

MILANO MARKETING FESTIVAL/Lo dice Paolo Landi, esperto di comunicazione

Digitale, indietro non si torna

Una rivoluzione che ha sconvolto le regole tradizionali

DI ELENA GALLI

«**L**a rivoluzione digitale ci ha ormai abituati a utilizzare certe modalità di lavorare dalle quali sarà difficile tornare indietro. Siamo ancora pionieri, non abbiamo chiaro dove per esempio ci porterà l'IA, ma mi pare che si possa affermare senza ombra di dubbio che niente sarà come prima».

Così **Paolo Landi**, consulente di marketing e comunicazione per imprese e relatore al Milano Marketing Festival, commenta il tema («Back to Physical?») della grande kermesse multimediale di Class Editori giunta all'ottava edizione e in programma dal 19 al 21 marzo. «Il marketing digitale cambia: in era analogica ci si convinceva che per essere felici bisognasse possedere più cose. Oggi il marketing mi sembra orientato a farci credere che per essere felici bisogna avere una qualità della vita migliore».

Secondo Landi, che negli anni novanta ha affiancato il fotografo Oliviero Toscani nelle campagne sociali per il marchio United Colors of Benetton, di cui è stato direttore della comunicazione fino al 2010, l'individualismo è il grande motore della rivoluzione digitale. «Tutto è iniziato con i selfie e con **Chiara Ferragni**. Con il consumatore che diventa protagonista come non lo era mai stato. E, nello stesso tempo, imprenditore digitale. La Ferragni è l'imprenditrice e l'operaia, lavora sempre senza lavorare mai, chi la paga non è proprietario né del suo tempo né del-

le sue braccia, esalta sé stessa come mai era successo prima, poiché la sua fortuna dipende dal suo "essere lei". Una specie di turbo-liberismo che la proietta in un universo ideale dove il lavoro non sembra più faticoso e dove lavorare coincide con vivere. Anche nella scala più bassa, rappresentata idealmente dal rider che consegna la

pizza a casa: il nuovo capitalismo digitale lo convince di essere un imprenditore, perché può disporre liberamente del suo tempo e può guadagnare di più se pedala più veloce e fa più consegne».

I social assumono un'importanza cruciale nel nuovo marketing. «Trasformano le emozioni in prodotti, questa è la grande novità», sottolinea Paolo Landi. «Non siamo ancora pronti a considerare il prodotto un'immagine che trasmette emozioni, o un post su Facebook, o un'opinione su X. Siamo abituati alla tridimensionalità analogica di una scarpa Nike o di una lattina di Coca-Cola. Ma anche quel che postiamo sui social sono prodotti. E i social sono essi stessi prodotti commerciali, posseduti e sviluppati da imprenditori e da

corporation che, tramite i contenuti forniti da noi gratuitamente, fanno affari in tutto il mondo. Bisogna aver chiaro questo quando parliamo di comunicazione digitale: per non scadere nel moralismo e, nello stesso tempo, per avere

elementi necessari a comprendere i perimetri in cui si muove il nuovo capitalismo digitale».

E per i brand, per le marche, cosa cambia? «Le regole del marketing tradizionale sono definitivamente sconvolte dalla rivoluzione digitale», continua Landi. «Perfino la rivoluzione del brand, quella dell'immaterialità, del valore che l'immagine dava a un marchio per imprimerlo nel-

la mente dei consumatori e convincerli ad acquistarlo, appare oggi obsoleta. I mercati sono sempre di più "conversazio-

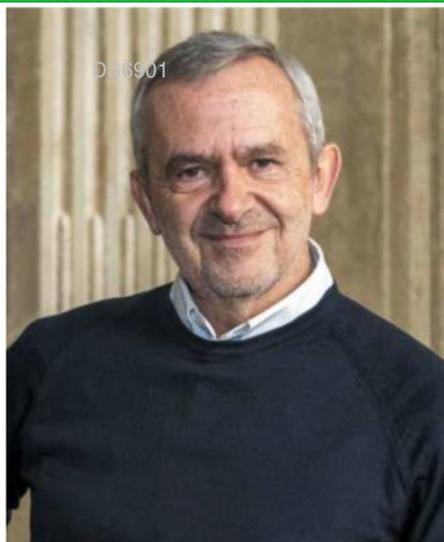
ni", i social dettano legge, la reputazione diventa un tema delicato, lo abbiamo visto recentemente con la stessa Ferragni. Dovremo perciò attrezzarci per far fronte a questi cambi di paradigma, dovremo essere pronti a capire le novità che la tecnologia ci proporrà velocemente».

Paolo Landi, autore del recente *La dattatura degli algoritmi. Dalla lotta di classe alla class action* (Krill Books. Il volume sarà presentato oggi a Milano, alle 16,30, nell'ambito della manifestazione Book Pride 2024, via Moncucco 35. Con **Filippa Lagerback**), parteciperà mercoledì 20 marzo alla seconda giornata del Milano Marketing Festival, durante la tavola rotonda «Cibo per la mente. Idee e pensieri per un mondo che cambia».

Le iscrizioni al MMF sono aperte sul sito di Class Agora: <https://www.classagora.it/eventi/milano-marketing-festival-2024>

© Riproduzione riservata





Paolo Landi