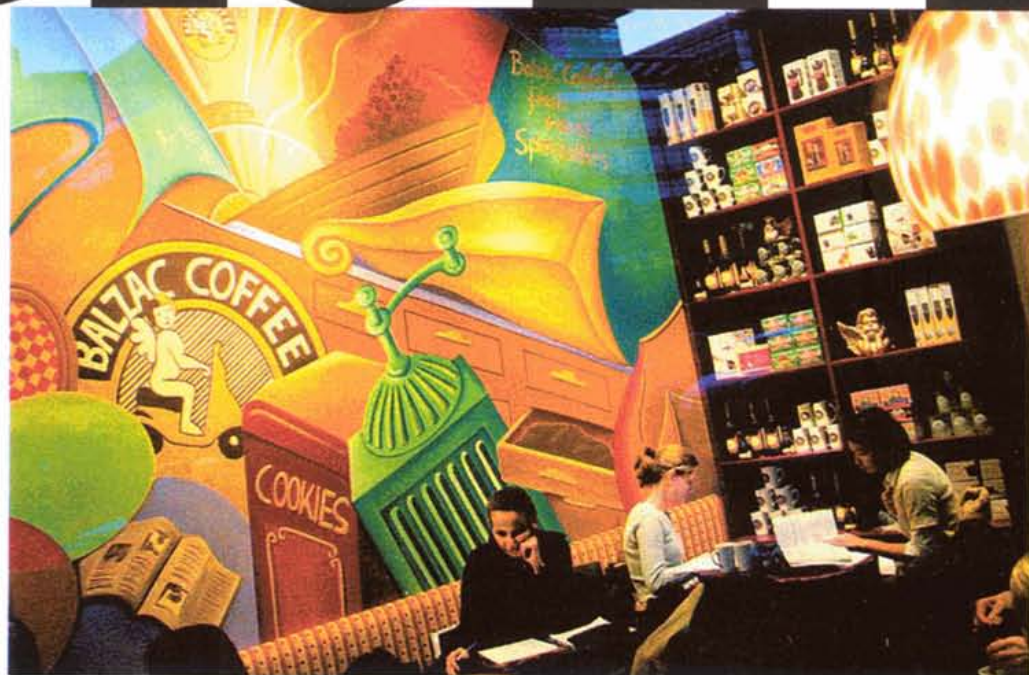


# DIO È TE



Conquistarli è una sfida. Annoiarli è facile. Ingannarli impossibile. I ragazzi hanno le chiavi della Repubblica dei Consumi. E le useranno per migliorare il mondo

di Kevin Roberts

**S**e i 60 anni di oggi corrispondono ai 40 di qualche tempo fa - e ci conto proprio - allora i 12 corrispondono ai 16. I ragazzi non sono mai stati altrettanto collegati, maggiormente messi in comunicazione, più connessi. I confini demografici tra infanzia, adolescenza ed età adulta sfumano, si stanno dissolvendo. Io sono convinto che sia un bene. Ma partiamo da cinque dati fondamentali.

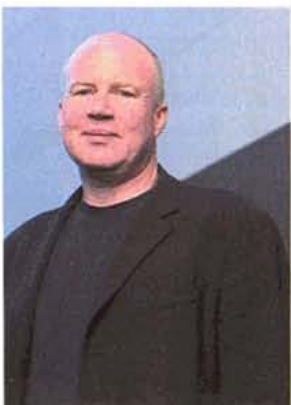
La grande maggioranza dei ragazzi tra i 12 e i 24 anni il più delle volte trova noioso l'intrattenimento che ha scel-

to. All'età di quattro anni il 45 per cento dei bambini ha usato un mouse, il 27 per cento ha utilizzato un computer a casa. Il 70 per cento dei ragazzi tra i 13 e i 17 anni usa il cellulare per stabilire rapporti sociali o per creare altro genere di contenuti: e gli adolescenti italiani lo fanno ancora più dei loro coetanei negli Stati Uniti e nel resto dell'Europa occidentale.

Nel 2005, i bambini hanno influenzato circa il 47 per cento delle spese delle famiglie americane, per una somma superiore ai 700 miliardi di dollari. E infine, circa il 60 per cento degli appartenenti alla cosiddetta Generazione Y (tra i nove e i 29 anni) si sente personalmente responsabile nel voler cambiare il mondo, mentre circa l'80 per cento crede che le grandi società

dovrebbero sentire la responsabilità di unirsi a loro.

