

PRESENTAZIONE “PROGETTO WEB!”

www.maurobuti.it

1) LO SCENARIO DI MERCATO: IL CONTESTO POLITICO

Nel pieno di una crisi economica di portata mondiale , la situazione politica italiana vede saldamente il centro-destra al potere mentre dall'altra parte dello schieramento si fatica a trovare un interlocutore che sia universalmente riconosciuto come plausibile antagonista del premier in carica.

Mentre a destra l'elettorato si riconosce perfettamente nella leadership di Berlusconi, all'opposizione troviamo un partito in grave difficoltà come il PD e un partito “giovane” e in forte ascesa come Italia Dei Valori, anch'esso fortemente personalizzato nella figura di Antonio Di Pietro e proprio per questo in un certo senso privo di un vero e proprio “paradigma ideologico” (Casini è giustamente non considerato).

2) I GIOVANI E LA POLITICA

In Italia la distanza tra la politica e la società civile sta da tempo progressivamente aumentando. L'astensionismo è ormai a livelli altissimi e la partecipazione viene considerata “inutile”, dato che chi viene eletto poi non si occupa in alcuna maniera delle problematiche degli elettori che lo hanno votato.

I giovani riflettono esattamente questo generalizzato rifiuto verso la politica e questo senso di impossibilità del cambiamento.

L'Italia è il paese dove i precari (cioè una grossa fetta dei giovani) non hanno ammortizzatori sociali, dove l'età media dei parlamentari è 53 anni, dove i personaggi politicamente più autorevoli sono ben oltre i 60 (Berlusconi, Prodi, D'Alema, Fini, per non parlare degli Andreotti e dei Cossiga). L'Italia è il paese dove “se non sei raccomandato non vai da nessuna parte”, dove i cervelli migliori e più promettenti vengono fatti scappare all'estero.

3) IL PRODOTTO: CHE COS'E' WEB!

Web! è un progetto fatto dai giovani per i giovani.

WEB!, nella persona di Mauro Buti, è il soggetto politico che incarna i desideri e le necessità dei giovani. È il tramite che porterà nel dibattito politico il punto di vista e le soluzioni dei giovani alle grandi questioni che l'Italia e l'Europa dovranno affrontare.

WEB! si propone di soddisfare il bisogno di rappresentatività da parte dei giovani ponendosi come soggetto politico completamente nuovo: nuovo nelle persone, nuovo nei temi, nuovo nel linguaggio e soprattutto nuovo negli strumenti che gli permettono di relazionarsi con il suo elettorato e quindi di fare politica.

INTERNET infatti sarà il valore aggiunto della campagna, il tratto distintivo che caratterizza WEB! e lo distingue dagli altri attori politici.

WEB! nasce con INTERNET e crescerà grazie a INTERNET.

La Rete in questo caso non è solo il media attraverso il quale WEB! comunicherà con il suo elettorato proponendo i propri contenuti, esso è un vero e proprio "stile di vita" che unisce tutti i giovani (e non solo) offrendo a tutti infiniti spazi di conoscenza, informazione e opportunità di ogni genere.

WEB! si identifica con INTERNET.

La Rete è il futuro e WEB! è il modo concreto per costruirlo.

Questo è il messaggio di WEB!

4)GLI OBIETTIVI

Gli obiettivi della campagna di WEB! sono:

- comunicare con il maggior numero possibile di utenti della Rete per diffondere il proprio messaggio e i propri contenuti;
- consapevolizzare l'utente sulle potenzialità "politiche" della Rete;
- portare il maggior numero possibile di voti in favore della candidatura di Mauro Buti alle Elezioni Europee 2009.

5)IL TARGET DELLA CAMPAGNA

Il target della campagna di comunicazione di WEB!, visto il messaggio di stampo "generazionale" lanciato da WEB! e viste le caratteristiche tecniche del media utilizzato, è costituito da tutti i giovani utenti di Internet che potenzialmente possono apportare dei benefici per raggiungere gli obiettivi della campagna stessa.

Questo impone che, almeno nella fase iniziale, il target non verrà differenziato né in base all'appartenenza politica dell'utente né in base al grado di istruzione.

