



EDITORIALE

“Rifiuti zero”, come dichiara lo striscione, è ancora impossibile: tuttavia, da anni in tutto il mondo il problema dei rifiuti è stato affrontato dalle imprese e dalle amministrazioni con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale dei rifiuti prodotti dai cittadini e dalle aziende, con ottimi risultati. Oggi esistono impianti sicuri, che producono un inquinamento irrilevante: anche le caldaie a metano inquinano, ma nessuno pensa di poterle chiudere e tenere al freddo la popolazione. Inoltre, la ricerca scientifica prosegue per ridurre sempre più il residuo della “lavorazione” dei rifiuti, ovvero la parte che viene conferita in discarica.

Come Presidente della SI-IES, mi sono occupato degli impianti basati sulla tecnologia della dissociazione molecolare, che esplicano la loro attività riducendo a quantità infinitesime le polveri sottili e i composti di diossina, essendo basati su una combustione a bassa temperatura dei rifiuti. Sono impianti all'avanguardia, già presenti in

(Continua a pagina 2)

Comunicazione Ambientale: la vera carenza in Campania (e non solo)

Abbiamo visto, da oltre 15 anni, lo scatenarsi delle popolazioni locali alla prospettiva della realizzazione di un termovalorizzatore nella loro area.

Abbiamo visto l'incapacità dei politici, nonché dei “tecnici” da loro nominati, di realizzare una corretta soluzione allo smaltimento dei rifiuti in Campania.

Dopo 14 anni di “commissariamento”, il risultato è sotto gli occhi di tutti: riempite le discariche locali, che hanno trasformato una delle regioni più belle del Pa-

ese in un enorme contenitore di rifiuti a cielo aperto, ora una serie infinita di atti “straordinari” tenta di porre un rimedio senza una strategia di lungo periodo, ma solo con l'obiettivo di togliere i sacchi di immondizia dai cigli stradali, anche a costo di spedirli in Germania.

Ciò che è mancato, al di là delle polemiche politiche, delle infiltrazioni della camorra, del malaffare e del clientelismo, di cui spetta alla Magistratura definire le re-

(Continua a pagina 2)

In questo numero

EDITORIALE di Francesco Chiappetta

PRIMA PAGINA - Rifiuti e Comunicazione ambientale

COMUNICAZIONE - L'intervento di Erminia Mozzoni

STRATEGIE - Dal Futurismo alle suonerie per telefonini

STRATEGIE - Chiama gratis con Blyk, ma solo se teenager

INNOVAZIONE - Pubblicità interattive

STATISTICHE - Raccolta pubblicitaria sul web

STATISTICHE - Ecommerce in Italia

PRIMA PAGINA

(Continua da pagina 1)

sponsabilità individuali, è una concreta opera di Educazione Ambientale.

Se nella Grotta Azzurra di Capri pochi anni fa i sommozzatori hanno rinvenuto carcasse di motorini e water sbrecciati, buttati via non si sa da chi, se sui cumuli di rifiuti urbani spiccano divani sfondati, paraurti ammaccati e biciclette rotte, se oggetti di grandi dimensioni (frigoriferi, televisori...: "buttarlo al fiume" non è solo un modo di dire!) gettati nel greto dei fiumi ampliano il rischio idrogeologico, la colpa è dei residenti, non più delle Istituzioni.

Un'opera capillare di Educazione Ambientale diventa indispensabile, per muoversi su due filoni fondamentali.

Il primo è la necessità di far crescere nel cittadino una coscienza ecologica autentica, abbandonando le forme di egoismo che oggi permeano la cittadinanza: ciò significa far capire l'importanza della raccolta differenziata, la pericolosità dell'abbandono di rifiuti ovunque, la necessità che ognuno si faccia carico del corretto smaltimento di quanto produce ogni giorno. La raccolta differenziata è

una fatica, ma non vi sono alternative in un paese civile.

Qualcuno obietterà che far suddividere l'immondizia in diversi contenitori ad una città in cui motociclisti rifiutano di indossare il casco è praticamente impossibile, ma si deve tenere conto che l'educazione alla civiltà passa anche dai raccoglitori differenziati. Il secondo filone riguarda una diffusione delle informazioni scientifiche sulle emissioni dei moderni impianti di trattamento rifiuti.

