



DATA DI PRIMA IMMISSIONE IN EDICOLA: 30 NOVEMBRE 2022

prima

Comunicazione

Una partenza scoppiettante ma poi **Milano-Cortina 2026** è sprofondata nell'immobilismo. C'è voluta la scelta di Giorgia Meloni di nominare **Andrea Abodi** ministro dello Sport per rimettere in moto il futuro dei Giochi e la reputazione dell'Italia davanti al Cio, affidando ad **Andrea Varnier**, uno che se ne intende, il governo della Fondazione



Andrea Abodi,
Andrea Varnier
e Giovanni Malagò

MILANO-CORTINA 2026

L'ultimo slalom

PER SALVARE LE OLIMPIADI

Luigi Zanolio, fondatore e ceo dell'agenzia Alternative Group.

Bologna la fluida

Direttore creativo, regista e titolare dell'agenzia Alternative Group: Luigi Zanolio racconta come intende rendere competitiva la sua città



Da via Paolo Fabbri a piazza Grande: ci sono stati anni in cui per le strade di Bologna pulsava il cuore della musica, ma anche dello spettacolo, dell'impegno politico, dell'effervescenza alternativa. Poi, sono arrivati tempi più bui e chiusi. Meno osterie, più caro affitti. Ma i corsi della storia prevedono per fortuna anche ricorsi. Così, adesso c'è chi crede in una rinascita, almeno per ciò che riguarda il mondo della comunicazione.

Luigi Zanolio ha 55 anni e ha fatto in tempo a conoscere Dalla, Vito (l'osteria più famosa cantata da Guccini), i movimenti del Dams... Anche uno Stefano Accorsi versione giovanissima, prima che diventasse famoso con lo spot 'Du gust' del Maxibon e 'L'ultimo bacio' di Gabriele Muccino. Proprio Accorsi era protagonista del film che Zanolio ha diretto nel 1992: 'Un posto'. Sono passati 30 anni, e oggi Zanolio con la sua agenzia Alternative Group vuole ridare vita a quel clima. Guardando sempre avanti e ragionando sull'importanza per la comunicazione (non solo, per la verità) di lavorare insieme.

Prima - Vogliamo partire dagli inizi?

L. Zanolio - Io nasco come 'raccontastorie'. Mio padre faceva il montatore, io dopo la scuola stavo con lui alla moviola. Poi ho studiato filmologia, ho diretto e sceneggiato un film con Stefano Accorsi: 'Un posto'. Però il cinema era un mondo complicato. E quindi ho iniziato a girare spot. Ma alla fine, quando mi arrivavano i progetti, come regista non avevo uno spazio creativo, fotografavo solo ciò che avevano pensato altri.

Prima - Quindi ha deciso di mettersi in proprio?

L. Zanolio - Sì, ho costruito una mia agenzia, Luis. Poi, tre anni prima del lockdown, ho dato vita ad Alternative Group:

un'altra agenzia, più agile, con lavoro da remoto e creativi in giro per il mondo. Così ho iniziato a usare quelle tecnologie - da Zoom alle videocall - che poi tutti hanno scoperto in pandemia.

Prima - Di che cosa si occupa Alternative?

L. Zanolio - Io punto sempre a una creatività che faccia osservare le cose da altre angolazioni.

Prima - Di recente, lo avete fatto con la campagna per il gruppo cartario Pro-Gest.

L. Zanolio - Ci hanno chiamato dicendo che volevano fare branding. Loro producono carta riciclata, la prendono dal cassonetto, la macerano, lavorano e poi costruiscono scatole. E io ho pensato di raccontare una storia.

Prima - Quale storia?

L. Zanolio - Una storia d'amore, una ragazza che butta le foto dell'ex fidanzato nel cassonetto della carta e ogni volta che poi va da qualche parte ritrova frammenti riciclati della scatola che ha buttato: 'Pro-Gest. Chi ti ama ritorna sempre'. Così abbiamo raggiunto una brand awareness del 28%. Il tutto con uno spot in due puntate (nella seconda la ragazza supera la crisi della separazione e si apre un proprio negozio) e un filmato di due minuti per i social. Noi abbiamo realizzato la parte creativa, affidandoci per gli spot a una casa di produzione.

Prima - Quindi oggi ha rinunciato alla regia?

L. Zanolio - Adesso coordino e ho la supervisione di tutti i progetti.

Prima - È cresciuto, però è rimasto a Bologna: perché?



Luigi Zanolio con Stefano Accorsi nel 1992. L'attore bolognese è stato protagonista di 'Un posto', diretto da Zanolio. A destra, Accorsi sul set bolognese della campagna di Apt servizi per promuovere la Regione Emilia-Romagna.

L. Zanolio - Siamo a Bologna, ma stiamo anche costruendo partnership internazionali. Inoltre collaboriamo con Comin & Partners, visto che oggi sono molto importanti le media relation. Poi abbiamo un'area digital, con LinkedIn che nel b2b è strepitoso, e seguiamo altri canali.

Prima - Siete su TikTok?

L. Zanolio - Non ancora, perché i clienti non sono pronti. Ricordiamoci però anche che per fare un'operazione di comunicazione il digital non basta, ci vogliono progetti integrati. Io non vendo il sito web o il social o lo spot: cerco di capire che cosa serve davvero per colpire il target, e scelgo. C'è una piccola storia che racconto sempre...

Prima - Quale storia?

