Estate 2014, anno zero della comunicazione nottambula

cid-8865bf26-b677-42e8-85a5-1057df75fe5b-fa5970ac

Mentre sta per iniziare una nuova stagione nottambula, la calma sulla comunicazione dei più importanti locali italiani resta quasi del tutto piatta. La situazione in ambito comunicazione & dintorni è desolante. Se i dj, soprattutto quelli di medio livello, si fanno notare con newsletter e strategia di marketing spesso fin troppo aggressive, le discoteche e pure i discobar fanno peggio. Fanno poco per far parlare di sé e quel poco non lo comunicano a nessuno se non, quando va bene, su Facebook.

Ovvero parlano, spesso troppo, ai loro Fan, ovvero a persone che già li conoscono. Ovviamente all'estero la situazione è del tutto diversa. Ad esempio, Global Publicity, noto ufficio stampa britannico attivo nel clubbing, ha appena inviato ai media un comunicato stampa in italiano raccontando alcuni dei più importanti festival europei. I clubber italiani più appassionati, quelli che si informano, sono molto appetibili all'estero, ma quasi tutti gli organizzatori italiani li snobbano.

Info su www.globalpublicity.co.uk

Lorenzo Tiezzi