Finora nessuno (i media, gli amministratori locali) si è preso l'impegno di informare i cittadini sull'evidenza che la diossina sprigionata dalla combustione di un cumulo di spazzatura è pari a quella prodotta in mesi di funzionamento da un impianto moderno.

E' necessario spiegare ai cittadini, dati alla mano, che in Europa i termovalorizzatori sono una risorsa (producono energia) non un rischio, e solo il desiderio di visibilità di alcuni politici e la difesa degli interessi criminali può fare affermare il contrario.

Striscioni come quello che presentiamo in prima pagina sono

l'esempio di una cattiva informazione, che non aiuta i cittadini e perpetua un clima di disordine in cui la malavita può realizzare ottimi affari, come descritto da Roberto Saviano nel suo splendido libro "Gomorra".

Napoli e la Campania hanno bisogno di una rinascita vera, non il "Rinascimento" lanciato da una classe politica che per anni ha distorto l'attenzione dei napoletani dai problemi veri, contribuendo in maniera determinante allo sfascio attuale.

Ciò significa impegno da parte di tutti, sia Istituzioni che cittadini, per i quali una corretta educazione ambientale, svolta tramite i media, i convegni e le manifestazioni pubbliche, potrà renderli finalmente liberi dai condizionamenti della "cattiva politica".

Che è quella che protesta e scende in piazza, ma non risolve, che dice "no" a tutto ma non propone soluzioni alternative credibili (i treni di spazzatura che partono per la Germania sono una vergogna nazionale, non una soluzione.

ROMINA CINTI

EDITORIALE

(Continua da pagina 1)

diversi Paesi (ad esempio, in Islanda, dove la normativa in materia è molto rigorosa), che costituiscono un significativo progresso nel ciclo di trattamento dei rifiuti.

La costruzione di impianti avanzati per la distruzione dei rifiuti, unita alla diffusione della raccolta differenziata, sono gli unici strumenti validi per la soluzione efficiente del dramma che ora la Campania sta vivendo. E che, se non si corre ai ripari, potrebbero riguardare altre Regioni, stante il ritardo con cui si procede alla realizzazione di impianti di termovalorizzazione e i tentativi del passato Governo di bloccare - per opera del ministro dell'Ambiente Pecorelli - la realizzazione.

Sono impianti sicuri, già in funzione da anni in tutta Europa, in particolare in Paesi come la Germania e l'Austria, che per tradizione (presenza di grandi indu-

strie con i conseguenti rischi di inquinamento ambientale) hanno avuto da sempre una maggiore attenzione all'ambiente e alla salute dei cittadini.

FRANCESCO CHIAPPETTA



Nel resoconto stenografico alla Camera dei Deputati, la verità sull'emergenza rifiuti, negata finora dai media

Mercoledì 9 gennaio 2008

Informativa urgente del Governo sull'emergenza rifiuti in Campania (ore 15,05).

PRESIDENTE (*Giorgia Meloni, AN*). Ha chiesto di parlare l'onorevole Mazzoni. Ne ha facoltà.

ERMINIA MAZZONI. Signor Presidente, devo ammettere che ritenevo scontate le assenze del Presidente del Consiglio dei ministri e del Ministro Pecoraro Scanio. Sono sempre stati assenti quando vi è stata la necessità di assumere impegni e le volte in cui sono stati presenti hanno fatto più danni. Forse è quasi preferibile che non siano presenti nemmeno in questo momento a raccontare di fatti che sono assolutamente inaccettabili.

Nella spaventosa vicenda che stanno vivendo la nostra regione e l'intero Paese sono mancati, infatti, da sempre, e continuano ad essere assenti, quei caratteri che, dal nostro punto di vista, dovrebbero essere essenziali per l'esercizio della vera politica. Non si è mai vista la responsabilità delle istituzioni. Dal presidente della regione al Presidente del Consiglio, passando per il Ministro dell'ambiente, tutti saldamente aggrappati alle loro posizioni, con toni fintamente accorati continuano a fare annunci di vario genere, ma confermano un'unica volontà sulla quale convergono: la loro indisponibilità a fare un passo indietro.

I cittadini, le vere vittime di questo disastro già annunciato da tempo, cercano di difendere la propria esistenza e vengono fatti passare dai signori del Governo e dallo stesso Prodi come facinorosi, violenti, «criteriati». Credo che l'unica vera forma di inciviltà, Ministro Chiti, sia quella di un Presidente del Consiglio che risponde alle sollecitazioni che vengono da un territorio che ha passato le festività natalizie per strada presentandosi in tuta sui campi da sci. Questa è la vera forma di inciviltà!

