile che queste vengano utilizzate, dai media e così pure dai partiti stessi, per ottenere maggiore visibilità, non grazie ai contenuti delle dichiarazioni, bensì grazie alla fonte da cui provengono.

Degno di nota è il blog di Dario Denni, che in data 18 Aprile pubblica un post proprio in riferimento all'utilizzo di Clooney come testimonial del PD; interessante è notare che si usi il termine testimonial ormai anche in relazione alla politica, ai partiti, come fossero prodotti in vendita!

Ecco il post:

“Che Walter Veltroni avesse confuso la campagna elettorale per la festa del cinema lo si era capito dai profondi abbracci con Jovanotti e George Clooney alla vigilia del voto.

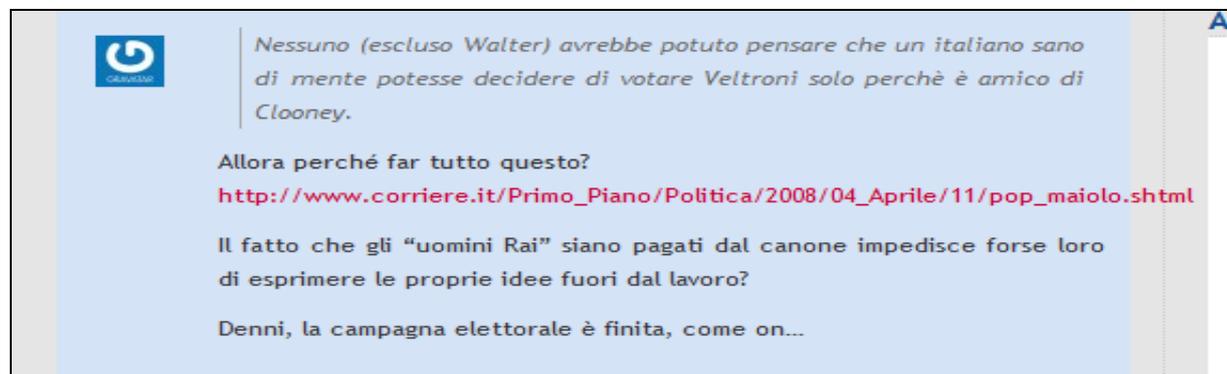
E poi ci sono stati anche altri uomini Rai, pagati dallo Stato come Neri Marcorè a dargli manforte, come ad esempio nel video dove compare anche il napoletano Giobbe Covatta (che si è talmente imborghesito da dimenticare i rifiuti che hanno sommerso la Campania).

Tutte bugie di bugiardi testimonial chiamati a corrispondere in natura i favoritismi ricevuti dalla sinistra nei suoi due anni di mal-governo dell'Italia.

Nessuno (escluso Walter) avrebbe potuto pensare che un italiano sano di mente potesse decidere di votare Veltroni solo perchè è amico di Clooney.

Sembra banale ma non tanto, perchè sono costretto a prendere atto che in alcune realtà locali la presenza di Clooney (senza Martini) è stata fondamentale per portare voti al PD. “

E molto interessanti sono anche i commenti di risposta.



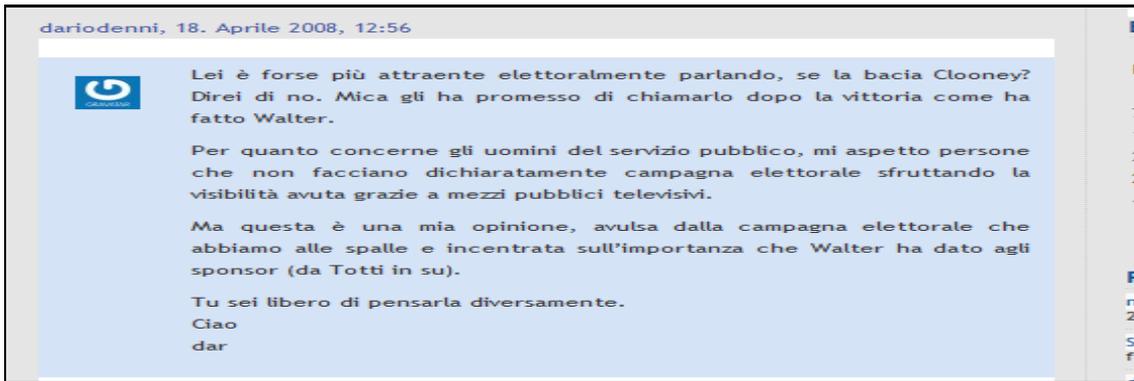
The image is a screenshot of a comment on a blog post. It features a blue header with a logo on the left and a blue background for the text. The text is in italics and discusses the use of George Clooney as a testimonial for the PD during an election campaign. A URL is provided in red text. The comment is partially cut off at the bottom.

 *Nessuno (escluso Walter) avrebbe potuto pensare che un italiano sano di mente potesse decidere di votare Veltroni solo perchè è amico di Clooney.*

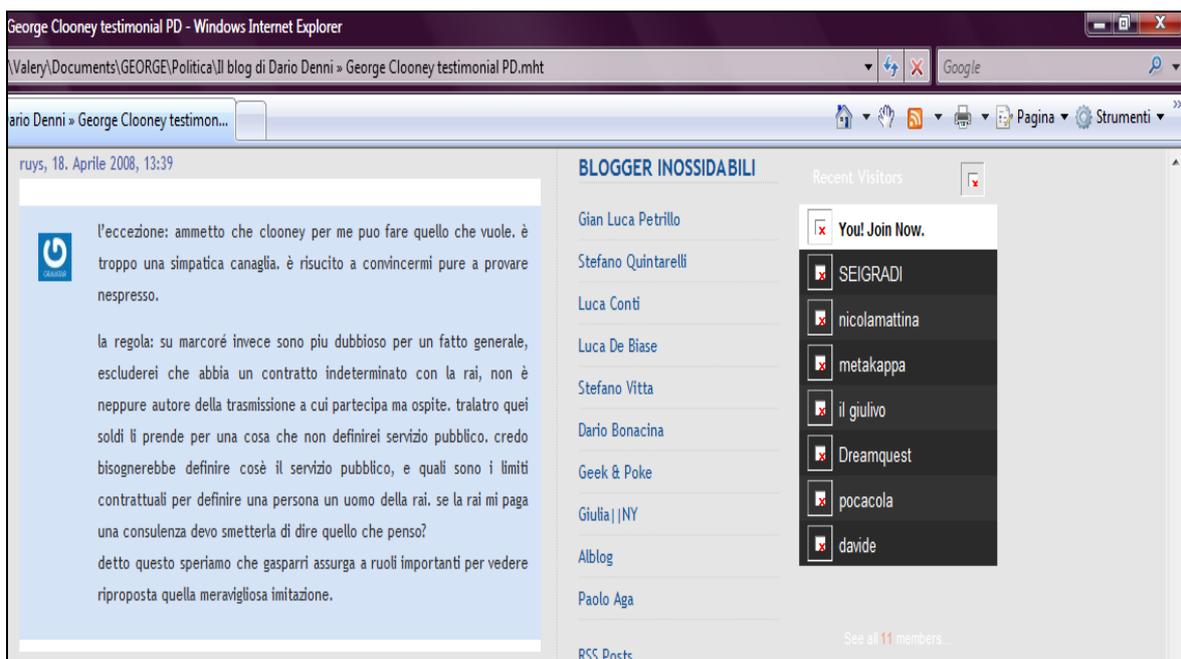
Allora perché far tutto questo?
http://www.corriere.it/Primo_Piano/Politica/2008/04_Aprile/11/pop_maiolo.shtml

Il fatto che gli “uomini Rai” siano pagati dal canone impedisce forse loro di esprimere le proprie idee fuori dal lavoro?

Denni, la campagna elettorale è finita, come on...



Interessante che tra i commenti politici si trovi anche un riferimento a Nespresso, di cui Clooney è testimonial:



Mi pare importante sottolineare come il pubblico oggi sia tutt'altro che passivo: l'opinione pubblica osserva, ascolta ed elabora, reinterpreta, non accetta passivamente ciò che viene detto solo in base alla faccia di chi lo dice, l'opinione pubblica dimostra di essere un soggetto pensante, che sa porre in essere filtri selettivi potenti: si espone selettivamente, percepisce selettivamente e memorizza altrettanto selettivamente.

E questo non può che essere un buon segno, a mio parere.

UN MONDO INTORNO A GEORGE: I FAN

“ A girl, a mother, a grandmother, a man, a student, a worker, a banker.... Everyone should be a Clooney fan....”

Parker

In tutto il mondo i fan di George Clooney sono davvero tantissimi.

George è, come ho più volte ripetuto, un personaggio internazionale, ma non troppo americano, quindi vicino anche al pubblico europeo, sia nello stile di vita, che nell'abbigliamento, nel carattere e nel modo di fare.

Garbato ed elegante, schivo per quanto riguarda la vita privata, lontano anni luce dallo stereotipo dei divi capricciosi di Hollywood, abituati a nutrirsi di scandali ed eccessi.

Clooney veste in maniera semplice, ma sempre curata; sa apprezzare la tranquillità di un vecchio borgo sulle rive del Lago di Como; ama la buona cucina e le donne, anche se la sua vita sentimentale resta sempre molto privata.

E' quindi un divo, anti divo, una star atipica, che inoltre ha fatto della propria immagine e notorietà un utile gradino di lancio per numerose iniziative sociali, ambientali ed umanitarie.