Oggi più che mai, quindi, questo mondo è dei giovani. I fattori fondamentali che caratterizzano l'essere ragazzi non sono cambiati: giocare, essere popolari, emergere (o non emergere), essere implacabilmente curiosi. Anche i grandi interrogativi sono rimasti i medesimi. Chi sono? Perché non posso? I ragazzi saranno sempre un passo più avanti degli adulti, e gli adulti saranno sempre ragazzi sotto mentite spoglie. Nelle "Notti al museo", i pernottamenti per



**La chiamano Generazione MySpace: sfuggente, scettica, interattiva**



# GENERAZIONE Y



Foto: Marco Bugarelli, B. Jasin - AP / La Presse

ragazzi organizzati dal museo americano di Storia naturale, sono decine gli adulti che chiedono inutilmente di poter trascorrere anche loro lì la notte, ma senza figli. Quello che invece è davvero cambiato è tutto il mondo che ruota intorno ai ragazzi. Intrattenimento, tecnologia, marchi formano un tutt'uno, una cultura unica e ininterrotta, fatta di immagini, suoni e movimento. Ogni cosa è mezzo di comunicazione. Ognuno si connette. Ogni luo-

go è connesso. E se le mamme sono le sentinelle di questa Repubblica dei consumatori, allora i veri padroni delle chiavi sono i ragazzi. La Generazione Y è multitasking, fa molte cose allo stesso tempo, non "spegne" mai. Non dimentichiamo, del resto, che è la prima generazione cresciuta con Internet.

I giovani, saturati di pubblicità disgustosa, sono in realtà i consumatori più raffinati che esistono. Come ha detto Malcolm

Festa tradizionale a Katmandu.  
A sinistra: Balzac Coffee a Berlino.  
In basso: Kevin Roberts

Gladwell: «I ragazzi sono esperti del loro mondo e conoscono la differenza che passa tra la versione del marketing e la versione reale». La verità è che i giovani sono molto più svegli degli adulti, individuano più rapidamente la dissimulazione e avvertono gli altri molto più velocemente. ▶





Festival dei graffiti a Vigo in Spagna. A sinistra: New York, riposo durante "A Night at the Museum"

te. La Generazione MySpace è sfuggente, scettica, interattiva, si lascia influenzare soprattutto dagli amici. Hanno a cuore alcuni marchi, certo, perché i marchi parlano alla loro vera identità, ma è facile per loro cambiarli e sostituirli. Riuscire a essere una proposta sostenibile di marchio per i ragazzi e anche per i loro preoccupati genitori impone oggi di ammantarsi di una magia irresistibile, di diventare quello che io chiamo un Lovemark.

L'era del digitale poi ti sovrascrive: quando tua figlia, a otto anni, declassa il tuo accesso privilegiato al computer da "amministratore" a "utente", significa che sono arrivate le Valchirie. E Internet? È un'estensione del cortile della scuola, con tutte le sue meraviglie e i suoi pericoli amplificati.

L'anno scorso, dopo aver giocato per 36 ore filate a un gioco on line un ragazzino cinese di 13 anni si è suicidato gettandosi nel vuoto. I limiti sono importanti, sia per l'accesso degli adulti che per la partecipazione dei giovani. La sfida per noi "adulti" consiste nel saperli stabilire correttamente. Ma la Repubblica dei consumatori, la cultura del capitalismo, non subirà limiti di scelta. La partita sul lungo periodo si disputerà con un dialogo aperto, non con la censura, ed educando i giovani consumatori a fare le scelte giuste dal loro punto di vista, non dal vostro. Un mio collega, docente a Cambridge, riassume in questi termini il paradosso della sostenibilità: «Non si può dare maggiore potere e controllare allo stesso tempo». Quale che sia il

## Internet è l'estensione del cortile della scuola, con le sue meraviglie e i suoi pericoli amplificati

vostro punto di vista - madre, insegnante, uomo del marketing o mentore - ecco dieci consigli per connettervi al meglio con i ragazzi, visti dal mercato globale.

### Regola numero 1 Perdete il controllo

Se volete entrare in contatto con i giovani, lasciate correre. Sono i ragazzi ad avere il controllo, anche se i genitori credono il contrario. Dalla casa al supermercato sono i ragazzi a decidere. Sono cresciuti con i telecomandi in mano. Fanno acquisti con le loro mani, non con la vostra testa. Appena un adulto comincia a ragionare, loro perdono interesse.