L'etica è ormai da un'altra parte, è una parola archiviata. Il disastro è davanti agli occhi di tutti. Le cifre di 14 anni di mala amministrazione sono incontrovertibili, però le coscienze dei poteri rimangono imperturbate. Basti dire che il Presidente Prodi, oltre a tutto ciò che ho già detto, si è reso conto, come ha dichiarato, di quanto accadeva in Campania solo perché sensibilizzato dall'immagine che il suo Paese trasmetteva all'esterno e non certo perché una regione così importante come la Campania viveva in uno stato di degrado assoluto e di inciviltà totale [Applausi dei deputati del gruppo UDC (Unione dei Democratici Cristiani e dei Democratici di Centro)].

La trasparenza delle azioni e degli atti è ormai completamente sommersa dal fumo fetido che copre l'intero territorio, a cominciare dai palazzi dove que-



L'on. Erminia Mazzoni (UDC)

sti imbelli continuano ad esercitare il loro potere. È vero che non è il momento delle accuse e della ricerca dei colpevoli, come hanno affermato molti colleghi, ma ritengo che non sia il momento perché oramai è inutile. Infatti, tutto quello che c'era da accertare è stato accertato. Tutti i colpevoli che dovevano essere individuati sono stati individuati.

Quattordici anni di poteri straordinari; 2 miliardi di euro il totale uscito dalle casse nazionali; 251 milioni approdati da Bruxelles; 600 milioni annui circa il contributo che hanno dato i cittadini della Campania e che continuano a fornire. I risultati prodotti? Rischio di un disastro ambientale, ipotesi di inquinamento ambientale con ripercussioni sulla salute dei cittadini, come risulta dalle indagini scientifiche che sono state raccolte sulla crescita della mortalità per talune patologie; quaranta procedimenti giudiziari in corso tra i quali un maxiprocesso con ventitré indagati (spiccano i nomi di Bassolino, Impregilo, Fibe, Fisia); condanna della Corte dei Conti per la vicenda Pan, il *call-center* fantasma che ha assunto tante persone, ma non ha mai lavorato; cinquecento con-

(Continua a pagina 4)

Nel resoconto stenografico alla Camera dei Deputati, la verità sull'emergenza rifiuti, negata finora dai media

(Continua da pagina 3)

sulenti nominati e pagati per fare cosa? Per non fare nulla, come afferma lo stesso presidente Bassolino nella sua lettera a *la Repubblica*, dove ricorda che nei tre anni e mezzo di gestione commissariale, oltre a nominare cinquecento consulenti e ad assumere tante persone, non ha fatto altro - è quanto dichiara - che firmare per l'avvio dei lavori di un piano elaborato dalla giunta Rastrelli ed una gara espletata ed aggiudicata alla Impregilo dalla giunta Losco. Non ha fatto altro che pagare consulenze inutili! È altrettanto vero, signor Ministro, che non è neanche più il tempo della propaganda. La soluzione del Governo non è e non può essere la nomina di un ennesimo commissario, anche se lo chiamiamo «super-commissario». I contenuti, purtroppo, cedono il passo all'effetto taumaturgico della nomina di un commissario che, indubbiamente, incontra il gradimento di tutti, un gradimento *super partes*; infatti, non abbiamo nulla da dire sulla nomina di De Gennaro, ma mi permetto di aggiungere che non avevamo nulla da dire neanche sulla nomina di Bertolaso, di Catenacci, di Pansa, dello stesso povero Cimmino che è durato solo sette giorni ed è caduto sotto la falce della insulsaggine dell'azione di questo Governo.

Per il resto, purtroppo, quella che Prodi chiama «la soluzione» è solamente una sintesi poco chiara di numeri mortificanti, di parole vuote ed offensive e di promesse insopportabili.

Quattro mesi è il tempo messo a disposizione. Come al solito, per questo Governo il fattore tempo è un concetto relativo, così come lo erano i dieci giorni affidati all'epoca a Bertolaso o i tre mesi contemplati nel provvedimento successivo, poi diventati dodici, o

i sei mesi poi assegnati al prefetto Pansa, o i dodici mesi assegnati al prefetto Cimmino, che poi sono diventati quattro mesi con il prefetto De Gennaro a distanza di soli sette giorni. È proprio un concetto molto relativo. Come possiamo credere che sia anche vero?