Questo fa sì che i suoi fan non si possano facilmente circoscrivere in un gruppo ristretto e ben delimitato: lo amano le ragazzine, ma anche le donne più mature; è

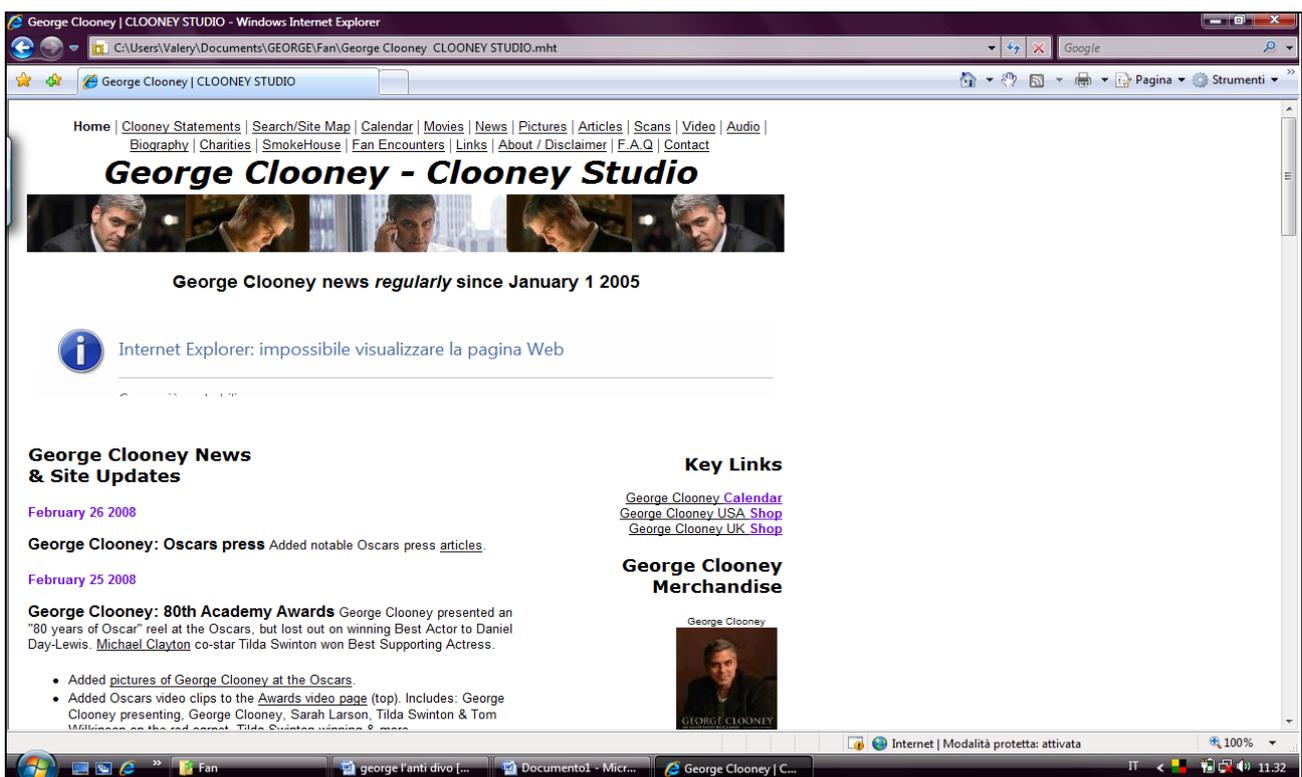
ammirato persino dagli uomini, che, come ho già detto, generalmente lo considerano un modello sano e positivo.

Ecco perché molti brand di cui è testimonial sono diretti proprio ad un pubblico maschile, che possa considerare Clooney come un' icona di stile ed eleganza: abbigliamento classico, occhiali, automobili.

Siti ufficiali e non sono numerosissimi in giro per il mondo virtuale, generalmente ben organizzati e ricchi di informazioni e fotografie, aggiornati costantemente con le ultime notizie e apparizioni del divo.

Il sito ufficiale americano è: www.clooneystudio.com.

Ricco di informazioni attendibili, dettagliato nel fornire, oltre che la biografia e la filmografia, anche video, foto di ogni genere, campagne pubblicitarie, calendari, forum per i fan.



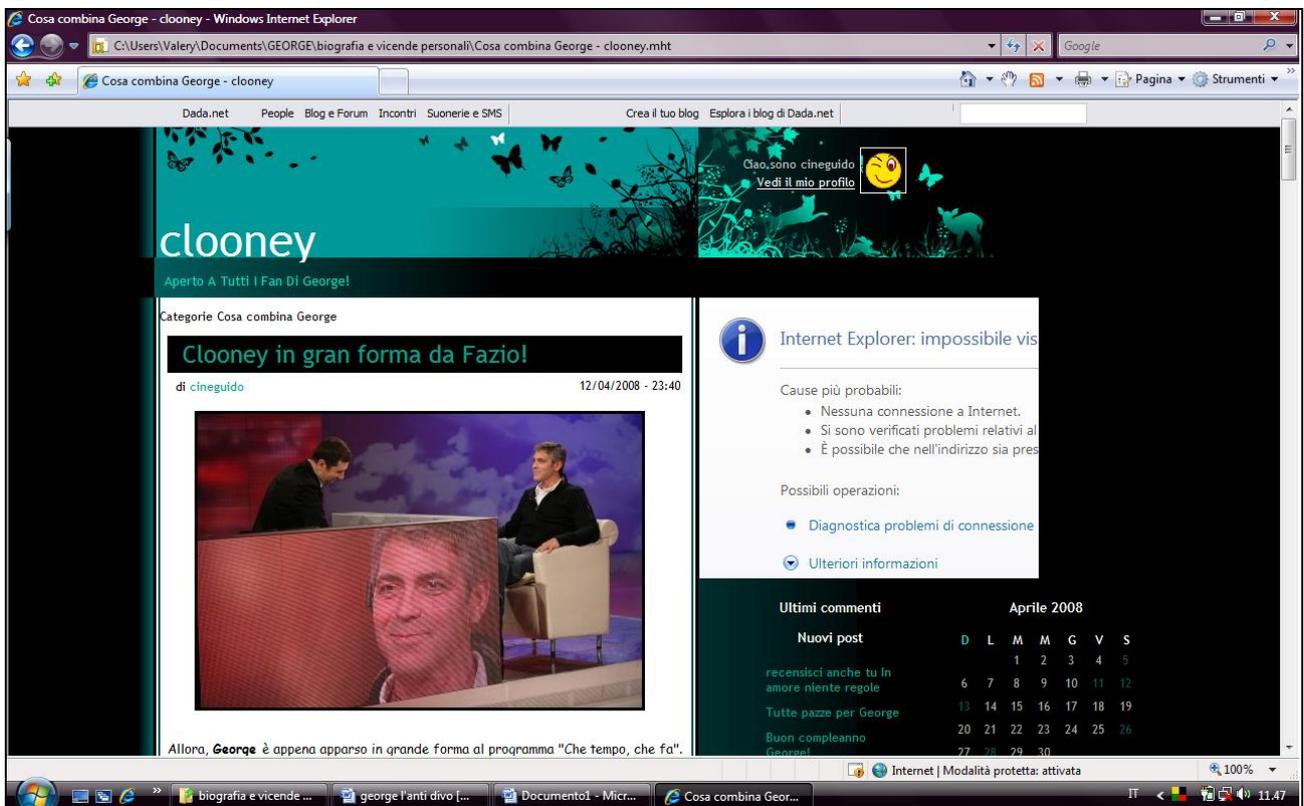
Sicuramente meno dettagliati, ma forse più “sentiti” e “caldi”, più umani, i numerosissimi siti non ufficiali, sia italiani che stranieri.

Curato e molto dettagliato il blog di Cineguido:

www.cineguido.clooney.it

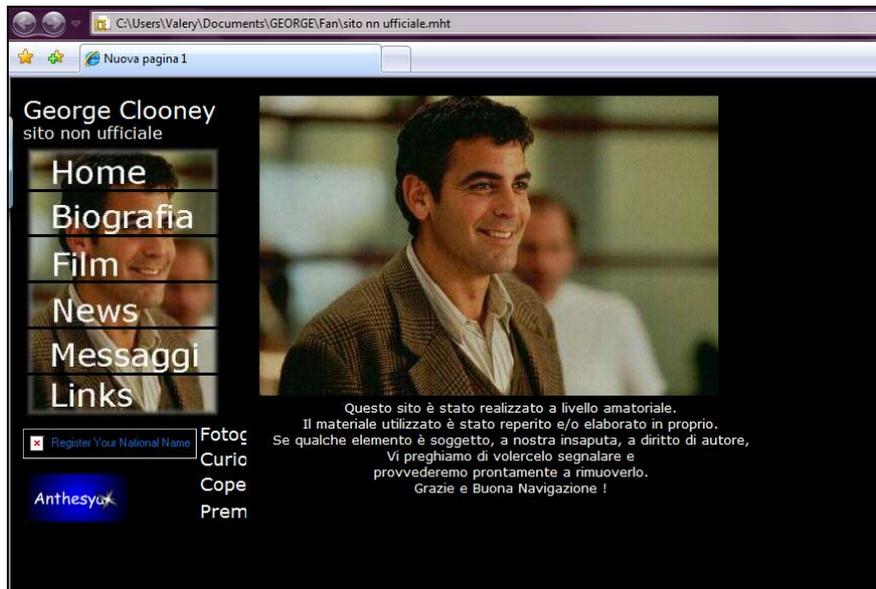
E’ un blog dedicato a tutti i fan italiani di Clooney, aggiornato quasi quotidianamente con notizie e curiosità, recensioni dei film e moltissimo materiale video che documenta le interviste di George.

Qui sotto, ad esempio, è riportato il link per rivedere la puntata di “Che tempo che fa”, su Rai 2, che ha visto George intervistato da Fabio Fazio.



I siti non ufficiali sono, inoltre, punti di incontro tra i fan, che si conoscono, si scrivono, si scambiano materiale ed informazioni.

Ad esempio: www.clooneyfanitalia.it



Curiosi ed interessanti sono i commenti che si possono trovare sul sito Yahoo Italia Answers, dove migliaia di persone propongono argomenti di discussione sotto forma di domande aperte, a cui è possibile rispondere esprimendo le proprie idee oppure ribattendo a quelle altrui.



Un ragazzo si interroga sul perché Clooney piaccia tanto alle donne.

Altre Risposte (10) Visualizza: Tutte le risposte ▾

 **vallyna**
non è brutto? NON è BRUTTO??? è figo è simpatico e poi ha la casa a 15 km da me looooo =D
4 settimane fa
0  0  [Segnala abuso](#)

 **caramell...**
sinceramente un motivo vero e proprio non c'è.. credo sia un mix perfetto di fascino, sensualità, intelligenza, cultura, talento e simpatia.. per non parlare del fatto che più passa il tempo, più diventa irresistibile!
è magnetico..straordinariamente magnetico..
4 settimane fa
0  0  [Segnala abuso](#)

 **HACHI**
è AFFASCINANTE.....MA TAAAAA.....AAAAANTO!!!!
MA SINCERAMENTE NN MI PIACCIONO TANTO I DENTI....
O BOH NN LO SO XK PIACE TANTO ALLE DONNE....KE è SEI INVIDIOSO????XD
SKERZO!!!

In linea di massima è ammirato per il suo fascino, la sua eleganza senza tempo e la sua sensualità.

