

L'INTERVISTA DELLA DOMENICA

CLIENTI

«NON RIVELEREI MAI I NOMI
IN QUESTO LAVORO
LA PRIVACY È ESSENZIALE»

Io, la voce dei vip che vi parlano

Sara Caminati gestisce i profili Facebook e Twitter dei famosi. «Sono un avatar

L'IDENTIKIT

La formazione

Nata a Roma nel 1984 a 19 anni collabora con Comunitàzione, comunità di studenti di Scienze della comunicazione facoltà in cui si laurea

Il trasferimento

Nel 2007 arriva a Milano e collabora con agenzie di comunicazione. La sera sviluppa progetti suoi, sognando di mettersi in proprio



L'azienda

Il 2009 è l'anno della svolta: col suo compagno Stefano Cocconcelli fonda Innovation Marketing e inventa il Personal Digital Vip

di GIULIA BONEZZI

- MILANO -

CI DANNO il buongiorno e la buonanotte, ci informano su cosa hanno mangiato, condividono foto e opinioni, bisticciano e se esagerano incassano solenni strigliate dai fan. I social media, Facebook e Twitter soprattutto, hanno stravolto il rapporto tra famosi e resto del mondo, e s'ingrossa la schiera di attori, politici, calciatori che proclamano di vivere in simbiosi con smartphone e tablet pc, connettendosi dal set, dalle tribune televisive e dai consigli comunali. Dietro tanto compulsar tasti c'è spesso la manina di un'agenzia di comunicazione, che non lo svelerebbe neanche sotto tortura, pena feroci penali e radiazione *de facto* dal mercato. Perché l'"aiutino" è un segreto del vip, meglio custodito dei ritocchi dal chirurgo e dei conti in Svizzera: il popolo della Rete non perdona, «e comunque non gli si può mentire», chiarisce Sara Caminati, la prima a lanciare questo servizio in Italia, inventando il «Personal Digital Vip». A 27 anni è una guru della comunicazione on line, tiene corsi, riceve premi a valanga (quest'anno il Piazza Mercanti della Camera di commercio) e la sua Innovation Marketing, con base a Cinisello, cresce in fatturato del 20% l'anno dando lavoro a otto tra dipendenti e collaboratori. Romana ma «milanese dentro», come dice il suo socio e compagno Stefano Cocconcelli, l'accento l'ha lasciato sull'Eurostar («Torna fuori quando m'arrabbio») e anche in silenzio sa essere eloquente. Lavora anche sedici ore al giorno, e «quel che faccio adesso è il risultato di anni». Gavetta durante l'università, nel 2009 s'è buttata. Il giorno di San

Valentino, in piazza Duomo: per lanciare un'innovativa tecnica di pubblicità via *bluetooth* faceva scaricare ai passanti, sul telefonino, una «suoneria» creata da una professoressa di conservatorio per riprodurre la sensazione del mal d'amore. Quel giorno Sara ha smesso di essere la timida che «non riusciva a parlare a più di tre persone». Lo scorso ottobre, al meeting di Capri dei giovani di Confindustria, l'hanno vista col ditino alzato davanti al futuro mi-

MI SENTO QUARANT'ANNI

Ho 27 anni ma me ne sento quaranta. Sono delusa dai miei coetanei: spesso vogliono solo lavorare poco e guadagnare tanto

nistro Elsa Fornero: «Non sono d'accordo!». Ovviamente il ministro è il suo prossimo obiettivo.

Quando ha cominciato?

«L'estate prima di iniziare l'università, collaboravo con un portale di studenti di Scienze della comunicazione. Gestivo contenuti, la community...».

Era già una "smanettona" cresciuta a pane e pc?

«Fin da bambina, col Commodore 64 di mia sorella. Quando in casa è entrato il primo computer serio ho cominciato a trafficare. Internet è arrivata a 15 anni, anche se mio padre era contrarissimo alle chat, persino all'email. Oggi è iscritto a Facebook».

Una bella rivincita.

«Glielo rinfaccio sempre!».

Laureata in Scienze della co-

municazione. Sfatiamo il mito che non serva a niente?

«...».

Non lo sfatiamo.

«Ce l'ho un po' con chi esce dall'università senza saper fare niente. Stiamo cercando collaboratori, abbiamo fatto cinquanta colloqui e c'è chi non è capace di accendere il computer. Lo dico sempre, iniziate presto. Ma molti ragazzi vogliono essere pagati tanto e lavorare poco».

