

Stadio Arechi: la verità sul Led pubblicitario contestato

Minala al 96' la campagna dalle "Emozioni uniche"

L'attuale contesto calcistico, considerando i sempre più frequenti episodi di violenza e risse tra tifosi impone di prestare sempre più attenzione anche ai principi della comunicazione utilizzata in questo ambiente senza però trascurare le strategie per differenziarsi dalla concorrenza e avere successo.

La logica della campagna ideata dall'agenzia di comunicazione di Salerno **Creatiwa Studio** è quella di **condividere** le grandi emozioni generate da uno sport appassionante come il **calcio** che, ogni weekend, raduna ed unisce centinaia di tifosi di tutte le squadre all'interno dello stesso "tempio". Il messaggio, lanciato per la prima volta durante le ultime due gare interne della Salernitana in un luogo ampio e rumoroso come quello dello stadio Arechi, è riuscito silenziosamente ad attirare l'attenzione di una grande fetta di pubblico coinvolta attraverso la forza dei **led a bordo campo** dove ha fatto la sua comparsa: **"Minala al 96' - emozioni uniche - Forza Salernitana"**. Un messaggio volto all'esaltazione della **salernitanità**.

Sempre più abituati a una comunicazione di tipo passivo in particolare su strumenti come i Led luminosi dove si è soliti recepire pubblicità di marchi aziendali, **Creatiwa Studio** ha voluto reinterpretarla in maniera dinamica, stravolgendo quei 15' a disposizione – proprio qui sta la novità – **sottolineando con le giuste parole la carica emotiva che può regalare questo fantastico sport**. Purtroppo però, come spesso accade in questo ambito, il senso del messaggio è stato interpretato diversamente e l'agenzia è davvero fortemente stupita per l'esposto richiesto dalla tifoseria avellinese, nella persona

del presidente **Walter Taccone**, dove ha richiesto la rimozione alla Salernitana in quanto ritiene che violi le norme del rispetto sportivo.

Quella di “Minala al 96’” è invece una pubblicità creativa volta ad esaltare le **“emozioni uniche”** che è in grado di offrire il calcio, naturalmente esulando dalle sterili polemiche, e per nulla volta a ledere in alcun modo il regolamento **FIGC**. Da tifosi, comprendiamo la difficoltà di digerire un’amara sconfitta ma lo sport è anche questo: **gareggiare ed emozionarsi nel rispetto reciproco**. E sicuramente non giustifica l’azione intrapresa dalla tifoseria irpina perché il messaggio non ha nessun esplicito riferimento offensivo, è stato ideato al solo scopo di generare senso di appartenenza e condivisione di una emozione.

I risultati prodotti da questo primo esperimento e la risonanza generata dall’episodio hanno innescato innumerevoli reazioni sui *social network* e i media prodotti (foto e video) sono diventati **virali** in pochissimo tempo.

Creatiwa Studio è quindi fortemente orgogliosa di aver dato vita a questo progetto che rappresenta l’evoluzione di un’esperienza di intrattenimento del tutto innovativa, originale. Ed intende portarlo avanti seguendo una logica seriale con messaggi di testo ed elementi video che attirino l’attenzione dei tifosi, con il solo obiettivo della condivisione di una emozione, **sempre nel pieno rispetto delle regole**.