Il fatto di vivere vicino a Como, poi, lo rende più umano, meno irraggiungibile, e di conseguenza ancora più simpatico.

Un fan arriva addirittura a voler fare su di sé il tatuaggio che ha visto sul corpo di Clooney, in uno dei suoi film:

 **Giovanni S** **Domanda risolta** [Altra domanda »](#)

Cerco il disegno esatto del tattoo di Clooney in Dal tramonto all'alba?

voglio farmi il tatuaggio che clooney porta nel film "dal tramonto all'alba" e mi serve il disegno esatto! qualcuno sa dirmi dove posso trovarlo esattamente? E secondo voi é bello?
3 mesi fa
[Segnala abuso](#)



Domanda risolta [Altra domanda »](#)

Clooney non era un po' scialbo e troppo casual a Che tempo che fa? Di solito è più sexy vero?

1 mesi fa

[Segnala abuso](#)



Miglior risposta - Scelta dal Richiedente

io lo apprezzo invece.....si fà vedere in tutti i suoi lati.....e poi dai no n'è l'abbigliamento ke fa l'uomo sexy.....lo avrei preferito nudo mmmmm.....no dawero x me anke casual è ok.....=))

1 mesi fa

[Segnala abuso](#)

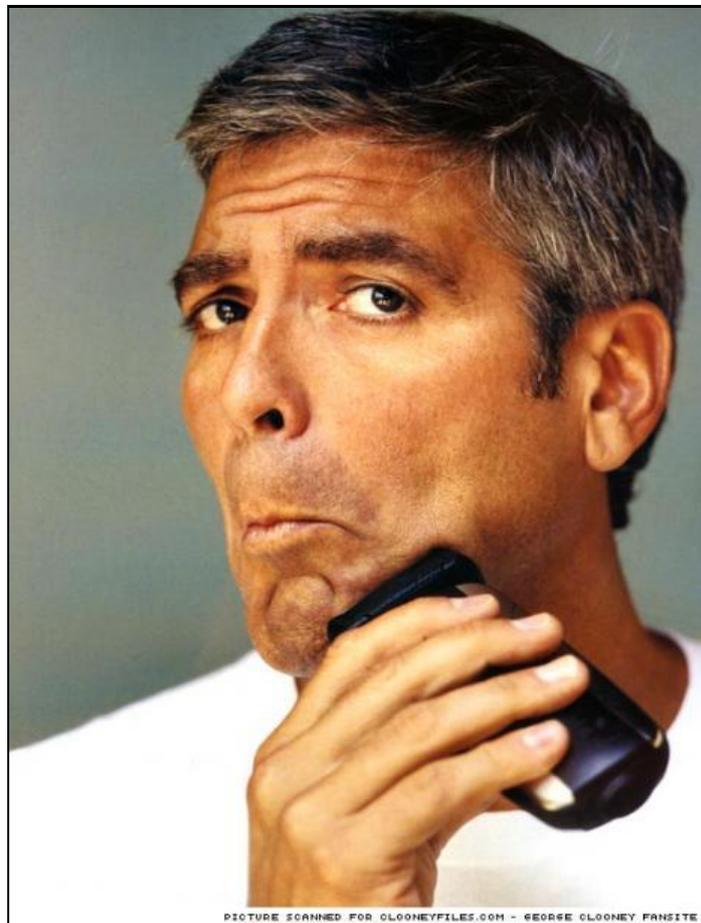
Arrivano addirittura ad interrogarsi in merito alle sue apparizioni: in questo caso il fatto che in occasione dell'intervista con Fabio Fazio Clooney sia apparso meno curato nell'abbigliamento non è visto negativamente, bensì come segno di autenticità.

George è un uomo normale, e la sua immagine risulta tanto più convincente quanto più si allontana da uno stereotipo ingessato e perfetto in ogni elemento.

IL CLOONEY TESTIMONIAL

Parlare dei marchi di cui Clooney è stato testimonial significa trovarsi di fronte una lista davvero lunga di nominativi, che spaziano dall'abbigliamento, alle bevande alcoliche, dalle automobili alle ormai celebri macchinette del caffè.

Clooney è un personaggio accattivante, brillante; un uomo affascinante, un sex symbol che piace alle donne di ogni età, dalle ragazzine alle nonne, per quel suo fascino mai troppo esasperato, per quell'aria tranquilla che mette a proprio agio, per quell'immagine di uomo semplice, senza però mai perdere di eleganza.



Dall'altra parte, però, Clooney risulta simpatico anche agli uomini, che non si sentono minacciati dalla sua bellezza e savoir faire; George è un "bontempone", uno con cui andare a giocare a calcetto, il classico amico con cui bere una birra e scambiare quattro chiacchiere guardando la partita.

La simpatia è sicuramente uno degli aspetti di questo personaggio su cui, a mio avviso, hanno maggiormente puntato coloro che lo hanno scelto come testimonial del proprio prodotto o della mia propria marca.

Un sex symbol, sì, un uomo elegante e raffinato, ma contemporaneamente vicino a noi, alla vita di tutti i giorni, un "divo comune".

Un uomo che ha sofferto, che ha subito la propria malattia ma ha saputo reagire, senza mai perdere il sorriso.

Un uomo che gli italiani, poi, percepiscono ancora più vicino a sé, abituati a vederlo scorrazzare per le rive del lago di Como in sella alla sua moto oppure a salutare la folla cimentandosi con qualche frase in tintinnante italiano.

Un uomo che difende la sua vita privata, mentre non disdegna di utilizzare la propria popolarità per battersi per i diritti umanitari e per le cause sociali in cui crede.

Credo che tutti quelli da me appena citati siano aspetti fondamentali che creano un legame forte e potente tra pubblico, personaggio e marca.

Una marca che riesce ad appigliarsi facilmente ad un personaggio tanto multi sfaccettato.

Un personaggio che ben si adatta a diverse tipologie di prodotto.

Un pubblico che accoglie volentieri i prodotti che affiancano un personaggio tanto carismatico.

ARMANI

Quando si parla di moda e di accessori di lusso, il consumatore vuole associare star di fama mondiale con marchi mondiali: è quanto emerge dalla ricerca “Global Celebrity Endorsement” pubblicata nel 2006 da ACNielsen.

«Negli ultimi dieci anni il culto per le celebrità è andato sempre crescendo. Non sorprende, dunque, che la moda e i personaggi famosi abbiano contratto un matrimonio di convenienza».

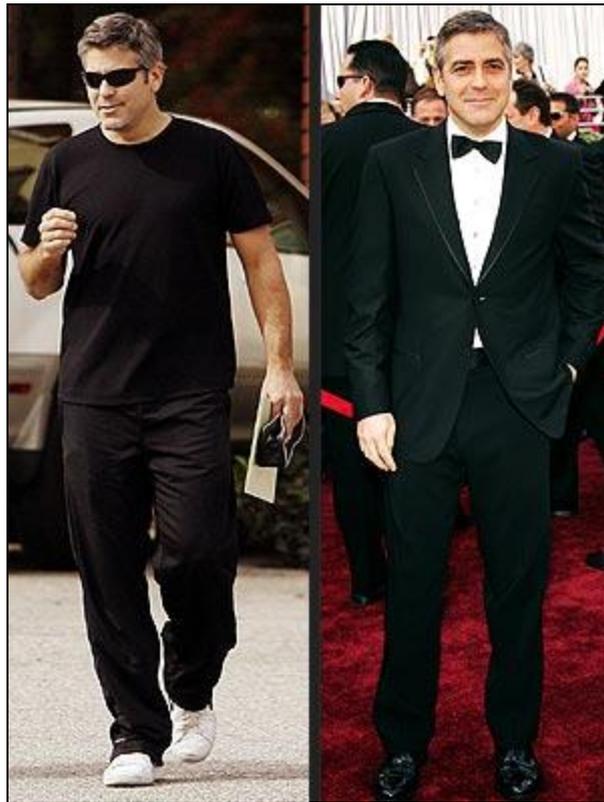
Complessivamente, 23.500 consumatori *on-line* di cinque regioni del mondo hanno votato le seguenti celebrità come migliori testimonial per questi prodotti:

- Kidman - per Orologi di marca
- Beckham - per Abbigliamento sportivo maschile
- Kidman - per Profumeria di lusso femminile
- Tiger Woods - per Orologi di marca
- Clooney – per Abbigliamento elegante maschile

Clooney esercita un maggiore *appeal* tra gli europei rispetto a qualsiasi altro paese. Pare che gli europei abbiano un’affinità con Clooney, il quale trascorre gran parte del suo tempo in Europa e possiede una seconda casa in Italia: non è il classico americano, è piuttosto europeo in termini di *look*, stile, eleganza e individualismo discreto.

Ecco perché Armani ha deciso di occuparsi del suo abbigliamento, soprattutto in occasione delle serate di gala e delle premiazioni importanti, anche se Clooney non è mai comparso nelle campagne ufficiali Armani.

Molto stretto è il rapporto tra lo stilista italiano ed il mondo del cinema: ad esempio, tutti i candidati, presentatori e ospiti alla cerimonia di consegna della 63° edizione dei premi Golden Globes dell'Associazione della Stampa Straniera di Hollywood, sono stati vestiti da Giorgio Armani e tra questi George Clooney.



Clooney, che vantava diverse candidature come miglior attore non protagonista per il film “Syriana” e miglior regista, oltre che migliore sceneggiatura per “Good Night, And Good Luck”, opera a sua volta candidata nella categoria Miglior Film, ha indossato uno smoking della collezione Giorgio Armani a due bottoni con revers a lancia in raso e un’elegante camicia classica con collo aperto e cravatta nera.

