

L'idea**Strade «firmate»
e slogan-affari
Le nuove frontiere
dell'ecomarketing**

L'idea è innovativa, e ruota intorno a una contraddizione in termini: cancellare per scrivere. Erodere lo sporco per lanciare slogan, e fare affari, tirando a lucido strade e marciapiedi. Si chiama ecomarketing, ed è il modo che gli intraprendenti ragazzi di Fan Media e Zoomart hanno scelto per promuoversi: bastano sapone, uno stencil con le forme dei marchi, tanta fantasia e olio di gomito. I loghi delle due società di comunicazione integrata campeggiano a Parco Margherita, Piazza Amedeo, Piazza Fuga e davanti alla cumana di Corso Vittorio Emanuele. «Un blitz notturno che ripeteremo alle uscite di metro e funicolari e nelle aree pedonali, magari con messaggi del tipo «Ama Napoli, rispetta Napoli», anticipa Andrea Marquardt, uno dei cinque ragazzi, tutti laureati a Napoli e con esperienze in città europee. La prossima scommessa è una *Hummer limousine di oltre 10 metri* con a bordo 5 bar e un tv al plasma da 50 pollici, strumento di pubblicità per la prima volta in Italia. E c'è già l'accordo con Viviani Eventi per il primo temporary shop napoletano, quello di piazza Fuga, dove ogni 15 giorni si cambia brand. Perché nell'era della precarietà, anche il negozio è a tempo determinato.

da. cer.