Per entrare in contatto con loro e influenzarli, coinvolgeteli nel processo decisionale sin dall'inizio.

### Regola numero 2 Il mistero vince

I ragazzi amano le sorprese, i segreti, ciò che si cela sotto il letto. Amano la caccia al tesoro più del tesoro, una metafora della vita. Sapere come va a finire una storia non rende affatto divertente la storia. Perché una cosa diventi di moda non deve necessariamente avere senso. Se date ai ragazzi l'inizio, la par-

te centrale e la fine, loro correranno alla fine. E allora? Lasciate loro una vasca piena di sabbia e con le pareti flessibili, lasciate loro uno spazio bianco: ci giocheranno per ore, diventeranno più creativi e forse cambieranno il vostro mondo.

### Regola numero 3 Siate sinceri

I ragazzi riconoscono immediatamente un bluff e colgono al volo una finta. Quando "ciò che è cool" cambia quotidianamente, l'unica costante è l'autenticità. I ragazzi vogliono la verità, i veri sentimenti, la sincerità. Dice un clown di San Francisco: «I ragazzi sono il pub- ▶

## Perugia Fantasy

Monta la fantasia. Se siete bambini e se, da genitori e insegnanti, frequentate i minori di 13 anni, per voi c'è un avvenimento straordinario, che vi conquisterà e vi permetterà di realizzare le idee più pazze ed eccitanti. Benvenuti al Fantasy Festival, la festa che dal 19 al 22 aprile trasformerà le stadi e le piazze della medioevale Perugia nel più moderno regno del fantasy. L'idea di questo appuntamento con la libera creatività è di Moony Witcher, nome d'arte di Roberta Rizzo, la scrittrice per l'infanzia conosciuta per i suoi libri pubblicati dalla Giunti sulle avventure di Nina, la bambina della Sesta Luna, poi di Geno, di Madame Crikken e di altri avventurosi personaggi. La stessa signora Witcher vi introdurrà al Festival, al quale partecipano i più affermati autori per ragazzi (Paola Zannoner, Emanuela Nava, Giusy Quarenghi) e i personaggi più amati, da Geronimo Stilton agli

attori della Melevisione. Ma non sarete semplici spettatori: diventerete protagonisti di una girandola di giochi e concorsi. Incontrerete maghi, matematici, artisti, disegnatori, scrittori, astronomi, celebrità del mondo dello sport, maestri giapponesi di origami, ballerini, costruttori di aquiloni, di robot, di amuleti. Potrete giocare con l'aria, l'acqua, la terra, il fuoco. Vi daranno la possibilità di costruire draghi, di passeggiare (per risolverli) su immensi criciverba, di arrampicarvi su enormi sculture sonore, di suonare antichi strumenti. E non mancheranno spettacoli teatrali ("Kamigalò", performance di parole e musica ispirato a una festa africana; "Un'estate con Chet" di Gianluca Monastra e Massimo Basile), concerti ("Fantastica", un omaggio a Gianni Rodari), recital rock ("Il Sogno", a cura di Nuove Tribù Zulu) e incontri con il cinema d'animazione. E la sera si cena con l'autore, tutti insieme al ristorante Bellini.

Rita Tripodi



blico più difficile che esista. Per farli ridere devi essere autentico e mettercela tutta». L'autenticità non è negoziabile.

#### **Regola numero 4**

**Siate gladiatori**

I ragazzi sanno di dover essere coraggiosi e saper cogliere le opportunità. Se cadono, risalgono in sella. Il ragazzino più cool dei giardinetti è sempre quello che osa spingere i limiti un po' oltre. Il vostro coraggio, la vostra audacia vi conquisteranno il loro rispetto. I ragazzi sono multitasking, viaggiano a velocità incredibile, e se abbiamo il fegato di provarci, creando più possibilità in un solo istante, potremo davvero metterci in relazione con loro.