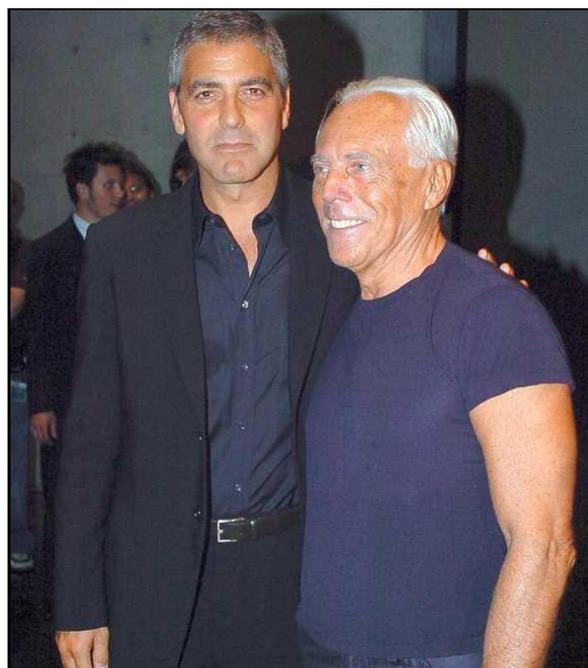


In occasione della première del film 'Leatherheads' che si è tenuta lunedì 31 marzo 2008, presso il Grauman's Chinese Theatre di Hollywood, George Clooney e Sarah Larson, sua fidanzata, hanno indossato abiti di Giorgio Armani: l'attore ha scelto uno smoking Giorgio Armani con giacca due bottoni e revers in raso, mentre la donna ha scelto un abito scollato nero ricoperto da frange di perline, scarpe e clutch, della collezione Emporio Armani.

In riferimento ai suoi rapporti con lo stilista italiano, Clooney ha dichiarato:

“ Giorgio è un caro amico, adoro i suoi abiti, vestono perfettamente, e poi è una persona tranquilla, capita che venga a pranzo da me!”

Mentre Armani ha ribattuto: *“Being sexy as a man is not about being muscular. It's the way he looks at you, the way he moves ... his way of dressing,”*



BELSTAFF

Durante un'intervista a Panorama Clooney ha dichiarato: *“Si può fare business aiutando un popolo in gravi difficoltà, come quello del Darfur sotto assedio da quattro anni e questo è ciò che le star vogliono dimostrare, sfruttando il loro successo”*. E ancora: *“L'imprenditore di moda dovrebbe anch'egli utilizzare i propri canali per dare una mano ai più disperati”*.

Ecco le premesse per il connubio Clooney-Belstaff, relazione tutta improntata alla solidarietà e all'impegno sociale.



Clooney con Manuele Malenotti, responsabile del marchio Belstaff

Belstaff, in qualità di sponsor dell'evento organizzato da Clooney e finalizzato alla raccolta di fondi per il Darfur tenutosi il 22 maggio 2007, durante il Festival di Cannes, non solo ha supportato la causa umanitaria economicamente, ma ha inoltre realizzato una specifica collezione moda, presentata per la prima volta proprio in quell'occasione e la cui vendita è stata interamente devoluta alle vittime del Sudan.



Invito per la serata: 25.000 dollari, ma si tratta di beneficenza, e comunque molta gente è disposta a pagare qualsiasi cifra pur di stare a contatto con i divi di Hollywood.

Le giacche di George Clooney e company, tutte di stile coloniale, presentate insieme a quelle da gentleman della Belstaff, si riconoscono facilmente perché hanno sul colletto la scritta "Not on our watch", nome dell'associazione no profit creata da Clooney e dagli altri attori hollywoodiani.

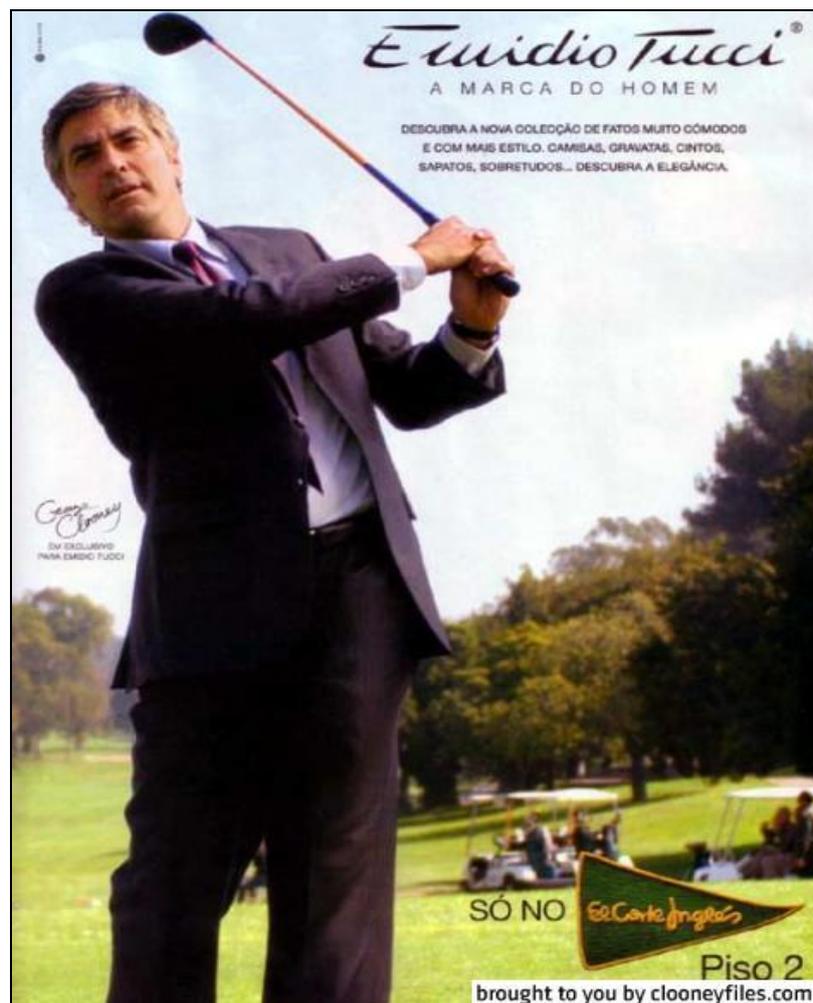


EMIDIO TUCCI

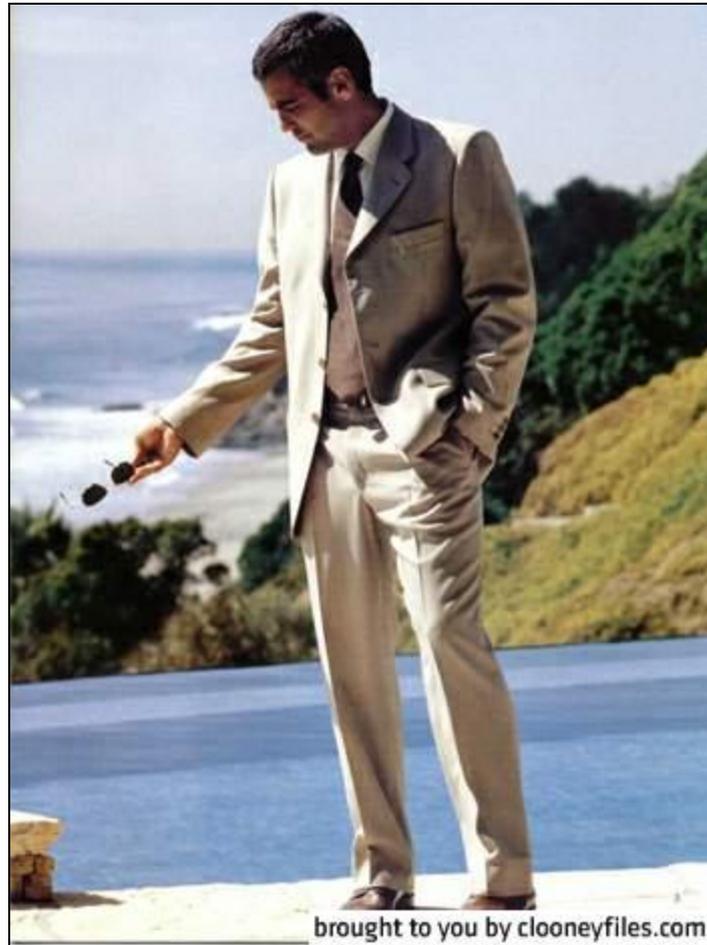
Noto stilista spagnolo di origine italiana.

I valori del marchio Tucci sono eleganza, gusto per il classico e tradizione: Clooney è stato, dunque, per alcuni anni, dal 2005 al 2007, un testimonial perfetto.

Le collezioni Emidio Tucci sono disponibili, in Spagna, solo presso una particolare catena, chiamata El corte Ingles, “il taglio inglese”.



L'immagine dominante è quella di un uomo classico, raffinato, elegante; non casuale il riferimento al gioco del golf.



E' un Clooney che ha poco a vedere con l'impegno sociale e le cause umanitarie, ma rappresenta semplicemente l'uomo raffinato, che veste alla moda, che cura il proprio abbigliamento nei minimi particolari, che gioca a golf in località esclusive.

Il vero divo irraggiungibile, o meglio, raggiungibile solo indossando questa particolare linee di abiti.

FIAT IDEA

Di tutt'altra tipologia la nota campagna per la Fiat Idea, lanciata nel 2004 attraverso un simpatico spot, ideato e seguito dall'agenzia di Leo Burnett, che ha voluto proprio Clooney come testimonial.



Lo spot è un'intrigante storia di seduzione che ha per scenario le strade intorno al lago di Como.

Lungo queste vie sinuose una splendida donna viaggia su una Fiat Idea color arancio fiammante. Arrivata davanti a una villa, lei scende dall'auto, apre la porta sul lato del passeggero e, stranamente, si allontana. Sopraggiunge un uomo sui 40 anni, aitante, che fa jogging. Incuriosito dalla porta aperta (e dalla bellezza dell'auto) l'uomo entra, comincia ad apprezzare i pregi dell'Idea, fino a distendersi comodamente, quasi come se l'auto fosse sua.

È un attimo: la donna ricompare e, usando la chiave che comanda a distanza la chiusura delle porte, lo "intrappola". L'uomo fa per scusarsi e lei, con un leggero sorriso di trionfo, sale sulla Fiat Idea e parte, portandosi via la "preda" che, ovviamente, è George Clooney.



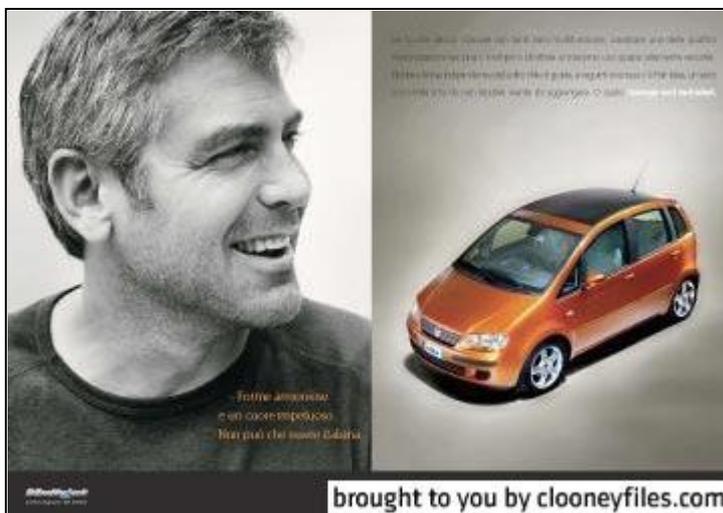
A scanso di equivoci - soprattutto con le telespettatrici - la frase che chiude il film dice: "George not included".