Vi sono da realizzare tre impianti di termovalorizzazione e vanno realizzati tutti, perché sappiamo bene che anche l'impianto di Acerra è praticamente all'anno zero. È possibile presentare questa come un'indicazione nuova, come una parte di un progetto di medio periodo, come l'ha definita lei, Ministro Chiti, leggendo la relazione? In realtà, questo è il refuso del piano Rastrelli del 1997 e di quel piano boicottato dallo stesso Ministro Pecoraro Scanio, che Bertolaso ha rivisto e ripresentato non più tardi di qualche mese fa.

Come la mettiamo con il Ministro Pecoraro Scanio che non vuole i termovalorizzatori e che ha costretto Bertolaso alle dimissioni proprio perché li voleva realizzare? Come la mettiamo con un Ministro che, quando nel 1996 cercavamo di promuovere il piano - all'epoca ero in consiglio regionale e ricordo bene il lavoro che abbiamo svolto -, era in piazza a manifestare contro i termovalorizzatori e contro qualunque tipo di soluzione sana ad un problema che oggi esiste in maniera forte, perché è davanti agli occhi di tutti? Anche nel 1998 e nel 2003 era sempre in piazza a manifestare anche contro il termovalorizzatore di Acerra!

Oggi questo Governo, che non lo sfiducia e che lo tiene seduto nella sua poltrona, dice che vuole realizzare i termovalorizzatori: l'esatto contrario di quello che vorrebbe il Ministro che continua a godere della fiducia del Governo. Oltre a quella di Pianura, si prevedono quattro discariche, che non possono essere indicate tra le soluzioni di breve periodo. Lei, Ministro Chiti, sa che queste quattro discariche, oltre a quella di Pianura, erano già previste nel provvedimento approvato qualche mese fa e non sono immediatamente utilizzabili. In questi mesi, da quando sono state individuate, non è stato fatto nulla. Quindi, i rifiuti non possono essere assolutamente portati in tali discariche.

L'utilizzo dell'esercito è stato richiesto a più riprese. Il problema è che, come lei ha ricordato, vi è una criminalità da affrontare e occorre recuperare la funzione iniziale del commissariato per l'emergenza dei rifiuti - ossia evitare la collusione con la criminalità



L'intervento dei Vigili del Fuoco

(Continua a pagina 5)

Nel resoconto stenografico alla Camera dei Deputati, la verità sull'emergenza rifiuti, negata finora dai media

(Continua da pagina 4)

così presente all'interno della regione Campania - che si è persa nel corso degli anni.

Invece, questo Governo prevede l'utilizzo dell'esercizio facendolo addirittura rientrare in maniera strutturale nell'organizzazione commissariale per raccogliere i sacchetti di immondizia, non per presidiare le discariche di notte, non per dare aiuto ai cittadini che subiscono la violenza della criminalità, che continua a beneficiare dell'inefficienza del Governo regionale e nazionale.

In Campania vi sono molte più unità di operatori ecologici per abitante di quante ve ne siano in tutte le altre regioni d'Italia. Inoltre, per quanto concerne la raccolta differenziata nei comuni, la gran parte delle somme che ho citato prima in questi anni sono state spese proprio per formare il personale, per informare le comunità e per realizzare isole ecologiche. Eppure con riferimento alla raccolta differenziata siamo ad una cifra che oscilla tra il 7 e il 12 per cento. In sessanta giorni volete realizzare in ciascun comune una raccolta differenziata che arrivi al 35 per cento: ma perché si continuano ad offendere le intelligenze? Perché si continuano ad ingannare i cittadini? La gestione commissariale - creata nel 1993, come ho detto - era nata per combattere la criminalità, ed oggi la criminalità la fa, invece, da padrone.

PRESIDENTE. *Onorevole Mazzoni, dovrebbe concludere.*

ERMINIA MAZZONI. L'unico piano vero approvato fu quello realizzato dall'allora giunta Rastrelli. Tale piano fu definito dal dirigente dell'ambiente di Bruxelles come un piano perfetto. Non c'è mai più stato un altro piano. I sette impianti di CDR non sono compatibili con la proposta di soluzione oggi presentata dal Governo e non sono a norma, così come non lo sono le ecoballe, che non possono essere smaltite da nessuna parte.