L. Zanolio - Mio nonno, calabrese, negli anni Trenta faceva il banditore: andava in giro per il paese con una trombetta per annunciare che cosa faceva il sindaco, che cosa succedeva. Il trucco è che non girava a vuoto, ma aveva scelto cinque posti in ore diverse della giornata in cui le persone si aggregavano: a quell'ora il bar, all'altra la chiesa... Aveva insomma trovato i punti di audience migliori.

Prima - Questo che cosa ci insegna oggi?

L. Zanolio - A usare gli strumenti giusti per colpire il target. E per prima cosa bisogna lavorare con il cliente. Noi usiamo per esempio la formula del 'mystery client', che ci serve a capire se l'azienda comunica bene al proprio interno e quindi se il messaggio che vuol mandare è giusto.

Prima - Come funziona?

L. Zanolio - Fingiamo di essere clienti e chiediamo informazioni. Mediamente, il risultato è che all'interno delle aziende ci sono molte visioni diverse. La prima cosa è mettersi d'accordo, se si vuole comunicare all'esterno.

Prima - Non sarà sempre facile riuscire a farlo accettare.

L. Zanolio - L'altro giorno per esempio ci ha chiamato la Federcarrozzeri, che vuole farsi conoscere dai carrozzieri e pensava ai social. Ma abbiamo spiegato che forse in questo caso con il fax colpisci meglio.

Prima - In tutto ciò, ha abbandonato il cinema?

L. Zanolio - Ho prodotto e girato per la Rai un documentario su Alberto Manzi, il maestro di 'Non è mai troppo tardi', poco prima che morisse. Adesso vorrei fare una serie su di lui, che ha avuto una seconda vita in America Latina. Era diventato così famoso che lo chiamarono in Patagonia per un progetto di alfabetizzazione della comunità. Laggiù allora non c'era la televisione. Così, quando arrivò fece spedire tre quaderni - giallo, rosso e verde - in tutte le comunità e attraverso la radio e quei quaderni faceva e-learning.

Prima - Altre cose?

L. Zanolio - Ho fatto produzioni video per gli spettacoli di Moni Ovadia, adesso al Teatro Comunale di Bologna ho realizzato contributi video per 'Lohengrin'. Seguiamo Bologna Festival, che si occupa di musica classica, e grazie a questo Riccardo Muti ci ha intercettato.

Prima - Per fare che cosa?

L. Zanolio - Intanto Muti vuole riempire i teatri di teste non bianche ma giovani. Abbiamo messo a punto tutto il progetto di digitalizzazione e comunicazione dei suoi siti, portali, e-commerce. Poi, quando era direttore del Teatro dell'Opera di Roma, abbiamo dato vita a iniziative diverse, compreso un libro per bambini sulla 'Traviata', perché il suo obiettivo è divulgare la cultura per la musica nelle scuole.



Lo spot Pro-Gest, produttore di carta riciclata. A destra, la confezione di 'Antifuffina' ideata da Zanolio.

Prima - Bologna, insomma, oggi non è la periferia della comunicazione.

L. Zanolio - Io mi definisco imprenditore della comunicazione e Bologna mi offre molti spazi. Qui per esempio fanno i test pilota dei nuovi negozi: se funzionano, poi aprono in tutta Italia. C'è moltissimo potenziale, spesso inesperto. La città è vivace, ma a volte un po' provinciale, perché ognuno coltiva il proprio orticello. Mentre io cerco di sconfinare. E continuo a investire in cultura. Dove c'è un progetto che mi ispira, io vado e provo a costruire opportunità di business per appagare la sete di cultura che ho.

Prima - Come vede oggi il mondo della comunicazione?

L. Zanolio - Non mi esalta, infatti ho realizzato questa idea della 'Antifuffina. Pillole anti bla bla. Contro i dolori del marketing moderno'. Con questa scatola sono anche andato alla conferenza di un famoso otorinolaringoiatra e gliene ho regalato una, spiegandogli che è importante curare la voce ma è anche importante sapere come usarla. Ho dato confezioni di 'Antifuffina' pure ai politici e a tanti altri.

Prima - Tornando alla sua città: come comunica se stessa?

L. Zanolio - Il vero problema è l'orticello, un limite provinciale che non ho trovato in America Latina, dove l'idea di collaborare è innata. Qui, tutti temono di mettersi in gioco per la paura di perdere il cliente. Ma quando sei sposato, mica chiudi tua moglie in casa per paura che te la portino via. Non a caso, io lavoro soprattutto fuori.

Prima - E se invece il suo cliente fosse Bologna stessa?

L. Zanolio - Racconterei le contaminazioni, il sottobosco di iniziative che non escono allo scoperto e sono compartimenti stagni. Chi va all'opera in smoking, poi non comunica con quello che va ad ascoltare il jazz o il rock. È una città poco fluida, in questo senso. Si potrebbe lavorare con il cinema, come i cortometraggi che ha fatto Stefano Accorsi per la Regione. Ma la Regione si è resa conto che è importante comunicare, la città meno. Quello su cui punterei e che manca è la trasversalità. E lo scambio.

Prima - Scambio fisico o virtuale?

L. Zanolio - Spazi condivisi. Noi prima del lockdown avevamo preso un locale dove ogni sera si faceva dalla musica alla lettura di un libro, alla narrazione del blockchain. Poi purtroppo abbiamo dovuto rinunciare. Ricordo che una volta a Bologna c'era il Qubò, uno spazio cubico in cui mangiavi, vedevi un film, ascoltavi un concerto, ti incontravi: succedeva di tutto. Adesso nel nostro ufficio - una vecchia fabbrica ristrutturata, tutta bianca e circondata da tetti rossi - ci siamo ampliati e vogliamo allestire una sala grande per fare scambi culturali aperti a tutti.

Intervista di Marina Cappa