Il filmato ha richiesto una troupe con settanta persone, due macchine da presa, una steady-cam e un camera-car per le riprese dell'auto in movimento. In totale sono state girate 5.000 metri di pellicola e, considerando che le scene sono state una trentina, la frase "Motore... Partito... Ciak... Azione!" è stata pronunciata almeno cinquecento volte.

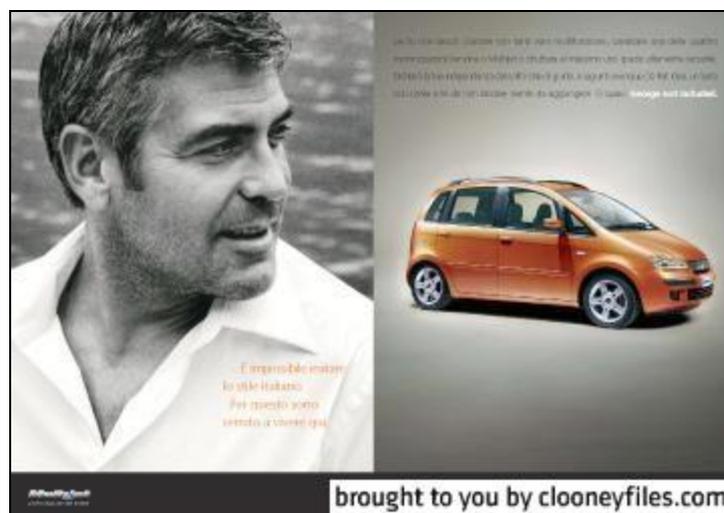
Insomma, una grande produzione per uno spot divertente e originale che sottolinea le caratteristiche vincenti di Fiat Idea: stile ed innovazione, attenzione ai dettagli e ricerca stilistica.

A dirigerlo, Pucho Mentasti, un regista argentino che vive e lavora a Los Angeles, più volte vincitore del Leone al Festival della Pubblicità di Cannes.

Lo spot, sviluppato sotto la supervisione di FCC (Fiat Coordination Center), è andato in onda in Italia dal 19 settembre 2004 su reti Rai e Mediaset e successivamente in altri Paesi europei.

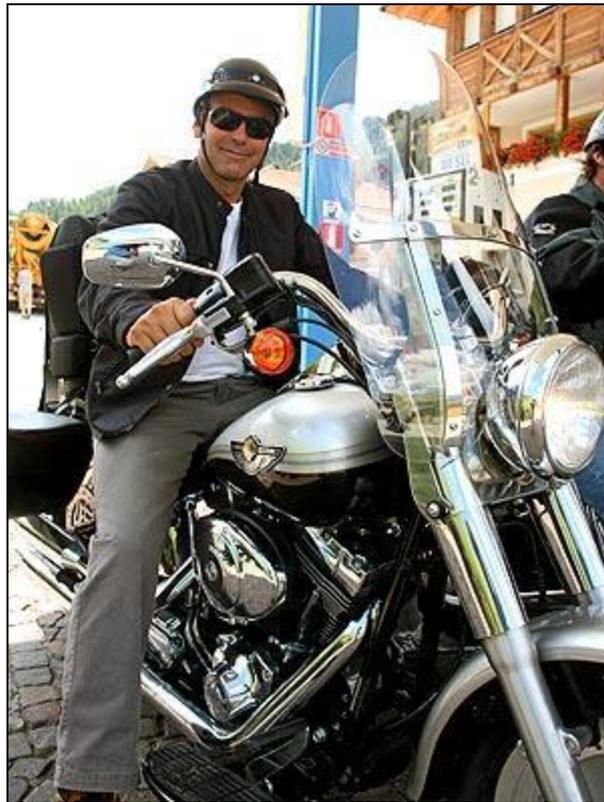


Contemporaneamente è partita anche la campagna stampa - declinata in 4 soggetti per quotidiani e periodici di settore - che vede anche qui protagonista George Clooney.



PASSIONE PER LE MOTO

Clooney non ha mai nascosto la sua grande passione per le moto: viene spesso fotografato, in Italia come in America, a cavallo di una delle sue moto, principalmente le Harley Davidson.



La passione per le due ruote, però, non si limita alle Harley, dato che Clooney possiede anche una bella Triumph Thruxton nera, completa di valigie laterali.



Spesso notizie che lo riguardano si possono trovare in numerosi siti dedicati agli appassionati: le moto di Clooney, gli accessori, i modelli.

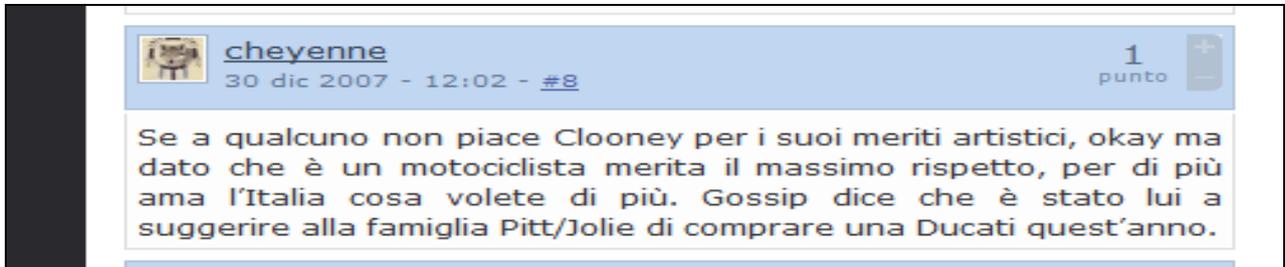
E' possibile trovare anche qualche commento:

(Inserisci un commento - Nascondi commenti anonimi)

	ZioDema 30 dic 2007 - 03:13 - #1	3 punti	+ -
Ok x la moto e clooney, ma il casco a scodella?! Mai su una moto con qlla cosa			
	ottononservono 30 dic 2007 - 09:46 - #2	1 punto	+ -
A Clooney non piacciono solo le triumph!!!!!!			
	Asterix 30 dic 2007 - 10:50 - #3	-2 punti	+ -
.....si appunto a Clooney piacciono le triumph le harley le ducati... tra un po lo vedremo con honda yamaha e via dicendo...quando era a Como lo si è visto con Ducati xchè ducati come li dava la moto.....lo si è visto con harley xchè harley come li dava le moto....			

In questo caso si accenna al fatto che Clooney utilizzi in prova moto che vengono fornite dalle case produttrici esclusivamente per sfruttare l'effetto pubblicità, puntando sul fatto che l'attore venga quasi sicuramente fotografato, e con lui la moto.

C'è anche chi, al contrario, difende la credibilità di George, come motociclista e come amante dell'Italia:

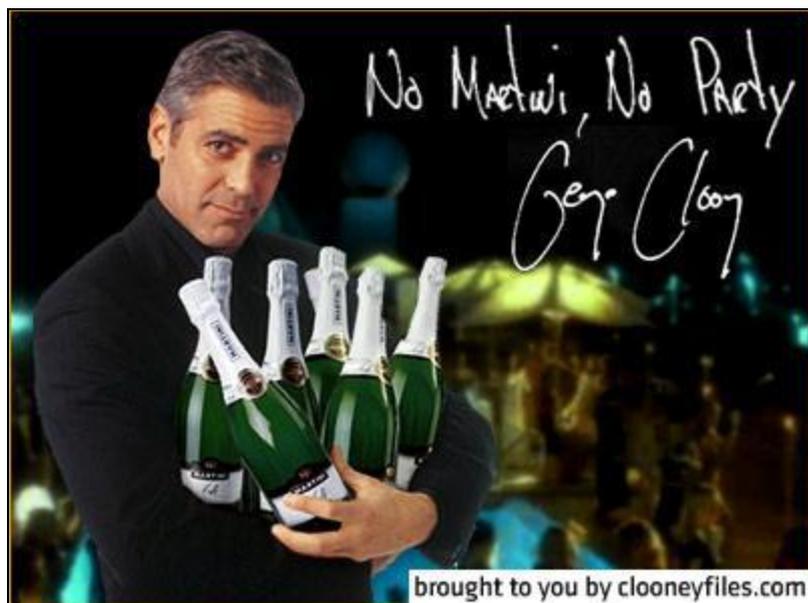


Degna di nota anche la moto Ducati di Clooney, particolare proprio perché provvista anche del logo Martini sulle fiancate, altro brand di cui l'attore è testimonial.



MARTINI

E' senza dubbio il marchio a cui il nome ed il volto di Clooney sono più strettamente legati: è sufficiente dire, in giro per il mondo, le parole “No Martini...” Per sentirsi rispondere in coro “No Party...”!

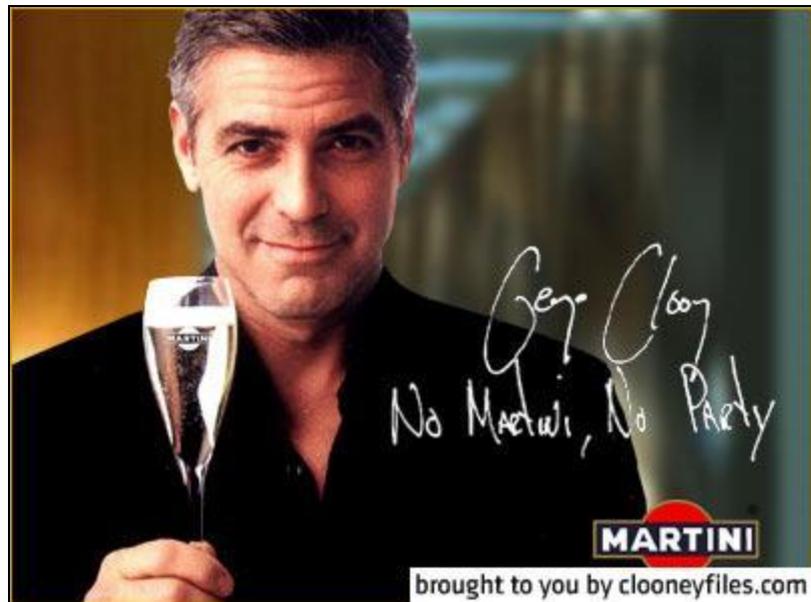


E' nel 2000 che la Martini decide di cambiare tipologia di campagna pubblicitaria e affidarsi nelle mani di un nuovo testimonial, George Clooney, allora ancora il bello di E.R.