La filiera istituzionale - che pure era prevista in quel piano Rastrelli al fine di realizzare un sistema efficiente attraverso consorzi, aziende pubbliche locali come Conai, Corepla, Comieco, azienda rifiuti comunali, consorzi sovracomunali - era stata immaginata proprio per realizzare un ciclo chiuso anche nei confronti delle aggressioni della criminalità. Quello che è stato realizzato, invece, è un sistema di potere, un sistema clientelare, dove non vi è nessun controllo di spese, di esborsi, di operatività e di efficienza.

Concludo con due piccole osservazioni. Al commissario De Gennaro viene assegnato tutt'altro compito: gli viene affidato il compito di ricognere i siti dove

portare i rifiuti che si trovano in questo momento in mezzo alla strada e che non consentono una vivibilità normale; deve riuscire a stabilire dove portare le balle che non sono utilizzabili perché non a norma; deve riuscire a realizzare, individuando prima i siti...
PRESIDENTE. *Onorevole Mazzoni, la invito a concludere, per cortesia.*

ERMINIA MAZZONI. ...i termovalorizzatori. A Venezia questi termovalorizzatori sono stati realizzati in dodici mesi; se veramente vi è determinazione anche nella nostra regione si può fare altrettanto. Concludo dicendo che noi daremo la massima collaborazione, raccolgo l'invito del collega Realacci, e mi rivolgo in particolare a tutti i parlamentari della Campania per creare immediatamente un'unità di supporto al Commissariato, perché la storia del governo di salute pubblica è assolutamente irrealizzabile, dato che ne vedrebbe comunque a capo il più grande responsabile di questo disastro, il presidente Bassolino.

Sullo scioglimento del consiglio...

PRESIDENTE. *Onorevole Mazzoni, per cortesia, deve concludere davvero.*

ERMINIA MAZZONI. Mi consenta solamente di dire: sullo scioglimento del consiglio provveda il Presidente della Repubblica.

Sulla mozione di sfiducia, noi dell'UDC la abbiamo già annunciata al Senato. Oggi più che una mozione di sfiducia al Ministro, che la fiducia l'ha già persa, noi vorremmo presentare una mozione di sfratto dalla poltrona [Applausi dei deputati dei gruppi UDC (Unione dei Democratici Cristiani e dei Democratici di Centro) e Alleanza Nazionale!]



**Un rogo si immondizia a Napoli:
È questa l'alternativa ai termovalorizzatori ?**

Dalle “Azioni Futuriste” alle suonerie per telefonini, ovvero: quanto è difficile essere (davvero!) creativi...

La festa del Cinema di Roma stava per iniziare, tra le immancabili polemiche che accompagnano ogni novità nella Capitale, quando un evento insolito attirava l'attenzione dei turisti e dei passanti: l'acqua della Fontana di Trevi era improvvisamente diventata rossa. Un secchio di anilina aveva in breve trasformato il monumento, senza creare alcun danno, ma creando un effetto scenografico mai visto prima.

Con questo atto, un gruppo di opinione sconosciuto “Ftm Azione futurista 2007” (nota: FTM sono le iniziali di Filippo Tommaso Marinetti, uno degli estensori del Manifesto Futurista) manifestava le sue critiche nei confronti della Festa del Cinema, (“voi solo un tappeto rosso, noi un'intera città color rosso vermiglio”) in un volantino dal linguaggio retorico tipico del movimento futurista.

Nei giorni successivi l'autore materiale del gesto è stato individuato (scomodando addirittura la Digos!, ma questo è un altro discorso...): un uomo di 54 anni, tale Graziano Cecchini, definito inizialmente “uno squilibrato” (La Stampa), successivamente “vandalò”, “sedicente attivista” ed “esponente della destra locale” (Repubblica). Criticato da tutti,



tranne che, in consueta controtendenza, da Vittorio Sgarbi, che ha definito l'azione come un “gesto originale ed apprezzabile”. Tre mesi dopo, il 16 gennaio scorso, una nuova “performance” stupiva la Città Eterna: migliaia di palline colorate (l'autore ne ha “dichiarato” circa mezzo milione) rotolavano giù dalla scalinata di Trinità dei Monti, fotografate dagli operatori chiamati in precedenza dal Cecchini per riprendere la scena.