D'altra parte, per realizzare poi contenuti efficaci e mirati alle loro caratteristiche, essi devono essere profilati sulla base del loro grado di interesse e di passione verso la politica e suddivisi in 2 gruppi:

- 1) i giovani interessati alla politica;
- 2) i giovani non-interessati.

Le comunicazioni destinate a questi 2 gruppi sono differenziate per linguaggio, tono e volume al fine raggiungere gli obiettivi stabiliti.

6) LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La campagna di comunicazione di WEB! consisterà nella diffusione progressiva di contenuti (slogan, video, documenti, loghi, sito Internet ecc.) durante tutto l'arco della campagna elettorale per le Elezioni Europee 2009 attraverso la Rete.

IL VANTAGGIO COMPETITIVO

Il tema chiave che deve essere comunicato durante la campagna, centro dei contenuti e dell'immagine diffusa, sintetizzabile nel binomio "GIOVANI e INTERNET".

A livello di marketing WEB! tenta di formulare quella che viene definita una "proposta unica di vendita", ossia immette sul mercato politico un candidato legato ad un progetto che per caratteristiche si differenzia in maniera chiara e inequivocabile dagli altri.

Il progetto WEB! infatti propone ai giovani un CANDIDATO GIOVANE (29 anni mentre la media italiana è 53 anni) affiancato da un TEAM GIOVANE, si occupa di tematiche legate al FUTURO DEI GIOVANI e fa politica in maniera completamente innovativa, comunicando esclusivamente attraverso un MEDIA GIOVANE E RIVOLUZIONARIO come INTERNET.

Il vantaggio competitivo che si vuole comunicare ai potenziali elettori é immediato e di forte impatto:

sostenendo WEB! e la candidatura di Mauro Buti, i giovani avranno finalmente un "rappresentante ufficiale" all'interno del panorama politico italiano ed europeo che possa dar voce ad una categoria sociale tanto importante quanto non tutelata dalle scelte politiche degli ultimi anni.

Vincere è possibile: il sistema politico funziona in base ai voti, quindi se i giovani si uniscono intorno a un progetto comune votando Mauro Buti allora riusciranno a vincere.

LA COMUNICAZIONE

Caratteristiche e dettagli della comunicazione:

- **Contenuti:** i contenuti della campagna affronteranno le tematiche di natura politica e sociale care all'universo giovanile: CREATIVITA', FUTURO, INTERNET, GERONTOCRAZIA, UNIVERSITA' e RICERCA, ENERGIE RINNOVABILI, INFORMAZIONE.
- **Tono:** lo stile della comunicazione, dai dialoghi alla comunicazione non verbale, dall'impostazione grafica alla musica, verrà calibrato per generare empatia e vicinanza tra il candidato e i giovani. Dunque, pur mantenendo serietà e professionalità, il tono generale sarà amichevole, allegro, entusiasta, deciso e venato di ottimismo.
- **Volume:** la campagna sarà interamente realizzata su INTERNET.

Date le caratteristiche tecniche del media su cui la campagna si muove e poiché il progetto si fa portatore di una filosofia innovativa e di rottura rispetto al passato, la portata economica dell'investimento sarà **ZERO**.

La strategia di comunicazione adottata da WEB! consiste nel cercare di raggiungere il maggior numero possibile di utenti e convogliarlo (suscitandone quindi l'interesse) sul sito Internet di Mauro Buti, dove troverà contenuti più approfonditi, e sugli altri contenuti presenti in Rete.

A questo proposito si utilizzeranno, oltre naturalmente il sito Internet www.maurobuti.it, anche "social network, blog vari e altri siti frequentati dai potenziali elettori.

Per realizzare questo obiettivo si cercherà tecnicamente di dare vita a un effetto "palla di neve" che a valanga si ingrandisca e generi visibilità e curiosità crescente nei confronti del progetto.

7) IL CONTROLLO DEI RISULTATI

La campagna e il suo andamento verranno costantemente monitorati attraverso gli strumenti di analisi di web marketing (es. Google Analytics) in maniera da poter intervenire tempestivamente, in caso anche modificando la strategia e correggendo eventuali errori, per raggiungere gli obiettivi stabiliti.