Inizia il tormentone “ No Martini no party”, ed è subito un gran successo, tanto che non tarderà ad arrivare la nuova versione dello spot, la cui creatività è firmata Armando Testa.

Nel 2003 nuovo spot di spumanti Asti Martini: Clooney cerca di accedere ad una festa di sole donne, che si tiene a bordo piscina, ma la padrona di casa gli sbatte

la porta in faccia, impedendogli di entrare solo per il fatto di essersi presentato senza bottiglie del famoso spumante.



Di questo spot uscirà successivamente anche un'altra versione: le bottiglie che si vedono nel filmato non sono più di Asti Martini ma di Riserva Montelera Metodo Classico Sigillo Blu. Sigillo Blu è la linea premium di vini spumanti che la Martini & Rossi ha lanciato nel 2004 nel settore super Horeca.

Avevamo lasciato George alla prese con un party al quale non riusciva ad entrare poiché privo di una bottiglia di una notissima bevanda alcolica e lo ritroviamo alle prese con una nuova conquista mentre, nel suo appartamento, cerca di sedurla elegantemente; ecco il nuovo spot Martini 2004.

Questa volta l'attore viene irritato da una festa durante la quale un vicino manda a volume altissimo la canzone *I'm Your Boogie Man* del gruppo K.C. & The Sunshine Band.

Infastidito dal baccano, Clooney si reca nella casa dove è organizzato il party e con fare sbrigativo "sequestra" tutte le bottiglie di Martini che trova. Dunque: "No Martini, no party".

Non contento, prima di ritornare dalla sua donna decide di cambiare il brano musicale irradiato dall'impianto stereofonico, e dalla dance più leggera e disimpegnata si passa niente di meno che a *La Gazza ladra* di Rossini.

Si tratta anche questa volta di una campagna pubblicitaria molto "simpatica" ancorché meno fresca e pungente dalla precedente.



Mentre nella prima si giocava sulla dissacrazione della figura del vip hollywoodiano, in questo caso l'effetto paradossale della situazione viene invece stemperato in una scenetta comica.



Particolare lo spot per il Martini Bianco del 2006, girato sulle spiagge del Messico: un Clooney alla deriva su una barca in mezzo al mare, soccorso da uno sconosciuto, e che preferisce cedere la propria donna piuttosto che separarsi dal proprio cane e da una cassa di Martini bianco.



Ultimo spot in ordine di tempo, quello del 2007 relativo al Martini Rosso, certamente uno dei migliori spot della serie, particolare e unico per diversi motivi: chiarezza comunicativa, sintesi espressiva, riferimenti visuali, regia perfettamente calibrata, interpretazione magistrale.

Durante una festa organizzata per il lancio del film *El Toro*, il protagonista della pellicola arriva al party in questione e intende bere un Martini ben freddo ma non trova il ghiaccio.

Una bella "torera" infila, con una certa forza, la sua spada in una statua (un toro) di ghiaccio e ne estrae dei pezzi.

Questa azione colpisce profondamente la star in attesa del ghiaccio, la quale pronuncia con un inquietante sorrisetto stampato sul volto: "Magnifico".

Ebbene, questo breve racconto è un condensato di sottile e feroce (auto)ironia che raramente è riscontrabile in altre campagne pubblicitarie. Viene in sostanza preso in giro tutto l'ambiente patinato e spesso grottesco dei festival internazionali di cinema, così come viene ridicolizzato il personaggio-star, rappresentato dal protagonista dello spot con acuto senso dell'umorismo.



Geniale e divertente George Clooney, che ancora una volta dimostra tutta la sua intelligenza, anche nell'evidente smitizzazione del suo stesso mito mediatico/cinematografico.

Vestito e truccato come una copia inquietante di Clarke Gable, Clooney recita praticamente solo con lo sguardo riuscendo a trasmettere allo spettatore il leggero brivido provato nel momento in cui l'attraente "torera" infilza il toro di ghiaccio. Lo spot, il cui budget si aggira intorno ai sei milioni di dollari, è girato in un bianco e nero tagliente e lucido e si avvale della regia di Roberto Rodriguez, regista che ha già lavorato con Clooney e che spesso si trova in assoluta sintonia con un altro personaggio interessante come Quentin Tarantino.

Lo spot "El toro" ha colpito molto il pubblico, e questo è dimostrato anche dal fatto che numerosi sono gli interventi che lo commentano nei blog o sui forum.

Vediamone uno come esempio:



Lucilia

Domanda risolta [Altra domanda »](#)

Cosa ne pensate dell'ultima pubblicità della Martini con George Clooney ? E' vero che vorrebbero vietarla ?

Ho letto che alcune associazioni di consumatori avrebbero richiesto di farla vietare - come fatto in precedenza per quella della "patatina" con Rocco Siffredi - perchè ritenuta volgare.
A me non lo sembra, è elegante e sensuale ... magari l'ultima scena è un pò forte ma anche eccitante ... con tutte le cose oscene che si vedono in tv la pubblicità della Martini mi sembra l'ultimo dei problemi ... Voi cosa ne pensate ? Grazie, ciao !

10 mesi fa

[Segnala abuso](#)

Ecco alcune risposte ai quesiti sollevati: in linea di massima lo spot piace, diverte, non appare né volgare né eccessivo, anzi, è accattivante proprio per la sua ironia ed autoironia.

Clooney, poi, è sempre visto come simbolo di classe ed eleganza, oltre che di simpatia.

Altre Risposte (11)

Visualizza: **Tutte le risposte**



EIVa9501

vietarla?? non lo so, ma sembra assurdo: allora io vieterei tutte quelle che per presentare uno yogurt fanno vedere le donne nude!
per me è la più bella pubblicità degli ultimi anni e clooney è un grande riesce a dire tante cose senza parlare
hai ragione, se fosse vero, le associazioni dei consumatori dovrebbero preoccuparsi di cose più serie
ciao
10 mesi fa

20% 1 Voto

2 0 [Segnala abuso](#)



cucciolo

Trovo la pubblicità di Clooney, molto simpatica e divertente. Quando, poi lui dice "magnifico", mi viene troppo da ridere. Sarebbe un vero peccato censurare uno spot così bello e divertente!!!!
10 mesi fa

0% 0 Voti

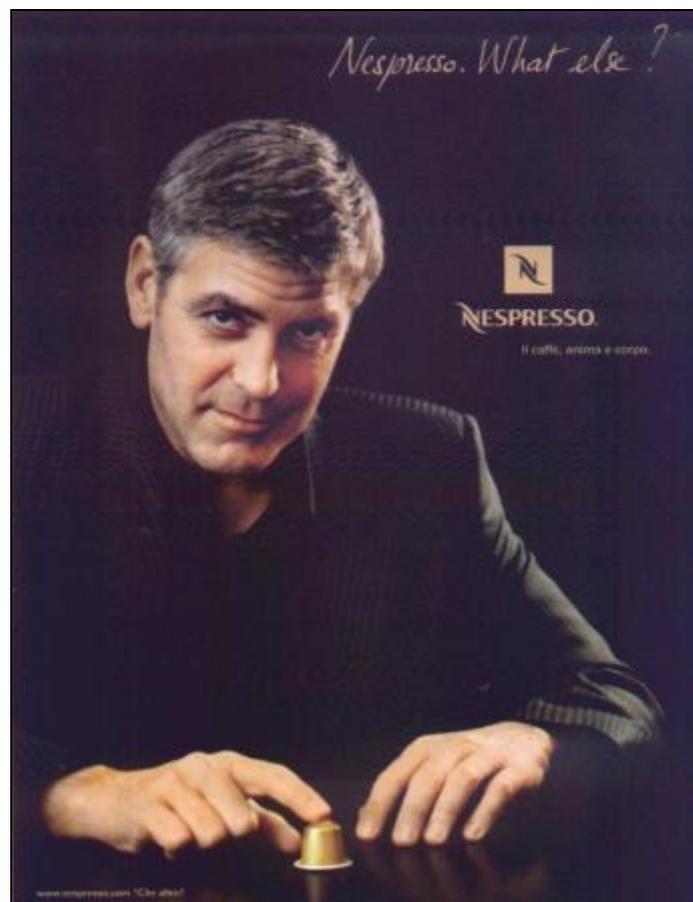
1 0 [Segnala abuso](#)

NESPRESSO

Due per ora gli spot che hanno visto come protagonista Clooney, entrambi focalizzati su quel pizzico di ironia che sembra non guastare mai.

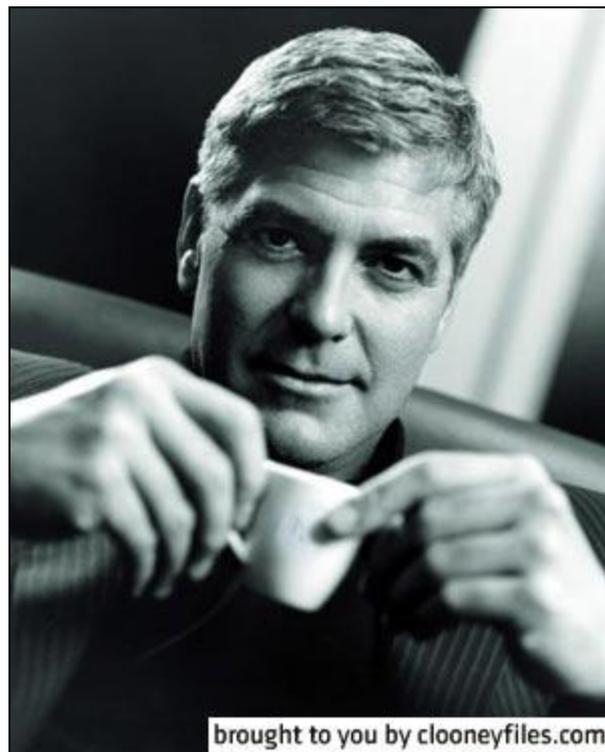
Il primo, “George Who?”, vede Clooney entrare in una boutique Nespresso per gustarsi un buon caffè: non solo viene scambiato per un facchino da una elegante signora in rosso che gli lascia le chiavi della macchina, chiedendogli di parcheggiarla, ma finisce anche col fare una brutta figura imbarazzante.