#### **Regola numero 5**

**Tutte le strade portano a Roma**

Gli adolescenti vogliono nuovi "touch point", punti di contatto situati su Internet e legati a un'altra causa. I grandi magnati dei media non controllano più il flusso dei contenuti. La scelta dei giovani si basa su un passaparola esponenziale. Per fare presa sui giovani, cercate quindi i loro grandi influenzatori, i marchi che loro considerano un richiamo, i Consumatori Ispiratori che sanno cogliere per primi ciò che è cool e renderlo noto a tutti gli

Ragazzini bulgari si allenano in Yamakasi, nuovo sport di strada.  
Sopra: ragazza sfoggia il suo abbigliamento creativo a Tokyo



## **Profitto economico, sociale e ambientale: chi riesce a garantire tutte e tre le cose vincerà**

altri. Dopo aver visto un film, oltre un terzo degli adolescenti e dei giovani adulti ne parla agli amici quel giorno stesso.

#### **Regola numero 6** Lasciatemi esprimere

I giovani adorano esprimersi, la personalizzazione oggi fa tendenza come un tempo era il tutto nero nella moda. I siti Web creati per gli adolescenti, come MySpace, Xanga e Facebook, consentono di farlo in modi molto cool. Il marchio Scion creato dalla Toyota e che si rivolge al mercato giovanile su Second Life vende automobili virtuali create dal computer e personalizzabili in ogni dettaglio. I proprietari vi hanno aggiunto di tutto: dalle gomme per fuoristrada a due enormi fette di pane per toast.

#### **Regola numero 7**

**Lasciate che sbuccino le cipolle da soli**

Confucio era 2.500 anni avanti rispetto agli uomini del marketing dell'era digitale. Disse: «Dimmi una cosa e dimenticherò. Fammela vedere e ricorderò. Coinvolgimi e capirò». Ad Auckland sono patrocinatore del Programma per lo Sviluppo Giovanile Tyla (Turn Your Life Around, cambia la tua vita), che si ripromette di togliere dal crimine i ragazzi, dando loro maggiore autorità. Se Confucio venisse da noi, gli insegneremmo a giocare a rugby.

#### **Regola numero 8**

**Fai ciò che è giusto fare**

Dalle famiglie che si spaccano al riscaldamento terrestre, i ragazzi non fanno altro che osservare gli adulti che mandano all'aria ogni cosa. I ragazzi vogliono amore e ispirazione e li sapranno contraccambiare. Il compito del business è rendere il mondo un posto migliore. Questo è lo standard da tenere presente. Gli studi dimostrano che la maggior parte dei ragazzi della

Generazione Y è pronta a cambiare marchi e prodotti per una buona causa. Le aziende che sistematicamente scelgono come loro target il più facile o il più piccolo comune denominatore del desiderio - bibite gassate, grassi, zuccheri - hanno fatto il loro tempo. In America la catena di fast-food Wendy's ha smesso di impiegare grassi idrogenati per friggere le proprie patatine e il pollo. Ricordatevi che il secondo personaggio più riconosciuto al mondo, dopo Babbo Natale, è Ronald McDonald. E per quanto riguarda coloro che vogliono sfruttare le menti degli innocenti, non andranno lontano: i ragazzi hanno una memoria da elefante.

#### **Regola numero 9** Fatevi in tre

Fare business significa andare in tre direzioni allo stesso tempo: profitto economico e sociale e ambientale. I vincitori di domani saranno coloro in grado di garantire una combinazione perfetta di questi tre elementi, riuscendo a esaltarne ognuno. Per combattere l'obesità, la Mattel ha prodotto un nuovo Smart Cycle per bambini di età inferiore ai cinque anni. Si collega alla televisione e i bambini possono giocare ai videogiochi pedalando. I più nuovi cellulari per bambini sono gadget che di fatto li sorvegliano e contengono un Gps per individuarne la posizione, sono controllabili dal pc e collegabili a vigilantes pronti ad accorrere al bisogno.

#### **Regola numero 10**

**Ricordate di spegnere il computer**

Nel 2005, una coppia di scozzesi è finita in prigione per aver trascurato i propri figli trascorrendo troppo tempo a giocare su Internet. L'alfabetizzazione mediatica può condurci a tanto. Per costruire solidi rapporti emotivi, abbiamo bisogno invece di stare insieme, di mangiare insieme, di piangere insieme, di ridere e di amare insieme, non di diventare dipendenti dai gadget. Non stupisce pertanto scoprire che secondo l'Unicef i bambini italiani hanno una qualità della vita nettamente superiore a quella dei bambini inglesi o americani. Il tempo migliore è quello che si trascorre insieme, guardandosi in faccia. Questo lo dobbiamo al nostro futuro.

traduzione di Anna Bissanti

