



Nella foto: Marco Maglio, Maurizio Tortorella e Luca Ungaro. Quello che da tempo molti dicevano, purtroppo ora è confermato, cifre alla mano. Un'indagine Roland Berger, presentata il 14 luglio a Milano nel corso di una conferenza stampa organizzata dal Comitato Interassociativo Marketing Diretto, ha calcolato l'impatto economico e occupazionale a breve, se non si corregge subito l'attuale assetto normativo che regola la pubblicità diretta. È impressionante: 1 miliardo di euro il calo del fatturato e 6.300 esuberi nel solo settore del Direct e delle Vendite a Distanza. Considerando inoltre il mancato recupero del "gap" rispetto ai paesi che questo problema, beati loro, non hanno, l'impatto negativo sull'occupazione è valutabile in circa 23.000 unità, mentre la perdita di fatturato sale a circa 2,7 miliardi di euro. A queste stime bisogna poi aggiungere le ricadute sull'indotto del DM (fornitori, produttori di beni e servizi) e sulle imprese clienti. E già perché forse non tutti sanno che l'80% delle aziende che ha utilizzato nel 2003 il mailing è costituito da PMI che fatturano meno di 15 milioni di euro. Queste aziende non possono ricorrere a mezzi alternativi di comunicazione, se non quadruplicando i costi. Si tratta quindi di altre 6.000 imprese con circa 200.000 addetti. Questo problema riguarderà incredibilmente solo l'Italia, perché all'estero, con qualche differenza da paese a paese, esiste la possibilità di contattare almeno la prima volta il potenziale cliente. Infatti il paradosso tutto italiano può essere sintetizzato in questo immaginario, ma non troppo, dialogo kafkiano: "Bisogna contattare solo le persone che hanno dato il permesso ad essere contattate". Molto giusto. "Allora il permesso glielo posso chiedere?" "No, perché questa è violazione della privacy". Sappiamo d'altra parte che coloro che hanno risposto al questionario inviato dagli operatori telefonici (per chiedere un sì o no a ricevere pubblicità), sono una minoranza. Allora: siamo sicuri che chi non ha detto nulla sia contrario alla pubblicità? Possiamo provare a chiederglielo al primo contatto? Infatti, in assenza di una seria indagine per sapere quanti italiani sono veramente contrari a ricevere a casa offerte, buoni sconto, abbonamenti a giornali, informazioni politiche, proposte di donazione, ecc., è quantomeno azzardato chiudere in un sol colpo l'unico mezzo che molte imprese utilizzano per svolgere, correttamente, il loro lavoro. Nel titolo ho citato il PIL, Prodotto Interno Lordo. Ma esiste un altro settore che non produce merci ma qualcosa che forse vale anche di più: la solidarietà. Sto parlando naturalmente delle Onlus. Ebbene l'impatto della legge sarà anche qui molto negativo, forse anche più del settore profit, perché dall'indagine Roland Berger emerge che il 65% degli investimenti del non profit in comunicazione, è rivolto a potenziali donatori o associati. E i 'potenziali' normalmente si acquisiscono con le grandi liste oggi disponibili, soprattutto quelle telefoniche. È vero che le Onlus possono usare l'archivio elettorale, ma il processo di raccolta, Comune per Comune è

La privacy fa male al Pil.

Di Mattia Camellini

Giovedì 14 Luglio 2005 13:01

lungo, costoso e laborioso. Non consente, ad esempio, di intervenire tempestivamente nel caso di emergenze, come purtroppo è stato necessario. È evidente quindi che l'inibizione dell'elenco universale costituirà, involontariamente certo, una barriera alla nascita e allo sviluppo di nuove associazioni, con grave limitazione dei diritti fondamentali. Senza contare che, venendo meno il finanziamento diretto, l'assistenza o la ricerca scientifica oggi svolta dalle associazioni graverà sulla spesa pubblica (nella "migliore" delle ipotesi), o, più realisticamente, data la situazione dei conti pubblici, verrà semplicemente soppressa facendo fare al nostro paese un altro passo indietro in Europa. Considerando le conseguenze molto negative che emergono fin qui dall'indagine, mi viene in mente un termine che sento molto spesso quando si progettano opere pubbliche o private di un certo rilievo: impatto ambientale. Mi chiedo se non sia il caso, prima di varare leggi e provvedimenti così delicati le cui conseguenze non sono affatto meno gravi dell'inquinamento di un impianto industriale, di prevedere una commissione per la valutazione preventiva degli impatti "aziendali e occupazionali". Che non era stato fatto è evidente, ma forse siamo ancora in tempo per rimediare.