Una ragazza affascinante si avvicina a lui, sorride, chiede “per piacere”, e Clooney pensa voglia un autografo, quando la giovane desidera semplicemente un Nespresso.



Della stessa tipologia stilistica il secondo spot “What else?”: anche qui un fraintendimento.

Due donne parlano sedute al tavolo, ma grande è la delusione quando Clooney scopre che tutti gli aggettivi di lode e i complimenti sentiti non sono rivolti a lui, bensì al caffè Nespresso.

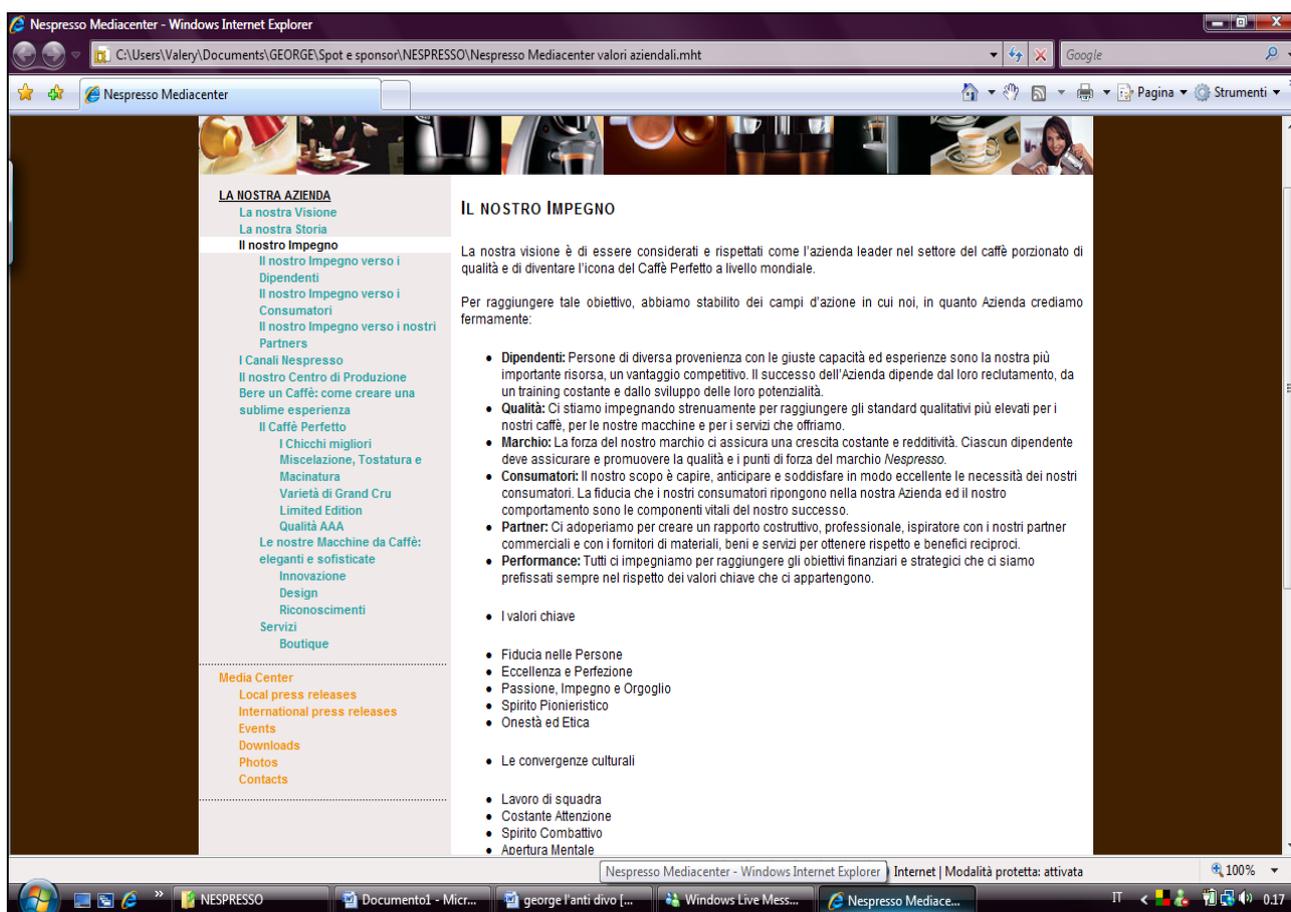


L'attore è stato confermato ambasciatore dell'azienda fino al 2009. Contemporaneamente alla tv, è partita una campagna stampa a livello nazionale, con immagini realizzate dal fotografo Michel Comte, e outdoor su Milano, Roma e Firenze.

Basta guardare sul sito della Nespresso per capire come mai sia stato scelto proprio Clooney: forse perché incarna alla perfezione i valori in cui l'azienda crede e dei quali è permeata la sua cultura aziendale.

Qualità, fiducia, onestà, etica, professionalità, passione, innovazione.

Tutte caratteristiche che ben si adattano al nostro personaggio.



Clooney ha poi saputo abilmente collegare il suo impegno da testimonial con quello umanitario: la macchina da caffè Le Cube, di cui esistono solo una decina di pezzi al mondo e uno solo in Italia, è stata protagonista di un'asta benefica in collaborazione con l'associazione SaveDarfur Coalition, che si batte per far cessare il genocidio in Darfur.

Realizzata attraverso eBay, l'asta si è svolta dal 7 al 14 febbraio 2008 con il claim 'Un regalo d'amore... per il Darfur'.

Questo, però, non è stato sufficiente a metterlo al riparo da pesanti critiche, che lo hanno colpito in relazione alla discrepanza tra il suo lato umanitario e attento al sociale e quello legato ai brand di cui è testimonial.

La Nespresso, ad esempio, fa parte del gruppo Nestlè, che non è esattamente famosa per essere un marchio etico ed attento al prossimo.

Ecco infatti alcune critiche a riguardo:

<p>Clarefelicity (6 giorni fa)</p> <p>GEORGE CLOONEY IS NOT CLEVER!!!!</p> <p>He's currently a UN ambassador for something politically correct whilst at the same time advertising Nestle's 'Nespresso' coffee (in Spain at least).</p> <p>I don't know if you are aware but Nestle have about the worst track record for treatment of vulnerable people in developing countries THAN ANY OTHER COMPANY IN THE WORLD! Clare White on May 14, 2008</p>	<p>Rispondi</p> <p>0  </p>
--	--

Ma le polemiche sono state scatenate in parte dallo stesso Clooney, in occasione di una conferenza stampa durante la Festa del Cinema di Venezia.

Di norma un'azienda, infatti, desidera che il testimonial dei propri prodotti rilasci dichiarazioni positive su questi ultimi e che tali dichiarazioni siano poi riprese dai giornali. Non si aspetta invece che il testimonial lasci il fianco scoperto alla polemica.

Cosa successa proprio durante la conferenza stampa del film Michael Clayton: incalzato da una domanda che chiedeva ragione dell'incompatibilità tra il ruolo di

paladino della giustizia che interpreta nel film e quello di volto di una multinazionale criticata come Nestlè, Clooney ha infatti affermato: «*si lavora per vivere e non è possibile controllare ogni singolo aspetto della propria vita professionale*». Aggiungendo poi che «*con i soldi della pubblicità riesco a finanziare anche progetti come quello che ho seguito in Darfur*».



Clooney ha poi risposto alla domanda “*Che consiglio vuole dare a quest’azienda in crescita?*” con un consiglio: «*Tenersi stretto il testimonial*».

OMEGA

A partire da giugno 2007 Omega annuncia l'accordo di collaborazione con l'attore e regista americano George Clooney, che entra così a far parte del team di ambasciatori della Maison elvetica. George Clooney parteciperà ai principali eventi internazionali OMEGA, ad esclusione di quelli che si terranno negli Stati Uniti e in Canada.



Stephen Urquhart, Presidente Omega, ha scelto l'attore statunitense perché condivide la filosofia e i valori del brand. Clooney ha commentato: *"Mio zio mi regalò un OMEGA nel 1969. Fu il mio primo orologio. Era l'anno in cui l'equipaggio dell'Apollo 11 indossava Omega durante la passeggiata sulla Luna. Non potevo essere più orgoglioso. Sono molto onorato di essere entrato a far parte di Omega, è sempre stata un'azienda simbolo di classe e prestigio"*.

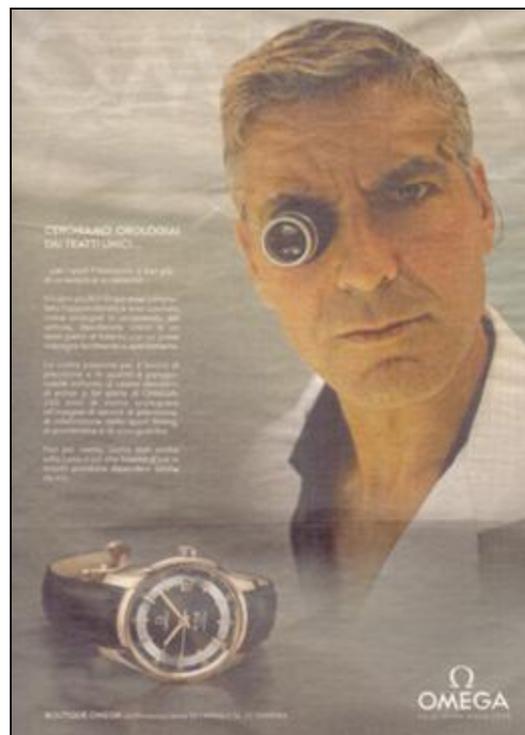


L'attore completa il team di ambasciatori Omega, di cui fanno parte campioni dello sport e leader del mondo della moda e della scienza, ognuno dei quali delinea il brand e i suoi valori. Clooney affianca un'altra star del grande schermo ambasciatrice di Omega: Nicole Kidman.

Omega Watches, acquistata dal gruppo Swatch, è stata sponsor tecnico per i Giochi Olimpici fin dal 1932, incluso il boicottaggio dei giochi nel 1980 e nel 1984.

Clonney si è molto impegnato, recentemente, per favorire l'impegno sociale e umanitario dell'azienda, soprattutto in riferimento alle polemiche per i Giochi Olimpici in Cina, a Beijing.