Non è tenera con la sua generazione.

«In effetti di anni me ne sento quaranta. Però anch'io, a vent'anni, sono stata una precaria a partita Iva, sono stata sfruttata, ho preso mazzate. E sono cresciuta».

Quando è arrivata a Milano?

«Novembre 2007. Di giorno lavoravo in un'agenzia di comunicazione, la sera sviluppavo progetti per altri clienti... Sono fatta così, se non ho da fare mi viene il panico e m'invento qualcosa».

Come s'è inventata il Personal Digital Vip?

«L'ispirazione me l'ha data Mario Furlan».

Il fondatore dei City Angels?

«Lui. Mi ha ispirata da quando ero a Roma, leggevo i suoi libri e sognavo di conoscerlo. Quando sono arrivata a Milano mi sono messa a disposizione con le mie competenze. I City Angels avevano bisogno di comunicare su Facebook, li seguiamo anche adesso, come forma di volontariato. E mi è venuta l'idea di creare una figura professionale per i vip».

Quando?

«Era l'aprile del 2009, non ci pensava nessuno. Un'intuizione fortunata, che ha avuto grande eco, procurandoci una notorietà che non avevo messo in conto: il mio mondo era dietro il computer. Co-

munque, i clienti ci sono venuti a cercare, il resto l'ha fatto il passaparola. Anche perché in tempo di crisi siamo partiti a basso costo».

Quanto?

«Cento, duecento, trecento euro al mese».

Adesso invece?

«Si parte da 500 euro per la gestione base, ma ci sono aziende che arrivano a spenderne tremila».

In cosa consiste il servizio?

«In realtà ci si fissa un obiettivo, e si individuano le strade. Il cliente

SCIVOLONI FATALI

Alla Moratti sono costati la campagna elettorale Vendola? Ha fatto male a confessare che su internet non scriveva proprio lui

paga anche la reperibilità che ci distingue, in caso di criticità ci siamo 24 ore su 24, per moderare i commenti e così via».

Solo su Facebook?

«Facebook è il più richiesto, ma cerchiamo di essere sui social principali, quindi anche Twitter, LinkedIn, Foursquare... Quelli che funzionano».

Perché non tutti funzionano.

«Quando ero ancora in agenzia, un'azienda investì un budget stratosferico per sbarcare su Second Life. Dissi che non era il caso, e mi massacrarono. Non hanno ottenuto niente».

Precoce.

«Non sono un genio, ma ho le intuizioni, e in questo mondo contano moltissimo. Non ci sono criteri oggettivi, i clienti devono fidar-



MODELLI

Sopra, Mario Furlan (il secondo da sinistra) coi City Angels, l'associazione di volontariato che ha fondato. Sono stati loro i primi "clienti" del Personal Digital Vip, nel senso che l'idea è nata curando il loro profilo. Innovation Marketing continua a seguire le loro attività sulla Rete come forma di volontariato

CAMPAGNE

Manifesti elettorali delle ultime comunali. La vittoria di Giuliano Pisapia è stata attribuita (anche) a un uso efficace di internet e dei social media che ha favorito la diffusione virale dei messaggi. L'azienda di Sara Caminati segue diversi politici, affidandoli a collaboratori del loro stesso orientamento



CORAGGIO

«SONO UNA CHE SA DIRE NO E QUESTO VIENE APPREZZATO IN UN MONDO DI YES MEN»

INTUZIONI

«NON CI SONO CRITERI OGGETTIVI, IL CLIENTE SI FIDA DELLE MIE INTUZIONI»

**DÌ LA TUA**

Ti è piaciuta l'intervista? Faccelo sapere commentando su Facebook o sul nostro sito:

www.ilgiorno.it/milano

su internet

ma sulla Rete non si mente mai davvero»

si. Si fidano perché funziona».

Adesso quanti clienti ha?
«Un'ottantina».**Più aziende o più vip?**
«Metà e metà».**Ci proviamo: chi?**
«Anche dei giornalisti, sa?».**Comunque dovete mantenere la privacy.**

«Ci sono penali da centinaia di migliaia di euro».

E le aziende?