Eccessiva, forse, la “risposta” delle Istituzioni: mentre l'autore e due suoi collaboratori sono stati

fermati dai Carabinieri per interruzione di pubblico servizio, l'area è stata recintata dalle forze dell'ordine e in totale sono state coinvolte dieci pattuglie della Polizia Municipale, nove mezzi dell'Azienda dei rifiuti, cinque mezzi del decoro urbano e diverse pattuglie di Polizia e Carabinieri. Un dispiegamento di forze che, stante l'assenza di qualsiasi forma di pericolo per i cittadini, è stato eccessivo, e ha avuto il sicuro effetto di creare intorno a Graziano Cecchini una simpatia ed una solidarietà che si sarebbero potuti evitare con una presenza più discreta delle forze dell'ordine. Invece, in questo modo, nel “Maurizio Costanzo Show” lui ha potuto presentarsi nelle vesti di un “perseguitato”, ingiustamente (?) sottoposto a fermo di polizia per sedici ore, dando spazio all'ormai diffuso “benaltrismo”: ovvero “i problemi del nostro paese sono ben altri rispetto ad un po' di palline colorate”, etc...

Ma in questa seconda uscita pubblica della creatività di Cecchini si rileva una caduta di stile immen-

(Continua a pagina 7)



Dalle “Azioni Futuriste” alle suonerie per telefonini, ovvero: quanto è difficile essere (davvero!) creativi...

(Continua da pagina 6)

sa, che banalizza le sue azioni e ne annulla il potere mediatico: l'azione è copiata dallo spot televisivo “Bouncy Balls” che la Sony ha prodotto nel 2005 per la serie di schermi Lcd Bravia. In esso, 250.000 palline colorate volano dall'alto su una strada a San Francisco, investendo ogni cosa che si viene a trovare sul loro percorso.

L'azione è stata “sponsorizzata” da un sito internet di suonerie (di cui non si cita il nome per evitare una ingiustificata pubblicità), il cui nome compariva anche sul giubbotto grigio indossato dal sedicente “futurista”. Ora la performance è diventata il pezzo forte del sito, in un filmato dove l'ideatore dell'azione viene mostrato nell'atto di fumare: molto diseducativo nei confronti dei teen-agers, che costituiscono il pubblico principale di tali siti.

Cecchini ha spiegato la presenza dello sponsor con il costo dell'iniziativa, che lui dichiara di essere stata di ventimila euro, ma anche il testo del volantino distribuito lascia pensare: “... i fratelli d'Italia si sono rotti le palle ...” non è un linguaggio futurista, ma chiacchiera da bar della peggiore specie. Così come la performance del Cecchini, unitamente al suo sponsor, nulla ha a che vedere con il guerrilla marketing, che

richiede creatività, fantasia ed impegno, oltre che una robusta cultura di base.

Le conclusioni che si possono trarre sono numerose.

La prima è che il tentativo di ricorrere a “scorciatoie” per raggiungere la notorietà è sempre più diffuso, anche se nel medio periodo non porta buoni frutti: Graziano Cecchini non è diventato un famoso artista, ma sarà rapidamente assimilato ai numerosi “disturbatori” che fanno di tutto pur di apparire, e quindi non avrà alcun valore per un'azienda seria che vuole sviluppare una vera campagna di guerrilla marketing.

Inoltre esiste un conformismo che impone di lodare ogni azione trasgressiva, purché provenga dalla stessa parte politica: infatti i suoi detrattori erano a conoscenza della sua vicinanza a gruppi della destra estrema.

Infine, il qualunquismo alla Beppe Grillo non può legittimare qualsiasi azione, con la giustificazione che “i problemi del Paese sono ben altri”; l'esistenza del problema dei rifiuti in Campania, citato nel volantino di Cecchini, non può consentire l'uso privato di un luogo pubblico, come è invece avvenuto: perché l'opera degli operatori che hanno ripulito la piazza è stato un costo a carico della collettività.

ANDREA CHIAPPETTA



Lo spot Sony “Bouncy Balls”



Le palline colorate sulla scalinata... la somiglianza con lo spot Sony è totale...

Vuoi questo spazio per la tua Pubblicità ?

Scrivi all'indirizzo promo@sentieridigitali.it

Vuoi chiamare gratis dal tuo cellulare ? In Italia sarà possibile tra pochi mesi con Blyk

Operativo da settembre 2007 in Gran Bretagna e in corso di estensione nel resto d'Europa durante il 2008 (si prevede che sarà operativo in Italia nel terzo trimestre di quest'anno), il servizio dell'operatore virtuale Blyk promette telefonate e sms gratuiti in cambio di pubblicità.