L'amministratore delegato del gruppo Omega ha così commentato il fervore di Clooney: *"We have full respect for his strong engagement in the fight for the good cause and share his opinion, especially concerning Darfur, and we are proud to work with a person who has such high ethical views."*



PHILIPS

La Royal Philips Electronics è stata, nel 2004, sponsor tecnologico ufficiale del film Ocean's Twelve.

Philips ha contribuito alla produzione con una vasta gamma di prodotti e servizi, comprendenti monitor, sistemi home theater e il rivoluzionario FlatTV con Ambilight.



“Siamo felici di lavorare per la produzione di Ocean's Twelve; abbiamo così la possibilità di migliorare il supporto tecnologico del film ed evidenziare l'innovazione e il design dei prodotti Philips - ha affermato Gerard Kleisterlee, CEO di Royal Philips Electronics -. Philips è leader nello sviluppo di prodotti intuitivi in grado di migliorare l'esperienza di visione domestica del film; questa nuova alleanza, quindi,

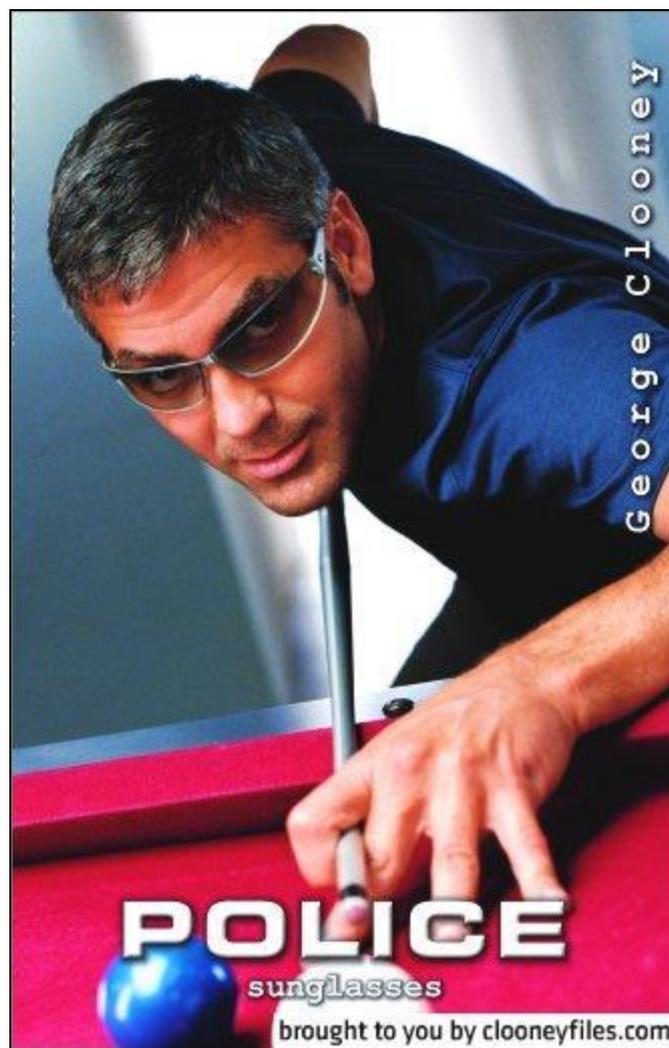
è una naturale estensione dell'impegno di Philips nel portare l'entertainment nella vita reale di tutti i giorni attraverso una tecnologia intuitiva e semplice da usare".

Il produttore del film Jerry Weintraub ha commentato: *"Sono felice di essere associato al brand Philips Electronics, i cui prodotti, design e tecnologia sono i numeri uno".*



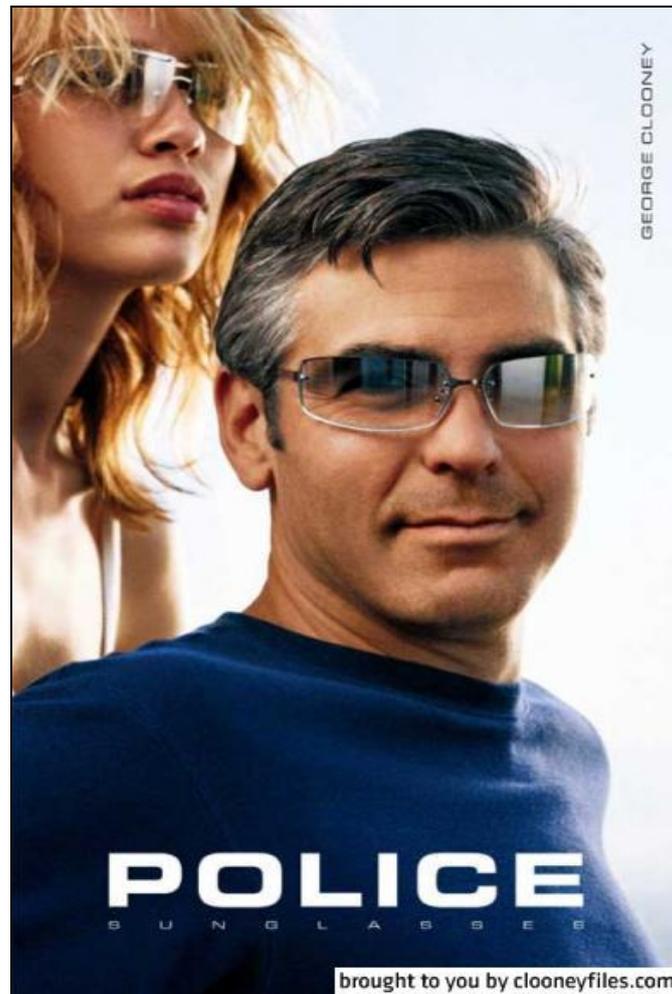
POLICE

A partire dal 200 e fino al 2003 Clooney è testimonial della nota marca Police, azienda leader nella produzione di occhiali da sole, prestando il proprio volto per le campagne pubblicitarie in Inghilterra ed in Giappone.



Nel 2003, però, un cambiamento di testimonial: Clooney lascia il proprio posto a David Beckham, poiché l'azienda sente l'esigenza di rivolgersi ad un pubblico più giovane, più sportivo, più dinamico.

Clooney non è più il testimonial perfetto per vestire i valori del brand Police.



“La collaborazione con Clooney è stata molto proficua – ha spiegato Giovanni Pivetta, direttore marketing del Gruppo - ma avevamo la necessità di ringiovanire il marchio e per questo abbiamo deciso di ampliare il rapporto che già avevamo con Beckham. Che, tra l'altro, è davvero un estimatore del marchio”.

AUTO ELETTRICA TANGO

Fa scalpore il fatto che uno dei personaggi del mondo Hollywood, fra i più famosi e i più strapagati del mondo, non ha scelto per sé, pur potendoselo permettere, una supercar tradizionale, anche se con prestazioni e costi esorbitanti, ma una più “modesta” Tango T600 che, pur avendo anch’essa un costo proibitivo, enuncia la svolta storica dell’auto dall’affrancamento al dominio assoluto del petrolio e dei suoi derivati.

Questo avvenimento persegue una politica volta allo sfruttamento di energia alternativa al greggio, voluta e predicata a più riprese dal celebre attore americano che, dopo il film Syriana, s’è dato un gran da fare lanciando strali verso i biechi interessi delle holding del petrolio e sul loro potere assoluto.



La Tango scelta dall'attore è una monoposto, elettrica, larga meno di un metro, che raggiunge una velocità massima da brivido, 240 orari ed è dotata di soluzioni, quali speciali pannelli di acciaio, che danno un grado di protezione ben quattro volte maggiore a quella di un SUV.

Peccato costi tantissimo, non meno di 85.000 euro, con la possibilità di ottenere un kit venduto a parte, per rifinire e assemblare certe parti vitali, a "casa propria", ovvero presso un meccanico di fiducia.

L'attore, la usa nel traffico e ammette che gli spunti di questa vettura elettrica sono ineguagliabili, soprattutto per guizzare facilmente in città. Una tendenza, questa, delle auto elettriche che ha avuto, come capitato con la Tango, un testimonial di lusso che sta aprendo, anzitempo, una strada nuova rivolta all'utilizzo dell'auto elettrica, intrapresa dai giapponesi con Elica e dagli americani con Propulsione Zero, anche se una proposta interessantissima sta per partire anche dalla vicinissima Germania.

I prezzi, per adesso, sono altissimi, ma l'impegno del mondo scientifico è anch'esso elevatissimo, segno che, prima o poi, come da più parti sbandierato, la tecnologia assurgerà a quei livelli tali da utilizzare vetture con propulsori puliti e col quasi nullo impatto ambientale.

L'impegno a favore della difesa dell'ambiente, però, non ha salvato Clooney dalle inevitabili critiche che accompagnano ogni sua azione: molti fan si congratulano con lui, perché trasforma in scelte pratiche di vita gli ideali in cui crede e per cui si batte, altri, invece, criticano il suo come un finto perbenismo di facciata-

Qui di seguito alcuni pareri positivi:

Commenti (4) [Sottoscrivi questi commenti](#)

 **Dario** 12 Luglio 2006, 16:53 0 punti  

Grande Georgino, + 100 punti.

[Mark Eichen](#) says:

[jump back to top](#) 

Dear Mr. Clooney,

At the next pro-celebrity race:

<http://www.speedtv.com/programs/307/>

would you * PLEASE * crash the party in your Tango?

The road course is just under 2 miles and the race is a total of ten laps, which is well within the driving range of the Tango's capacity.

I would even love the opportunity to design a portable solar charger embedded in a race trailer for you. It would be like having your very own gas station with garage AND a spare Tango (ya know..for the missus).

As a role model for representing alternative transportation, I do believe that now would be an excellent time to show the world that racing can be green as well. Your 20 mile command of the race could practically be totally fueled with clean sunlight which, by the way, travels at 186,000 miles per second squared. A Toyota Celica, by contrast, is fueled by dinosaur fossils and smells funny.

George Clooney, no Tango..... no viaggio!

Pubblicato da Giuliano in [Auto nuove](#)
Giovedì, 6 Aprile 2006.



[Guarda tutte le foto](#)

WHISKY LANCELOT

Chiudo la mia analisi del ruolo di Clooney come testimonial con una campagna pubblicitaria esclusivamente diretta al pubblico asiatico, incentrata su una nota marca di Brand della Corea del Sud.



Particolare il fatto che, a mio avviso, lo sguardo di Clooney sia stato graficamente ritoccato, al fine di renderlo più “orientalizzante”!