«Ne sono ancora più gelose, non vogliono svelare le strategie di marketing. E anche quando per loro gestiamo solo le cose tecniche, non il rapporto con l'utente, il 90% degli utenti non ci crederebbe. Per noi è un problema non poter raccontare quel che facciamo».

E come fate?

«C'è il passaparola. E qualche cliente ci permette di fare il suo nome. Come il parco Acqualandia di Jesolo. E MariaGiovanna Luini, una scrittrice e senologa dello Ieo. Con lei abbiamo creato il primo romanzo erotico per non udenti, libro e video in Lis (la lingua dei segni, ndr) gratis online».

Allora non si tratta solo di gestire profili.

«Quella è la base, i nostri servizi sono molto personalizzati. Spesso quello che manca alle grandi aziende sono le idee».

Politici?

«Ne abbiamo di tutte le collocazioni, seguiamo anche campagne elettorali. Li affidiamo ai collaboratori in base ai loro orientamenti, perché credo che, per parlare di qualcosa, devi crederci. Vale anche per i prodotti, che testiamo personalmente. Nicolò (che ci ha appena presentato, ndr) è appena tornato da Mauritius, dove seguiamo una catena di hotel».

Poveretto.

«Trasferire un'esperienza all'utente non è copiare la brochure, ci vuole un vissuto. C'è un'etica alla base del nostro lavoro».

Detto da un'esperta di comunicazione suona strano.

«Rifiuto di lavorare con alcune persone, di promuovere certi prodotti. In generale chi truffa gli altri. Non in quest'agenzia. Non credo nell'ingannare l'utente. Certo, lavoriamo per migliorare la reputazione online dei clienti se sono

UN ANGELO A MILANO

Mi ha ispirata Mario Furlan il fondatore dei City Angels. Fin da quando ero a Roma leggevo i suoi libri e sognavo di conoscerlo

stati oggetto di attacchi. E ci sono molti modi per dire la verità. Ma non si può trasformare la realtà».

Quindi internet ha un fondale di verità.

«Deve. Le bugie ti si ritorcono contro, l'utente se ne accorge».

Nichi Vendola ha fatto outing su Twitter, confessando che il suo profilo era gestito da altri.

«Magari la sincerità sarà premiata. Ma non è stata una mossa astuta, specie per un politico».

Lo staff di Letizia Moratti cade maldestramente in una trappola su Twitter, rispondendo alla famosa domanda sulla moschea di Sutate.

«Una bruttissima caduta, lei le elezioni le ha perse così. In generale i politici, sui social media, hanno molto da imparare: mancano le

competenze e tante agenzie improvvisano».

Qualche politico che fa da sé ci sarà.

«...».

Sara?

«Mi avvalgo della facoltà di non rispondere».

Allora uno che vorrebbe come cliente (e non ha ancora, se non ce lo direbbe)?

«Il nuovo ministro del Lavoro e Pari opportunità Elsa Fornero. A Capri abbiamo avuto un dibattito acceso».

Ha dibattiti accesi coi clienti?

«Sì, e conta tantissimo. Ci sono imprenditori circondati di yes men, che buttano un sacco di soldi inutilmente. Apprezzano chi ha il coraggio di dir loro di no. A volte chiamano per chiedere consigli che vanno al di là del mio lavoro».

In Rete sta girando un finto sequel del film «The Social Network»: Marc Zuckerberg si suicida e cancella Facebook. Lei che farebbe?

«(Ride) La nostra garanzia è essere su più piattaforme. Se Facebook sparisse credo nascerebbero altri spazi, certo noi dobbiamo stare attentissimi a come evolve».

Se diventasse a pagamento?

«Credo che gli utenti pagherebbero, c'è troppa dipendenza adesso».

Twitter non lo seppellirà?

«È ancora poco usato dalle persone comuni. Ha grandi potenzialità, ma sono legate all'uso mobile, e finché la navigazione sarà così costosa e il wi-fi così poco diffuso resteranno tali».

Sogna di conoscere Zuckerberg?

«Non particolarmente. Avrei voluto conoscere Steve Jobs».



AL LAVORO

A sinistra Sara Caminati, 27 anni, fondatrice di Innovation Marketing, nella sede dell'azienda a Cinisello Balsamo. A sinistra, al lavoro con una parte del suo staff; al computer centrale c'è Stefano Cocconcelli, il compagno di Sara che è anche suo socio dal 2007