Non è un déjà-vu: tutti ricordano il fallimento dei modelli di "internet gratis" basati sugli introiti pubblicitari, quando, intorno al 2000, addirittura si pagavano i navigatori per far comparire sul loro schermo una finestra in cui scorrevano spot e banner promozionali. Nulla di tutto ciò, perché ora l'advertising è diventato interattiva, ed è in questo elemento che risiede la novità del servizio.

Innanzitutto, l'azienda ha selezionato un particolare target di mercato: i giovani dai 16 ai 24 anni: un mondo che spende molto, in quanto ancora libero da impegni familiari e di lavoro, che considera "divertente" la pubblicità e che non è ossessionato dalla privacy come la popolazione adulta. A livello europeo, si tratta di un mercato potenziale di circa 40 milioni di consumatori.

Chi aderisce al servizio ottiene 217 sms e 43 minuti di telefonate gratuite al mese in cambio della disponibilità a ricevere fino a sei messaggi promozionali (sms ed mms) al giorno. Che non sono inviati in modo dissennato, ma altamente "targettizzati" sullo specifico, grazie alla puntualità dei quesiti che sono posti in fase di registrazione al servizio. In tal modo, oltre ad ottimizzare la resa dei messaggi in termini di vendite (chi riceve i messaggi è potenzialmente interessato al prodotto) la pubblicità rimane sempre gradita all'utente, perché si riferisce al suo mondo di passioni ed esigenze.

Inoltre, ed è qui il punto di forza dell'iniziativa, i messaggi saranno interattivi, consentendo di avere un feedback immediato sulla campagna del singolo investitore e stimolando il prezioso meccanismo del "passaparola" fra i giovani, una delle forme di advertising di maggiore successo.



L'iniziativa è opera di due finlandesi: Pekka Ala-Pietilä (ex presidente di Nokia) e Antti Öhring, pubblicitario. In Gran Bretagna il sistema userà la rete di Orange, mentre si prevede a breve un accordo di partnership con Nokia e Siemens. Le aziende interessate al servizio per veicolare le loro pubblicità sono già 45, tra cui: Buena Vista, Coca-Cola, I-play Mobile Gaming, McDonalds, L'Oreal Paris, StepStone e Yell.com.

Alcuni giorni fa Blyk ha dichiarato i suoi risultati: finora si sono iscritti 30.000 giovani, e il ritmo di crescita attuale è di 3.000 per settimana, molti dei quali grazie al passaparola tra utenti; le attese sono di avere 100.000 iscritti entro la fine del 2008.

Per le aziende è un'ottima opportunità: nelle 500 campagne pubblicitarie inviate agli iscritti nei primi quattro mesi di attività, il tasso di risposta è stato del 29%,

un livello molto elevato se si confronta con l'1% dell'email marketing e delle campagne sul web.

Un successo che ha stimolato l'interesse degli investitori, tra cui Goldman Sachs e Industrial and Financial Investments Company (IFIC), che si aggiungono a Sofinova Partners e a un ampio gruppo di investitori privati nel supportare l'iniziativa sul piano delle risorse finanziarie.

Negli Usa esiste già qualcosa di simile, lanciata da Virgin Mobile, che ha coinvolto 330 mila dei suoi 4,8 milioni di clienti offrendo loro telefonate gratis per avere accettato di ricevere spot. Ma in questo caso si tratta di un servizio aggiuntivo, non nel modello di business su cui si basa l'impresa.

Nell'ambito del mercato pubblicitario, l'uso del cellulare è ancora limitato (1-2 miliardi di dollari nel 2008, a livello mondiale, ma è possibile in breve una forte crescita, se alcune previsioni stimano che il mercato salirà a circa 11 miliardi di dollari nei prossimi cinque anni. Al punto che Google, per non farsi trovare indietro, ha già annunciato la realizzazione di un sistema per il mobile advertising, mentre Yahoo ha acquistato la tedesca Auctionality, azienda specializzata in pubblicità per i giochi su cellulare.

Anche in Italia cresce lo spazio per questo settore: la crescita 2007 vs 2006 è stata del 1184%, raggiungendo l'importo di quasi 14 milioni di euro, di cui solo 1,3 milioni nel dicembre 2007.

