

La comunicazione futura presentata oggi

Pubblicato: Martedì 10 Novembre 2009

C'è un vecchio detto che dice "val più la pratica che la grammatica". Ed è quello che ha messo in pratica la SS & C, società di marketing e comunicazione varesina, nell'incontro che ha siglato i suoi 30 anni di attività, spiegando la pubblicità del futuro in concreto.

Per esempio, facendo passare davanti a un televisore pubblicitario prima un uomo – a cui sono state subito proposte auto di marca tedesca – e poi una donna – a cui è stato offerto il corso di Pilates – solo perchè erano entrambi "taggati" con la tecnologia rfid che aveva mandato all'apparecchio una serie di sommarie informazioni, tipo ad esempio il loro sesso e la loro età.

«Immaginate possibilità del genere, già esistenti e utilizzate nell'industria, applicate alla grande distribuzione». A vederlo, fa impressione in effetti: il Grande Fratello degli scaffali del supermercato, il mezzo che può consigliarti meglio di chiunque altro su cosa desideri.

A spiegarlo, e a farne la prova concreta, **Fabrizio Bellavista** e **Moreno Poli**, consulenti new media, che hanno mostrato alcune applicazioni già commercializzate in grado di fare moltissimo nella pubblicazione pubblicitaria: come ad esempio quelle applicazioni per Iphone che indicano quale sia il ristorante più vicino, con metodi che rendono impossibile sbagliare indirizzo.

Idee e soluzioni che sembravano impensabili: «E alle quali non solo è necessario abituarsi, ma soprattutto sarà il caso di accettare il fatto che questo sarà il vero futuro della comunicazione, destinato a soppiantare quella classica – spiega **Massimo Giordani**, Ceo della società Time&Mind e membro del cda di "Torino wireless", che ha ricordato come «L'istantaneità della rete abbia accelerato ogni cosa, non solo i bit dell'informazione ma anche gli atomi dei neuroni, sempre più interconnessi grazie alla pervasità del web» e che non è momento per stare seduti sugli allori.

Anche perchè «Il comunicatore è come un cuoco che deve usare con abilità gli ingredienti di una ricetta. E la ricetta è: bisogna sempre essere aperti al nuovo – ha spiegato **Giampiero Soru**, Presidente della SS&C – Anche se tra gli ingredienti principali, per realizzarla, c'è la tradizione. Io sono infatti un convinto fautore della frase 'Se non hai un passato non puoi avere un futuro».

Comunicare il nuovo però non è una cosa così semplice, perchè «Dobbiamo ripensare radicalmente a quello che siamo, dobbiamo invertire il trend che ci ha spinto a resistere al nuovo. – ha spiegato **Claudio Bonvecchio**, presidente del corso di laurea in scienze della Comunicazione dell'università dell'Insubria – Il nuovo è sempre una rivoluzione e oggi è talmente veloce, così 'work in progress', che dobbiamo metabolizzarlo in tempi infinitamente più veloci di pochi decenni fa».

Una cosa che impedisce ancora ora ad internet di essere, da noi, uno strumento culturale: «Internet oggi è solo oggetto di consumo, è come se fosse 'imposto' esternamente – conclude Bonvecchio – Il cambiamento invece, il web in questo caso, deve essere indirizzato meglio, così che possa diventare uno strumento anche culturale».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

