

CURIOSITÀ LA BLACK MARKETING GURU HA CURATO LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DEL NUMERO UNO NIGERIANO

La strategia social del presidente Buhari è made in Rimini



E' TUTTA colpa di Gnassi? No, stavolta no. O forse un po' sì. Perché le foto e le campagne virali fatte per la campagna elettorale del sindaco nel 2016 da Black marketing guru, hanno convinto lo staff del presidente della Nigeria a servirsi dell'agenzia riminese. «Una storia che sembra assurda soltanto a raccontarla – confessa Giacomo Arcaro, il vulcanico fondatore della Black marketing guru – eppure è andata esattamente così. E per caso qualche giorno, parlando di questa esperienza con Quinto Protti della Digitalprint, è venuto fuori che anche la sua azienda ha lavorato per le elezioni in Nigeria stampando le schede elettorali. Il mondo è davvero piccolo...».

PER la Black marketing guru tut-

to è cominciato grazie al facoltoso imprenditore greco-spagnolo Pános Tsigaras. «Ci ha conosciuto a Dubai e gli è piaciuto come lavoravamo – spiega Arcaro – Così abbiamo iniziato a collaborare insieme. Tsigaras è socio di Bashir Hamisu Kanu, marito della figlia del presidente della Nigeria Muhammad Buhari. Gli ha fatto vedere come lavoravamo, e Kanu (insieme ad Arcaro nella foto) è venuto anche a trovarci a Rimini». Il nigeriano si è presentato così, insieme a Tsigaras, nella chiesa sconsacrata di Covignano dove l'agenzia di comunicazione riminese ha sede. «Gli abbiamo mostrato anche foto e video che avevamo realizzato per Gnassi, diventati virali soprattutto grazie alla pagina Facebook E' colpa di Gnassi. Gli è piaciuto lo

stile satirico e i toni dissacranti e ironici usati per il sindaco di Rimini, così ci ha coinvolto nell'ultima campagna elettorale per Buhari». Che è stato poi riletto un mese fa.

«**NON È STATO** per niente facile – confessa Arcaro – Buhari è un personaggio molto particolare, ed è un ex generale. Non potevamo troppo calcare la mano con l'ironia. Abbiamo lavorato sulla sua figura, mettendo in luce i risultati che ha ottenuto nel primo mandato da presidente, e puntato moltissimo sulla sua immagine. La satira non è mancata nemmeno questa volta, ma con molta più cautela». La Black marketing guru si è concentrata soprattutto sulle campagne social e su Google. «La Ni-

geria ha 80 milioni di utenti Facebook attivi, e un bacino enorme e la comunicazione sui social può rivelarsi determinante per il successo (o l'insuccesso) di un personaggio o di un prodotto». L'esperienza in Nigeria non si è chiusa con le elezioni, perché «con Protti e altri imprenditori, riminesi ma non solo, andremo la a maggio. Provvedremo a stringere nuovi contatti e a verificare opportunità di lavoro e affari». Nel frattempo è già arrivata alla Black marketing guru la proposta di collaborazione da parte di un politico di un paese caraibico, che si candiderà alle elezioni nel 2020. «Mai avremmo pensato di finire a lavorare per i politici – sorride Arcaro – E' proprio tutta colpa di Gnassi».

ma.spa.