NICOLA MARINI

Nella prossima pagina:

una campagna promozionale

interattiva tramite Lynk

Una campagna promozionale interattiva realizzata tramite il servizio Lynk



FASE 1

Il cliente (in questo caso una ragazza che ha dichiarato il suo interesse per la moda) riceve un messaggio: "a quale di questo personaggio famoso ti senti di assomigliare?" (riferito non tanto all'aspetto fisico, ma allo "stile") accompagnato dalla foto di cinque attrici

Il messaggio rimane nel suo cellulare, per inviarlo ad altre amiche che possono partecipare al gioco anche esse... e diventare quindi oggetto della pubblicità del marchio.

FASE 2

La ragazza sceglie, si sente di assomigliare di più alla numero 2, e lo scrive sul suo cellulare, inviando la risposta.



FASE 3

La ragazza riceve il messaggio promozionale: il rossetto più adatto a lei è il colore Caramel.

A questo punto è molto probabile che la giovane, acquistando un rossetto, sceglierà questo, convinta che sia il più adatto a esprimere la sua personalità e il suo stile (e, inoltre, che la "aiuti" ad assomigliare di più alla diva del cuore).

Tra l'altro, il "consiglio per gli acquisti" è nella memoria del suo cellulare, a disposizione quando entrerà nel negozio per fare la sua scelta.

NICOLA MARINI

STATISTICHE

Sale la raccolta pubblicitaria sul Web Fatturato di 281,9 milioni di euro

Secondo i dati riportati da IAB Italia, l'andamento della pubblicità su Internet è cresciuta del 41% rispetto al 2006, un ottimo risultato, mostrando di avere raggiunto volumi di tutto rispetto:

Nel dettaglio, gli Ad Banners hanno fatturato più di 104 milioni, seguiti dalle sponsorizzazioni e "bottoni" con altre 56 milioni, keyword con 28,7 milioni circa ed email/newsletter con 15 milioni.

A parte, la categoria "altre tipologie" ha mostrato una crescita del 58%, con un fatturato di oltre 56 milioni di euro, a dimostrazione che il mondo Internet potrà riservare a breve numerose sorprese con l'ampia diversificazione di strumenti che offre alle aziende.

L'ottimo risultato trova le sue motivazioni in diversi fattori. Il primo è la diffusione della banda larga, che consente la realizzazione di filmati gradevoli per l'utente, che



pertanto accetta la pubblicità con uno spirito più aperto e disposto anche all'acquisto.

In secondo luogo, è aumentato sia il numero di navigatori (a dicembre 2007, sono stati 23,1 milioni di italiani), sia il tempo da questi trascorso sul web (circa 20 ore al mese, accumulate in 20 sessioni in media per navigatore), rendendo più attraente il mercato del web advertising per le aziende.

TERESA DI MARTINO

STATISTICHE

E-commerce in Italia

Nel 2007 gli internauti italiani che hanno acquistato almeno un volta su Internet sono stati più di 7 milioni di persone (dati Forrester), per una spesa globale di oltre 5 miliardi di euro.

E' un dato in crescita costante da almeno 4 anni, che dimostra un notevole cambiamento nelle abitudini degli italiani, che si stanno avvicinando alle medie europee.

Chi dimostra invece di essere indietro sono le imprese, che traggono solo lo 0,8 % del loro fatturato da Internet, (contro una media europea del 3,8%), anche a causa della presenza di forti competitor stranieri che si avvalgono di economie di scala tali da

risultare più convenienti delle aziende locali.

Stupisce, inoltre, l'assenza dal web del "Made in Italy", che non considera ancora Internet come un valido strumento per incrementare le esportazioni, oltre alla vendita nazionale. Solo Yoox, nel mondo della moda (è un "outlet virtuale") è riuscito a guadagnarsi una buona quota di mercato a livello internazionale.

Indubbiamente, sarebbe utile un contributo delle Istituzioni, sia a livello Nazionale che Locale, per accompagnare le imprese nel loro percorso di crescita, con adeguate forme di finanziamento.

FRANCESCA PROIETTO

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Romina Cinti
r.cinti@sentieridigitali.it

Teresa Di Martino
t.dimartino@sentieridigitali.it

Nicola Marini
n.marini@sentieridigitali.it

Francesca Proietto
f.proietto@sentieridigitali.it

Ha collaborato a questo numero:
Andrea Chiappetta

Per la pubblicità su questo periodico scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES
Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma

